№ 1 (41) 2023
ISSN 2305-8838

НОПриЛ NAAL

Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики

Национальное общество прикладной лингвистики (НОПриЛ)

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Научно-исследовательский журнал

№ 1 (41)

МОСКВА
2023

УДК 81’33(063)
ББК 81.1я431
У 91

Главный редактор:
д. филол.н., профессор С.Г. Тер-Минасова (МГУ имени М.В. Ломоносова)

Заместитель главного редактора:
д.филол.н., доцент Н.А. Ахренова (ГСГУ, г. Коломна)

Технический секретарь:
Ph.D. М.Н. Дубинина
(ГСГУ, г. Коломна)

У 91 Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. М.: НОПриЛ, 2023 – 186 с.
ISSN 2305-8838

Материалы журнала содержат статьи, посвященные актуальным проблемам изучения и преподавания родного и иностранного языков, межкультурной коммуникации, перевода и другим аспектам современной лингвистической и педагогической наук.

ISSN 2305-8838

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
(Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор))
ПИ № ФС77-52630 от 25 января 2013 г.

Учредитель Национальное общество прикладной лингвистики. Адрес учредителя: 127572, Москва, ул. Новгородская, д. 22, к. 3, Председатель редакционной коллегии проф. Тер-Минасова С.Г. Подписано в печать 06.03.23. Формат 60х90/16. Усл.печ.л. 20,8. Тираж 1000 экз. Цена свободная.

© Национальное общество прикладной лингвистики (НОПриЛ)
© Авторы статей

Редакционная коллегия

Богданова Л.И.
д.филол.н., профессор (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Добросклонская Т.Г.
д.филол.н., профессор (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Зененко Н.В.
д.филол.н., профессор (Военный университет имени Великого князя Александра Невского Министерства обороны РФ, г. Москва)

Калинин О.И.
к.филол.н., доцент (Военный университет имени Великого князя Александра Невского Министерства обороны РФ, г. Москва)

Карасик В.И.
д.филол.н., профессор (Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, г. Москва)

Иванова О.Ю.
к. культ., доцент (Союз переводчиков России, г. Москва)

Карпова О.М.
д.филол.н., профессор (ИвГУ, г. Иваново)

Киосе М.И.
д.филол.н., доцент (Институт языкознания РАН)

Ксензенко О.А.
к.филол.н., доцент (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Липгарт А.А.
д.филол.н., профессор (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Максименко О.И.
д.филол.н., профессор (ГУП, г. Москва)

Моисеенко Л.В.
д.филол.н., профессор (МГЛУ, г. Москва)

Назаренко А.Л.
д.филол.н., профессор (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Полубиченко Л.В.
д.филол.н., профессор (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Чеснокова О.С.
д.филол.н., профессор (РУДН, г. Москва)

Robert Ilson
(University College London)

Zhong Weihe
(Guangdong University of Foreign Languages)

Ян Кэ
профессор (Университет иностранных языков и внешней торговли, г. Гуанчжоу)

СОДЕРЖАНИЕ

ЛЕКСИКОЛОГИЯ И ЛЕКСИКОГРАФИЯ

Миньяр-Белоручева А.П., Сергиенко П.И.
Лингвофразеологический континуум в современной PR-коммуникации 8
Нефедова Л.А.
Особенности функционирования терминов культурологии в дискурсе современных СМИ (на примере термина «медитерранизация» в немецкоязычном культурном ареале) 25
Скуратов И.В., Полякова Н.В.
Роль лингвистических и экстралингвистических факторов в образовании новой терминологии современного французского языка 39

СЕМИОТИКА

Евграфова Ю.А.
Особенности организации повседневного опыта в миф в экранных текстах (на примере мировоззренческого понятия hygge) 50
Ефимова А.Д.
Транснациональные концепты (на примере лингвокультурного типажа «мачо») 63
Панкратова А.В.
Дизайн как метаязык гиперреальности 74

СТИЛИСТИКА И АНАЛИЗ ДИСКУРСА

Веретенников А.С.
Сравнительный метод изучения англоязычного военно-прескриптивного дискурса 88
Казакова И.В., Косиченко Е.Ф., Курилов С.Н.
Жанроформирующий потенциал институционального дискурса (на материале английских тематических шуток) 98
Мурашова Е.П. 110

Лингвокультурема «ретро» в современном политическом медиадискурсе (на материале англоязычных политических твитов)
Романов А.А., Романова Л.А.
От рэп-баттла к баттл-рэпу: трансформационный поворот функциональной рэп-дискурсии 123
Сорокина Ю.С.
Тексты онлайн-рецензий на кинофильмы: эмоционально-оценочный аспект 140

ПСИХОЛИНГВИСТИКА

Вишнякова О.Д., Липгарт А.А., Мартюшова Н.О.
Memory studies: преимущества и перспективы филологического подхода 150

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА

Гаврилова Ю.В.
Лексико-грамматический анализ текста в Кардиффской грамматике 167
Список авторов 178

CONTENTS

LEXICOLOGY AND LEXICOGRAPHY

Alla Minyar-Beloroucheva, Polina Sergienko
Linguophraseological continuum of the modern PR communication 8
Lyubov Nefedova
Peculiarities of functioning of fulturological ferms in the discourse of modern mass media (on the example of the term “Mediterraneization” in the German-speaking cultural area) 25
Igor Skuratov, Nataliia Poliakova
The role of linguistic and extralinguistic factors in the formation of new terminology of the modern French language 39

SEMIOTICS

Yulia Yevgrafova
Peculiarities of the organisation of everyday experience into myth in screen texts (a case study of the worldview concept hygge) 50
Anna Efimova
Transnational concepts (on the example of linguocultural type “macho”) 63
Aleksandra Pankratova
Design as a hyperreality metalanguage 74

STYLISTICS AND DISCOURSE ANALYSIS

Anton Veretennikov
Comparative method of the English-language military prescriptive discourse studying 88
Irina Kazakova, Elena Kosichenko, Sergey Kurilov
Genre-forming potential of institutional discourse (an analysis of English theme jokes) 98
Ekaterina Murashova 110

The linguocultureme “Retro” in modern political media discourse (an analysis of English-language political tweets)
Aleksey Romanov, Larisa Romanova
From rap battle to battle rap: transformational turn of functional rap discourse 123
Yulia Sorokina
Texts of online movie reviews: emotional and evaluative aspects 140

PSYCHOLINGUISTICS

Olga Vishnyakova, Andrey Lipgart, Natalia Martyushova
Memory studies: philological approach advantages and perspectives 150

FUNCTIONAL LANGUAGE STUDIES

Julia Gavrilova
Lexical and grammar analysis of texts in Cardiff grammar 167
List of authors 178

ЛЕКСИКОЛОГИЯ И ЛЕКСИКОГРАФИЯ

УДК 81’33

Миньяр-Белоручева Алла Петровна
Alla Minyar-Beloroucheva
Сергиенко Полина Игоревна
Polina Sergienko

Лингвофразеологический континуум в современной PR-коммуникации

Linguophraseological continuum of the modern PR communication

Аннотация. *Данная работа посвящена рассмотрению способов формирования англоязычных неологизмов, функционирующих в PR дискурсе, которые отражают состояние современного общества и особенности работы специалистов по связям с общественностью в сложном, нестабильном, противоречивом мире. Вопрос, касающийся определения неологизмов, остается открытым, что потребовало анализа разных точек зрения на данный феномен. Задача проводимого исследования состоит в установлении способов образования как полнозначных неологизмов, так и неологических акронимов и аббревиатур, а также неологических словосочетаний PR-дискурса. Цель данного исследования заключается в выявлении наиболее продуктивных способов образования новых специальных лексических единиц в современном PR дискурсе, который относится к новой предметной области широко развивающейся в нашей стране. Научная новизна работы заключается в том, что впервые в таком широкомасштабном формате происходит анализ способов словообразования неологизмов PR дискурса. Методы исследования, использованные в настоящей работе, включают анализ и синтез словообразовательных моделей, а также филологический анализ. Материалом данной научной работы послужили глоссарии по связям с общественностью несущего года, а также современные лексикографические источники неологизмов. В результате проведенного исследования были выявлены как способы, так и наиболее продуктивные модели и словоформы образования неологизмов, свойственных для PR дискурса. Каждый профессионально ориентированный язык характеризуется особым для него набором наиболее продуктивных словообразовательных моделей и словообразовательных элементов, существенно отличающихся от продуктивных моделей и аффиксов, выявленных для общеупотребительного литературного языка. Модальность неологизмов обусловлена коннотацией их словообразовательных форм.*

Abstract. *This paper is devoted to the study of English-language neologisms formation, which function in PR discourse, reflecting the state of art in the modern society and the peculiarities of the work of public relations specialists in the volatile, unstable, complex and ambiguous world. The issue concerning the definition of neologisms remains to be addressed, requiring the analysis of different points of view on this phenomenon. The research establishes ways of formation of full-fledged neologisms and neological acronyms and abbreviations, as well as neological phrases of PR discourse. The purpose of this study is to identify the most productive formation patterns of new professionally oriented lexical units in modern PR*

discourse. The scientific novelty of the work lies in the first large-scale attempt to analyse the ways of word formation of neologisms of PR discourse. The research methods used in this work include the analysis and synthesis of word-formation models, as well as philological analysis. The material chosen for the study includes glossaries on public relations, as well as modern lexicographic sources of neologisms. The results of the conducted research reveal methods and the most productive patterns of PR discourse neologisms. Every professionally oriented language is characterized by a special set of the most productive word-formation models and word-formation elements that differ significantly from the productive models and affixes identified for the commonly used literary language. The modality of neologisms is due to the connotation of their word-formation forms.

Ключевые слова: *неологизмы, PR дискурс, словоформы, продуктивные элементы, профессионально ориентированный язык*

Key-words: *neologisms, PR discourse, word formation, productive elements, professionally oriented language*

Введение

Лексика, будучи наиболее подвижной частью языка, отражает события, происходящие в мире. После двухлетнего коронавирусного интермеццо человечество начало возвращаться к реальной жизни, что нашло непосредственное воплощение в неологизмах, отражающих сложный, непредсказуемый, неоднозначный мир современности, новые слова которого все еще сохраняют память о недавнем событии, охватившем весь мир. Новая реальность и отношение к ней вербализуется в неологизмах, созданных в соответствии с существующими правилами и нормами словообразования, которые подразделяются на референциальные и экспрессивные [Cabré 1999: 206].

Следует отметить, что несмотря на то, что вопросами словообразования, позволяющими изучить процессы создания новых слов, занимаются продолжительное время, однозначного определения понятия «неологизм» не существует. Многие исследователи соглашаются с тем, что лексическая «единица является неологизмом, если она возникла недавно, если ее нет в словарях, если она проявляет признаки формальной нестабильности морфологической, графической, фонетической или семантической, и если говорящие воспринимают ее как новую единицу» [Cabré 1999], иными словами, «неологизм – это слово, которое воспринимается языковым сообществом как новое» [Cabré 1999] в определенный момент времени [Rey 1995:

75], и становится особенно актуальным для молодежного сленга [Лукин, Губочкина, 2022].

Познание человеком окружающей среды, фиксация нового знания составляют основу новых словообразовательных единиц, основной задачей которых является номинация [Кубрякова 2004]. Существующие способы словообразования, такие как словосложение, словослияние, конверсия, контаминация, аббревиация, аффиксация, создание неологизмов по аналогии характеризуются гибкостью и динамичностью. Особенное внимание словообразовательные модели современного состояния английского языка получили в исследованиях, посвященных интернет-дискурсу [Ахренова, 2012], а также неологическим терминам Covid-19 [Афанасова, 2021; Маник, Привалова, 2020] и неологическим метафорам [Ахренова, 2021]. Исследователи также отмечают значимость языкового потенциала, в том числе неологических единиц, для решения эвристических задач [Вишнякова и др., 2019], а также для представления аксиологической картины новой реальности [Миньяр-Белоручева, Сергиенко, 2022; Миньяр-Белоручева, Сергиенко, 2023].

Методология и методы. Методология данной работы базируется на достижениях отечественных и зарубежных исследователей в словообразования и неологизации таких как Е.И. Кубрякова, В.И. Заботкина, Е.Л. Боярской, Н.Ф. Алефиренко, Cabré, M.T., Rey A., Schmid H.-J., Методы исследования включают словообразовательный и дефиниционный анализ, филологический анализ, метод сплошной выборки.

Результаты и дискуссия

В английском языке наиболее частотным типом создания неологизмов является словосложение. Сложное слово, образованное посредством соединения двух и более существительных, представляет собой семантически единое целое [Миньяр-Белоручева, Сергиенко 2022], а не сумму слов с отдельными значениями, что приводит к компактному выражению содержащейся в них информации. К данному типу неологизмов относятся следующие: **press release, press kit, zoom**

fatigue; baby bust, gratification travel; ghost colleague; office housework.

Словослияние (blending), близкое к словосложению, отличается от него тем, что составляющие его исходные лексемы сокращаются и воспринимаются как единое слово: **infodemic** (“information” + “pandemic”) - заведомо ложная информация, распространяемая во время пандемии; **kniffiti** (“knit” + “graffiti”) - вязаные украшения, развешанные по городу после локдаунов; **algospeak** (“algorithm” + “speak”) означает тщательный выбор слов, который не предоставит возможность созданной посредством алгоритмов компьютерной цензуре заблокировать сообщение в соцсетях.

Соединение в разной степени усеченных лексических единиц приводит к созданию неологизмов, отражающих жизнь в современном мире. Так, неологизм **homotel** (“home” + “motel”) отражает настолько комфортные условия, созданные для человека в отеле, что он чувствует себя там как дома. Соединение **fexting** (“fighting” + “texting”) образует неологизм, означающий борьбу за право обмениваться текстовыми сообщениями, а не разговаривать по телефону или лично. Неологизм **hural,** являющийся усечением слов “home” + “mural” означает фотообои, занимающие все настенное пространство. Нелогическое словосочетание ‘**you’re flier’ed’**, образованное от слияния двух слов flier и fired, используется в значении продвигать что-либо посредством рекламных листовок. Неологизм **Loxit,** образованный от усеченных полнозначных слов (lockdown+exit), означает выход из локдауна. Соединение лексических единиц ‘fire’ и ‘tornado’ путем усечения последней, дает неологизм **‘firenado’,** использованный в информационных материалах для описания природных пожаров в Калифорнии и Неваде в США в 2020 и в 2022 годах.

Аффиксация является еще одной словообразовательной моделью, в которой наиболее широко используемые элементы являются суффиксы и префиксы, обладающие механизмом наследования информации [Боярская, 1999]. Это особенно отчетливо проявляется в усеченный единицах, суффиксом которых является -tion. Экономическая рецессия, вызванная продолжительным локдауном, объявленным в предшествующие

годы, как средство борьбы с пандемией, привела к сохранению памяти о ней в значительном количестве блендов, первый элемент которых является полнозначным словом, соединенным с усеченным коннотативно отрицательным словом inflation - “flation”. Так, отрицательно коннотативные неологизмы **ripflation, skimpflation, greedflation, stagflation** отражают экономически неблагоприятное состояния современного общества, в котором цены стали выше, качество продуктов питания понизилось, количественно уменьшилось, а покупательная способность в послековидном мире сократилась. Рассмотрим их по-отдельности. Так, неологизм **ripflation** (“rip off” – обман, жульничество + inflation) свидетельствует о чрезмерном повышении цен на товары потребления торговыми компаниями под предлогом инфляции. Его синоним **greedflation** (“greed” – жадность + “inflation”) отражает ситуацию, при которой компании, стремясь заработать как можно больше денег, оправдывают повышение цен выше разумного, также существующей инфляцией. Неологизм **skimpflation** (“skimp” - скупой + “inflation”) отражает снижение покупательской способности потребителей в результате инфляции; языковая единица **stagflation** (“stagnation” + “inflation”) описывает экономический застой в производстве в сочетании с инфляцией [Dictionary blog, URL].

Особая лингвокреативность проявляется при создании неологизмов с помощью приема удвоения (reduplication): **riff-raff** – бесполезный или ненужный элемент общества; а также контаминации (contamination): **copypasta** – информация, как, например, часть текста, которая была скопирована и широко распространена в сети Интернет. Считается, что данный компьютерный неологизм восходит к широко используемому термину copy/paste - копировать и вставлять информацию. Еще один фонологическим неологизмом является единица **zer-zer** - означающая особую харизму и сильное желание преуспеть, особенно в спорте.

Высокой продуктивностью обладает модель образования неологизмов посредством создания аббревиатур [Minyar-Beloroucheva et al., 2020] и акронимов. Нелогические акронимы **FTW** "for the win", а также **TBH** “to be honest” – широко

используются в социальных сетях в рамках PR коммуникаций для обозначения согласия с ранее высказанным мнением или общим положением дел. Неологический акроним **G.O.A.T.** (Greatest of all time) означает наилучший представитель общества или вещь в своей категории.

Словослияние также отличается высокой продуктивностью, что свидетельствует о лингвокреативности носителей языка и их стремлении справиться со сложной ситуацией посредством ее вербализации. Особое внимание необходимо уделить неологическим адъективным словосочетаниям, многие из которых не являются коннтативно нейтральными. Они подразделяются на экспрессивные, несущие положительную или отрицательную коннотация и референциальные, коннотативно нейтральные.

К экспрессивным неологическим словосочетаниям относится **dark post**, которое, благодаря прилагательному dark является коннотативно отрицательным, означая место для размещения рекламного и PR-материала в социальной сети, где его никто не увидит. К референциальным неологическим словосочетаниям относятся такие как: коннотативно нейтральное **dark store**, означающее большой магазин, ведущий торговлю с покупателями только посредством Интернет-заказов; и **dark academia**, означающее стиль, особенно одежды, свойственный «краснокирпичным» университетам, его студентам и профессорам. Данное словосочетание является нейтральным, поскольку входящее в его состав прилагательное **dark** является коннотативно нейтральным, обозначая цвет одежды студентов и преподавателей.

Референциальный неологизм, имеющий в составе прилагательное new - new collar worker - новый тип высокоплачиваемых сотрудников без высшего образования, не имеет коннотативного оттенка значения.

Неологизмы, созданные посредством аффиксации, особенно благородя широко распространенным в английском языке отрицательным префиксам (un-; de-; non-; il-; ir-), контрастируют с существующими в языке словами. Неологизм **unretirement**, образованный посредством добавления отрицательного префикса un- к слову “retirement”,

свидетельствует о желании людей, достигших пенсионного возраста, не уходить на пенсию в результате сложной экономической ситуации, являющейся результатом ряда волн локдаунов в мире, контрастирует с лексической единицей retirement. Неологизм **unlockdown**, означающий снятие ограничительных мер в противовес их введению, также была образована посредством добавления отрицательной приставки un-: **lockdown – unlockdown**. Приставка de- обозначает реверсивность действия. Например, сложный неологизм **De-roning,** означающий заниматься дезинфекцией, образован от roning, усеченного деривата -rona от неологизма coronavirus и посредством добавления приславки de-. Неологизм с той же приставкой, **defamation** - путем аффиксации получает противоположное значение от изначального корня -fame - информация, которая наносит вред чести и достоинству третьей стороне, а также подрывает ее репутацию, посредством устной или письменной клеветы, что является преступлением особого рода. Другие примеры включают: deconflinct – ослабление конфликтной ситуации (conflict – deconflict), defund - отменить финансовую поддержку (to fund-to defund), decarceration - сокращение людей, подлежащих лишению свободы (carceration – decarceration).

Приставка re- означает повторение или возобновление действия - **revaccination, resegregation, rerediative** - в ситуации изменения лексического значения под влиянием экстралингвистических факторов.

Как известно, в английском языке выделяют четыре группы приставок: пространственные, темпоральные, количественные и относительные, каждая из которых имеет свои особенности. Пространственные и темпоральные приставки являются отправной точкой, указывающей на то, что случилось до или после конкретного события [Schmid 2011: 160]. Приставка post- неологизма **post-Covid-19 world** демонстрирует идею нового мира после пандемии ковида, отличающегося от **pre-Covid-19 world**, который был до объявления коронавирусной пандемии. Считается, что посредством префиксации происходит экономия речевых усилий, извлекаются, обрабатываются и сохраняются знания. В префиксации остается семантически-

коннотативно-информационный след от лексических единиц, частью которых они ранее были, который передается неологизмам, элементом которых становятся аффиксы и префиксы, характеризующиеся закрепленной за ними положительной (-philia; -mania), отрицательной (-tion; -zation; -ism; -phobia; -gate) или нейтральной (-ness; -able) коннотацией. Необходимо подчеркнуть, что префиксы выполняют «сложные функции, связанные не только с <…> языковыми единицами, но и стоящими за ними структурами представления экстралингвистического (энциклопедического) знания» [КСКТ 1996: 97], порождая новые словоформы. Так, неологизм **whataboutism**, образованный посредством слияния двух служебных слов, вопросительного ‘what’ и предлога ‘about' путем добавления отрицательно коннотативного суффикса - ism, означает ответную реакцию на критику в адрес неверно совершаемых действий, по нению одной из сторон. Данный термин приобретает отрицательное значение, поскольку используется для характеристики поведения идеологического оппонента. Неологизмы с суффиксом -ize включают **otherize**, обозначающий что-то, относящееся к другой группе людей, **enemize** - создавать врагов.

Как правило, неологизмы классифицируют по ряду параметров. С точки зрения пополнения словарного состава языка выделяют:

- **абсолютно новые лексемы** (creatio ex nihilo) [Заботкина, Степанов, 1982: 6], к которым относятся фонологические неологизмы, имена собственные, такие как антропоним **Ollie**, который изначально был названием бренда-производителя собачьего корма, а в дальнейшем стал использоваться как эпоним для обозначения трюков скейтбордистов. Бренд фруктовых соков **Odwalla**, который переживал успех и поражение, назван в честь персонажа, который вывел «людей солнца» из «серой мглы» в песне-стихотворении «Иллиструм», написанной Роско Митчеллом и исполненной Художественным ансамблем Чикагской джазовой группы, членом которой был Митчелл. Следует отметить, что данный тип неологизации отличается низкой продуктивностью.

– **заимствования** слов и морфем из латинского и древнегреческого языков. Одним из наиболее успешных примеров создания новых слов, является неологизм **demoscope.** Созданный благодаря соединению двух греческих слов "demos" – народ и "scopos", деривату греческой лексической единицы "spec", означающей «наблюдатель», неологизм “**demoscope”** означает изучение общества посредством опроса общественного мнения, предпринятого специалистами в области PR и рекламы.

Приставка от греческого словообразующего элемента tele- (далеко) является часть неологизмов **telematics, telecommunications -** новейшие технологии, охватывающие телекоммуникации, автомобильные технологии (автомобильный транспорт, безопасность дорожного движения и т.д.), электротехнику (датчики, приборы, беспроводная связь и т.д.) и информатику (мультимедиа, Интернет и т.д.). Явление, обозначенное термином **wokism**, образованным от афроамериканского просторечного английского выражения stay awakened (или перфектной формы глагола wake-awoken), + суффикс -ism, называют «пробуждение» народа, или осознание проблем, касающихся социальной и расовой справедливости.

– **семантическая деривация,** или по классификации В.Г. Гака, **семантическая инновация** [Гак, 1978: 37]**,** когда существующие формы слов наполняются новым содержанием. Языковая единица в традиционном значении **browser** – посетитель книжного магазина, перелистывающий книги, приобрела новое значение – система навигации и просмотра информации в Интернете. Неологизм **communicator** – из «аппаратуры связи» поменяло значение на диспетчера авиационной связи, а в сфере связей с общественностью – специалист по созданию медийной продукции. Лексическая единица **troll**, обозначающая злобного, враждебного людям, скандинавского мифического персонажа, была переосмыслена и получила значение – человек, который враждебно относится к людям и пишет оскорбительные сообщения в социальных сетях. Также к семантическим неологизмам относятся следующие лексические единицы: **two-spot** (двоеточие), **watchdog,** в значении слежки и контроля информации, **twitter** – переосмысленная трель птицы (twitter, to tweet) для обозначения

микроблогов и социальной сети для общения краткими сообщениями (tweets). **Coffee** – кашляющий на другого (от англ. to cough - кашлять). Подобные единицы носят окказиональный характер употребления, поскольку не используются в их традиционной номинации. Исследователи отмечают высокий уровень стилистического выделения подобных единицы с целью создания эффекта новизны [Заботкина 1989: 87]. В академической среде появилась новая форма проведения мероприятий по решению конкретных задач, стимулирующая креативность всех участников, получившее название **aquarium**. В замкнутом пространстве в течение короткого времени участники должны предложить оригинальное решение поставленной задачи.

– морфологическое словообразование**,** когда неологизмы создаются из имеющегося в языке морфологического материала по существующим моделям. Неологическая единица **staycation,** образованная по аналогии с vacation**, drivacation** (отпуск на автомобиле) – обозначает отпуск, который проводят дома или в местности недалеко от него. Единица языка, образованная по существующим моделям – **geobragging**, состоит из части слова geo- в значении географического местоположения и герундивной формы bragging – хвастаться – приобретает значение повторяющихся сообщений в соцсетях с указанием места нахождения с целью привлечь к себе внимание или вызвать зависть. Неологизм **caffeinoholic** означает человека, имеющего зависимость от кофеина, по аналогии с workaholic и shopoholic.

Е.С. Кубрякова подчеркивала, что аналогия играет определяющую роль в словообразовании, поскольку благодаря аналогиям «могут как создаваться новые единицы, так и переиначиваться, перекраиваться старые; благодаря аналогии конкурируют разные формы одной единицы и одна единица вытесняется другой; меняются составы словоизменительных и словообразовательных моделей, увеличивается или сокращается численность некогда однотипных рядов форм» [Кубрякова, 1987: 45].

В.Г. Гак выделяет неологизмы per se, т.е. лексические единицы, новая форма и новое содержание которых вербализуют то, что ранее не имело названия [Гак, 1978: 37]. Примерами из

области PR являются названия абсолютно новых брендов, названия которых были специально созданы: **Laundromat, Band-aid, Granola, Frisbee, Tupperware, Kleenex**. В профессиональной и образовательной среде появились новые форматы проведения конференций и как учёных, так и профессиональных собрания, получивших названия: **meetups, pecha-kucha, harathon**.

Следует отметить, что существует еще один способ образования неологизмов, который не был ранее описан в работах отечественных лингвистов. В рамках рассматриваемого дискурса отдельного внимания заслуживают неологизмы, составленные путем сочетания аббревиатуры или акронима и полнозначного слова: PR communication (public relations+communications), POS materials (point-of-sale + materials), PP (product placement), SUP board, SUP surfing (stand up paddle +boarding/surfing), COVID test (coronavirus disease+test), PEST analysis (political, economic, social, technological factors+analysis), при этом аббревиатура может занимать любое место в неологическом словосочетании: pre-COVID era, VIP tour (very important person + tour), inbound PR (новый взгляд на осуществление PR - контр-сообщение традиционному PR), in-house PR (PR-отдел в рамках компании).

Неологизмы, новые слова и значения, изменяющие существующую картину мира, закрепляются в языке посредством их социализации и лексикализации. Еще большему тиражированию способствует направленная коммуникация с аудиторией, предлагающая готовое решение или сформированную точку зрения по определённому вопросу.

Создание неологизмов соотносится с понятием продуктивности, под которой понимается словообразовательная модель, использующаяся для образования новых слов. Продуктивность моделей характеризуется динамизмом, продуктивные аффиксы не статичны, а меняются со временем и в соответствии с профессиональной деятельностью, в которой они функционируют.

Как показало исследование, продуктивными в современном английском языке сферы по связям с общественностью являются следующие суффиксы и префиксы:

- er/-or: manager, backgounder, stakeholder, communicator, gatekeeper, investor; influencer, brand ambassador;

-ion: - communication, localization, mission, vision, investor relations, reputation, value proposition;

-ity: findability; vanity.

-ship: thought leadership;

- ment: paid placement;

pro-: proactive;

re-: reactional;

cyber: cyberattack, cyber-security; cyber threat, cyber security threat;

trans: transhuman; transhumanism;

К продуктивным моделям создания неологизмов, функционирующих PR-дискурсе, относятся причастия прошедшего времени: earned reputation, bound PR, paid actions.

Особая роль в PR-дискурсе отводится неологическим аббревиатурам, которые являются средством экономии языка и состоят исключительно из языковых средств ATL, BTL, USP, PP, SEO, ROI, SMM, SMR, CRM, CMS; а также из сочетания букв и цифр: B2B (business to business), B2C (business to customer), C2C (customer to customer). К особой группе относятся сочетание аббревиатур и полнозначных слов: RSS feeds, PESO model, RACE formula, outbound PR.

Также продуктивными и полифункциональными для PR-дискурса являются слова на -ing [Сергиенко, 2022]: personal branding, bridging, marketing, positioning, copywriting, clipping, storytelling, corporate blogging, newsjacketing, growthhacking, messaging, networking, social monitoring, purpose washing. Подобные единицы, являющиеся самыми многочисленными в означенном дискурсе, обозначают продолжительность действия или указывают на его значимость для настоящего времени. Исследователи отмечают корреляцию между сферой деятельности и продуктивностью словообразовательных моделей [Миньяр-Белоручева, 2012]. Для каждого профессионально ориентированного языка одни суффиксы являются более предпочтительными, другие менее. Так, для неологизмов, функционирующих в PR дискурсе, наиболее продуктивными являются слова на-*ing*, а также суффиксы: *-er*, -

tion, -ity, -ship, -ment; префиксы: *post-, cyber-, trans-, super-; pro-, pre- , re-*, благодаря которым были созданы большинство неологизмов. Также отмечается высокая степень неологических словосочетаний, в состав которых входит аббревиатуры или акронимы. Чрезвычайной продуктивным является также сложение слов, образованных по модели N+N construction: brand promise, case study, communication strategy, brand awareness, case study, Media value.

Заключение

Проведенное исследование показало, что неологизмы образуются в современной PR-коммуникации посредством аббревиации, являются производными словами, образованными из имеющихся в языке слов, аффиксов, основ, а также переосмысления имеющихся лексических единиц. Словосложение свойственно каждому языку, отражающему отдельно взятую область человеческой деятельности, однако одни модели оказываются более предпочтительными, чем другие. Для языка PR дискурса наиболее продуктивными являются пять суффиксов и семь префиксов, участвующих в создании неологизмов данной области.

Необходимо подчеркнуть, что сходство неологизмов с существующими в языке словами облегчает понимание значения PR неологизмов, а также их запоминание, что является залогом их социализации и лексикализации. PR неологизмы, имена существительные и герундии, как правило, создаются в момент происходящего события и мероприятия, оставаясь актуальным до тех пор, пока они репрезентируют события, знаменательные для конкретного времени, и выходят из активного речеупотребления после потери их значимости для социума.

Литература

1. Афанасова В.В. Изменение значений медицинских терминов под влиянием пандемии Covid-19// Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2021. №3 (35). С. 25–36.
2. Ахренова Н.А. Особенности словообразования в Интернет-лингвистике // Научное мнение. 2012. №1 С.21–24.

3. Ахренова Н.А. Особенности презентации концепта COVID-19: концептуальная метафора// Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2021. №2 (34). С. 47–54.
4. Боярская Е.Л. Когнитивные основы формирования новых значений полисемантичных существительных современного английского языка: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1999. 24 с.
5. Вишнякова О.Д., Вишнякова Е.А., Доброрадных Т.А Актуализация языкового потенциала как способ решения эвристических задач в англоязычном дискурсе СМИ/ Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. 2019. № 3 (27). С. 21–31.
6. Гак В.Г. О современной французской неологии // Новые слова и словари новых слов. Л.: Наука. 1978. С. 37–52.
7. Заботкина В.И., Степанов Г.М. Неологизмы в современном английском языке: Учеб. Пособие. Калининград: КГУ, 1982. 79 с.
8. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. М., 1989. С. 16–22.
9. Краткий словарь когнитивных терминов/ Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац Л. Г. Лузина; Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М.: Филол. фак. МГУ, 1996. 245 с.
10. Кубрякова Е. С. Размышления об аналогии// Сущность, развитие и функции языка. М.: Наука. 1987. С. 43–51.
11. Лукин Д. С., Губочкина, Л. Ю. Некоторые особенности репрезентации неологизмов в англоязычном дискурсе (на материале романа Дж. Брандрета «Have You Eaten Grandma?») // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики № 1 (37) 2022. С. 39–47.
12. Маник С.А., Привалова, Д.В. Концепт авторского словаря-неологизмов английского языка эпохи Covid-19// Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2020. №4(32). С. 20–26.
13. Миньяр-Белоручева А.П. К проблеме создания политических неологизмов // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика, 2012. Том 15, № 25 (284). С. 32–37.
14. Миньяр-Белоручева А.П., Сергиенко П.И. Новое коммуникативное мышление – новые ценности в современном языке PR // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика.2022. Том 60. № 5. С. 74-80 DOI:https://doi.org/10.12737/2587-9103-2022-11-5-74-80
15. Миньяр-Белоручева А.П., Сергиенко П.И. Лингвокультурные ценности PR-коммуникации в эпоху новой этики// Вестник

Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 1. С. 63–74.
16. Сергиенко, П.И. Полифункциональность грамматических единиц в текстах англоязычного PR-дискурса // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. 2022. Т. 2, № 38. С. 127–140.
17. Cabré, M.T. Terminology: Theory, methods, and applications. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1999. Translation of: La Terminología: Teoría, metodología, aplicaciones. Barcelona: Editorial Antártida. –248 p.
18. Database: The Rice University Neologisms Database, URL: https://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=1104 (Дата обращения 02.08.2022).
19. Dictionary blog. URL: https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/. (Дата обращения 02.08.2022).
20. Minyar-Beloroucheva, A.P., Sergienko, P.I., Vishnyakova E.A., Vishnyakova O.D. Semantic and Cognitive Communicative Aspects of Abbreviation in the Modern English Discourse Varieties// INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGLISH LINGUISTICS, 2020, vol. 10, № 1. P 26-36 DOI:10.5539/ijel.v10n1p26
21. Rey, A. The Concept of Neologism and the Evolution of Terminologies in Individual Languages. In: Sager (ed.) Essays on Terminology, 1995. Amsterdam: John Benjamins Publishing. Translation of: L’aménagement de la Néologie. Office de la language française du Québec. January 1975. Pp. 9–28.
22. Schmid, H.-J. English Morphology and Word-formation. An Introduction. Berlin: Erich Schmidt, 2011. 255 p.

References

1. Afanasova, V.V. Izmenenie znachenij medicinskix terminov pod vliyaniem pandemii Covid-19 [Changing the meanings of medical terms under the influence of the Covid-19 pandemic] // Ucheny`e zapiski nacional`nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki. 2021 №3 (35). Pp. 25–36.
2. Axrenova, N.A. Osobennosti slovoobrazovaniya v Internet-lingvistike [Features of word formation in Internet linguistics] // Nauchnoe mnenie. 2012. №1 Pp. 21–24.
3. Axrenova, N.A. Osobennosti prezentacii koncepta COVID-19: konceptual'naja metafora [Peculiaritues of presentation of the concept

COVID-19: cognitive metaphor]// Ucheny`e zapiski nacional`nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki. 2021 №2 (34). Pp. 47–54.
4. Boyarskaya, E.L. Kognitivny`e osnovy` formirovaniya novy`x znachenij polisemantichny`x sushhestvitel`ny`x sovremennogo anglijskogo yazy`ka [Cognitive foundations of the formation of new meanings of polysemantic nouns of the modern English language]: avtoref. dis. … kand. filol. nauk: 10.02.04. M., 1999. 24 p.
5. Vishnjakova, O.D., Vishnjakova, E.A., Dobroradnyh T.A Aktualizacija jazykovogo potenciala kak sposob reshenija jevristicheskih zadach v anglojazychnom diskurse SMI/ Uchenye zapiski Nacional'nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki. 2019. № 3 (27). Pp. 21–31.
6. Gak, V.G. O sovremennoj franczuzskoj neologii [On modern French neology] // Novy`e slova i slovari novy`x slov. L.: Nauka. 1978. Pp. 37–52.
7. Zabotkina, V.I., Stepanov, G.M. Neologizmy` v sovremennom anglijskom yazy`ke [Neologisms in modern English]: Ucheb. Posobie. Kaliningrad: KGU, 1982. 79 p.
8. Zabotkina, V.I. Novaya leksika sovremennogo anglijskogo yazy`ka [New words of modern English.]. M., 1989. Pp. 16–22.
9. Kratkij slovar` kognitivny`x terminov [A short dictionary of cognitive terms]/ E. S. Kubryakova, V. Z. Dem`yankov, Yu. G. Pankracz, L. G. Luzina; Pod obshh. red. E. S. Kubryakovoj. M.: Filol. fak. MGU, 1996. 245 p.
10. Kubryakova, E. S. Razmy`shleniya ob analogii [Reflections on analogy] // Sushhnost`, razvitie i funkcii yazy`ka. M.: Nauka. 1987. Pp. 43–51.
11. Lukin, D. S., Gubochkina L. Yu. Nekotory`e osobennosti reprezentacii neologizmov v angloyazy`chnom diskurse (na materiale romana Dzh. Brandreta «Have You Eaten Grandma?») [Some features of the representation of neologisms in English-language discourse, a case study of J. Brandreth's "Have You Eaten Grandma?"] // Ucheny`e zapiski Nacional`nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki № 1 (37) 2022. Pp. 39–47.
12. Manik, S.A., Privalova, D.V. Koncept avtorskogo slovarya-neologizmov anglijskogo yazy`ka e`poxi Covid-19 [The concept of the author's dictionary of neologisms of the English language of the Covid-19 era] // Ucheny`e zapiski nacional`nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki. 2020. №4 (32). Pp. 20–26.
13. Minyar-Belorucheva, A.P. On the creation of political neologisms // Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics. 2012. Volume 15, No. 25 (284). Pp. 32–37.

14. Minyar-Belorucheva, A. P., Sergienko, P. I. New Communication Thinking — New Values Within PR Language// Scientific Research and Development. Modern Communication Studies. 2022. No. 5. Pp. 74–80. DOI: https://doi.org/10.12737/2587-9103-2022-11-5-74-80
15. Minyar-Beloroucheva, A.P., Sergienko, P.I. Linguistic and cultural values of PR communication at the cancel culture time//Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication. 2023. No. 1. Pp. 63–74.
16. Sergienko, P.I. Polifunkcional'nost' grammaticheskih edinic v tekstah anglojazychnogo PR-diskursa [Polyfunctional grammar units in English PR discourse texts]//Ucheny`e zapiski nacional`nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki. 2022 №2(88). Pp. 127–140.
17. Cabré, M.T. 1999. Terminology: Theory, methods, and applications. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1999. Translation of: La Terminología: Teoría, metodología, aplicaciones. Barcelona: Editorial Antártida. 248 p.
18. Database: The Rice University Neologisms Database, URL: https://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=1104 (Accessed 02.08. 2022).
19. Dictionary blog. URL: https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words. (Accessed 02.08. 2022).
20. Minyar-Beloroucheva, A.P., Sergienko, P.I., Vishnyakova, E.A., Vishnyakova O.D. Semantic and Cognitive Communicative Aspects of Abbreviation in the Modern English Discourse Varieties// INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGLISH LINGUISTICS, 2020, vol. 10, № 1. Pp. 26-36 DOI:10.5539/ijel.v10n1p26
21. Rey, A. The Concept of Neologism and the Evolution of Terminologies in Individual Languages. In: Sager (ed.) Essays on Terminology, 1995. Amsterdam: John Benjamins Publishing. Translation of: L'aménagement de la Néologie. Office de la language française du Québec. January 1975. PP. 9–28.
22. Schmid, H.-J. English Morphology and Word-formation. An Introduction. Berlin: Erich Schmidt, 2011. 255 p.

УДК 81.373

Нефедова Любовь Аркадьевна
Lyubov Nefedova

Особенности функционирования терминов культурологии в дискурсе современных СМИ (на примере термина «медитерранизация» в немецкоязычном культурном ареале)

Peculiarities of functioning of culturological terms in the discourse of modern mass media (on the example of the term “Mediterraneization” in the German-speaking cultural area)

Аннотация. *В статье рассматриваются вопросы, связанные с особенностями функционирования новых терминов культурологии в дискурсе современных СМИ. Актуальность исследования обусловлена непреходящим интересом лингвистов к изучению новых явлений, которые представляют собой влияние одних стран на культуру, язык и образ жизни жителей других стран. Научная новизна исследования заключается в обращении к описанию термина «медитерранизация» (нем. Mediterranisierung) в немецкоязычном культурном ареале в качестве термина культурологии, для которого значима культурологическая составляющая в семантике, и его функционирования в дискурсе современных немецкоязычных СМИ. Для этого были рассмотрены коллокации с ключевыми семами mediterran – ‘средиземноморский’, mediterranisieren – ‘сделать (кого-то или что-то) средиземноморским’ и Mediterranisierung – ‘медитерранизация’, отобранные из корпуса текстов словаря немецкого языка DWDS и из текстового корпуса DeReKo. В результате изучения функционирования коллокаций, выражающих сущностные признаки термина «медитерранизация», в дискурсе современных СМИ определено его понятийное содержание. Сделан вывод, что под медитерранизацией понимают различные явления, которые связаны с изменением климата и адаптацией к условиям жизни в южных, средиземноморских странах. В СМИ пишут о медитерранизации климата, образа жизни, культуры питания, общественного пространства. Медитерранизация общественного пространства наблюдается в центрально-европейских городах с начала XXI-го в.: общественное пространство начинает использоваться по примеру туристических городов Средиземноморского региона. Медитерранизация понимается также как «культура под открытым небом», признак либеральности, открытости и космополитизма. Она рассматривается как фактор, влияющий на новое отношение к жизни. При этом пандемия COVID-19 сыграла положительную роль в процессе медитерранизации: появилась новая акция – балконное искусство. Таким образом, на примере термина «медитерранизация» было отмечено, что медийность, т.е. частотность упоминаемости в СМИ, известность широким массам, благодаря освещению в них является важным свойством терминов культурологии.*

Abstract. *The article deals with issues related to the peculiarities of the functioning of new terms of cultural studies in the discourse of modern media. The relevance of the study is due to the enduring interest of linguists in the study of new phenomena, which are the influence of some countries on the culture, language and lifestyle of the inhabitants of other countries. The scientific novelty of the study lies in referring to the description of the term “Mediterraneization” (German: “Mediterranisierung”) in the German-speaking cultural area as a term of cultural*

studies, for which the cultural component in semantics is significant, and its functioning in the discourse of modern German-language media. For this, collocations with the key semes "mediterran" – 'Mediterranean', "mediterranisieren" – 'make (someone or something) Mediterranean' and "Mediterranisierung" – 'Mediterraneization', selected from the text corpus of the German language dictionary DWDS and from the text corpus DeReKo, were considered. As a result of studying the functioning of collocations, expressing the essential features of the term "Mediterraneization", its conceptual content is determined in the discourse of modern media. It is concluded that "Mediterraneization" is understood as various phenomena that are associated with climate change and adaptation to living conditions in the southern, Mediterranean countries. The media write about the mediterraneization of the climate, lifestyle, food culture, and public space. The mediterraneization of public space has been observed in Central European cities since the beginning of the 21st century: public space is beginning to be used following the example of tourist cities in the Mediterranean region. Mediterraneization is also understood as an "open-air culture", a sign of liberality, openness and cosmopolitanism. It is seen as a factor influencing a new attitude towards life. At the same time, the COVID-19 pandemic played a positive role in the process of mediterraneization: a new action appeared – balcony art. Thus, using the term "Mediterraneization" as an example, it was noted that the mention of someone or something in the media, i.e. frequency of mention in the media, fame to the general public, due to coverage in them is an important property of the terms of cultural studies.

***Ключевые слова**: медитерранизация; Средиземноморье; термин культурологии; дискурс современных СМИ; медийность; немецкий язык*

***Keywords:** mediterraneization; Mediterranean; term of cultural studies; discourse of modern media; media coverage; German language*

Введение

В центре внимания статьи находится термин «медитерранизация» (нем. Mediterranisierung), или «средиземноморизация», получающий широкое распространение как термин культурологии, прежде всего, в немецкоязычных СМИ.

Анализ русскоязычного медиадискурса показывает, что чаще всего речь идет о медитерранизации как термине биологии. Медитерранизация – это «процесс активного проникновения и закрепления видов из Средиземного моря» [Пузанов, 1967], а конкретнее, процесс проникновения через Босфор новых видов фауны в Черное море из Средиземного, уподобление Черного моря Средиземному. Наиболее распространенная коллокация с термином: *медитерранизация (фауны) Черного моря (и Азовского морей)*. Реже встречается словосочетание *медитерранизация климата*. Другой контекст употребления в российских СМИ – общественно-политический: СМИ пишут о медитерранизации Италии в политике и концепции национальной безопасности, медитерранизации итальянской внешней политики. Как термин социологии медитерранизация

означает миграцию населения с Юга на Север: так «медитерранизация» Парижа – это увеличение населения за счет выходцев с Юга – из Африки (по аналогии с пуэрториканизацией Нью-Йорка).

О медитерранизации культуры писал поэт-символист Вячеслав Иванов, творивший в Риме. Под медитерранизацией он понимал влияние культуры Италии на другие культуры: «…Любовь к Италии – показатель высоты просвещения. По тому, как любят Италию и что в ней любят, можно судить о характере эпохи… Медитерранизация культуры повышает ее значение для нас. Чем средиземнее, тем древнее; чем древнее, тем самобытнее и духовно жизнестойче. Италия должна рассматриваться нами как сестра Византии и Эллады. Мы ее внучатые племянники» [цит. по: Шишкин, 1997: 503].

Термин также встраивается в ряд аналогичных терминов культурологии, таких, как «американизация» (влияние США на массовую культуру, язык и политику других стран), «ориентализация» (придание восточного характера или колорита), «славянизация» (придание славянского вида, характера кому-нибудь или чему-нибудь; перенятие славянских культурных черт неславянскими народами), «полонизация» (заимствование или насаждение польской культуры), «германизация» (введение немецкого языка и распространение немецкой культуры среди других народов), «японизация» (распространение японской массовой продукции в мире). Например: *американизация советской и русской культуры, Японии; ориентализация русской армии; славянизация Балкан, балтов, уралоязычных народов Волго-Окского междуречья; полонизация Белоруссии, Украины; германизация Чехии, Польши.*

Постановка проблемы

Функционирование терминов традиционно описывается в коммуникативной практике специальных дискурсов. В качестве материала данного исследования для семантизации термина «медитерранизация», не включенного в состав словарей терминов культурологии, используются медийные тексты.

В современных немецкоязычных СМИ отмечается, что в настоящее время происходит медитерранизация не только черноморского региона, но даже «частичная медитерранизация

мира». Пресса акцентирует внимание на таком аспекте явления, как придание городам немецкоязычного культурного ареала средиземноморского характера или колорита: наблюдается медитерранизация немецкого образа жизни; подчеркивается, что австрийцы более «средиземноморские», чем немцы, потому что они исповедуют средиземноморскую легкость вместо прусской чопорности и т.д.

Таким образом, медитерранизация, или «средиземноморизация», – новое явление, наблюдаемое в последние десятилетия в городах Центральной Европы, которое представляет собой влияние Средиземноморья на образ жизни их жителей.

Цель статьи заключается в определении понятия медитерранизации как термина культурологии за рамками специального текста на основе изучения функционирования как самого термина, так и коллокаций, выражающих его сущностные признаки, в дискурсе современных немецкоязычных СМИ.

Для достижения этой цели рассматриваются коллокации с лексемами *mediterran* – ‘средиземноморский’, *mediterranisieren* – ‘сделать (кого-то или что-то) средиземноморским’ и *Mediterranisierung* – ‘медитерранизация’, отобранные из электронного корпуса медиатекстов словаря немецкого языка DWDS [DWDS, 2023], а также из текстового корпуса DeReKo [DeReKo, 2023]. Лингвистический анализ словосочетаний позволяет понять специфику средиземноморской культуры и определить значение понятия медитерранизации в современном медиадискурсе.

Как уже отмечалось ранее в наших работах, «медийность, т.е. частотность упоминаемости в СМИ, известность широким массам, благодаря освещению в них – важное свойство, прежде всего, общественно-политического термина [Нефедова, 2021]. В отечественной лингвистике комплексное и многостороннее описание современной общественно-политической терминологии английского языка на основе электронного корпуса медиатекстов было предложено С.А. Маник [Маник, 2015]. Но учитывая тот факт, что медийные тексты выступают носителями медийного модуля современной культуры [Хорольский, 2015], медийными являются и многие ключевые термины культурологии [Садохин,

2014; Nefedova, 2022]. При частом использовании в медиадискурсе свойство медийности приобретают новые актуальные термины. Так это происходит с термином культурологии «медитерранизация» (Mediterranisierung), активно обсуждаемым в современных немецкоязычных СМИ. Медитерранизация рассматривается в качестве нового тренда городов (*Trend zur Mediterranisierung*). Современные газеты пестрят заголовками типа *Droht Deutschland eine Mediterranisierung?* (*Представляет медитерранизация угрозу для Германии?*), (*Wie mediterran ist Leipzig? Leipzig erlebe eine „Mediterranisierung“ – Насколько средиземноморским стал Лейпциг? Лейпциг переживает медитерранизацию*), *Der Oleander erobert die Schweiz – die Pflanze steht für die Mediterranisierung unseres Alltags – олеандр завоёвывает Швейцарию – растение символизирует медитерранизацию нашей повседневной жизни*).

Тем самым в данной работе продолжают разрабатываться вопросы понимания семантических процессов, происходящих на материале терминологических единиц, активно обсуждаемые в современной научной литературе [Сергиенко, 2021].

Понятие *mediterran* (‘средиземноморский’) в современном немецкоязычном медиадискурсе

Термин «медитерранизация» может быть семантизирован посредством прилагательного *mediterran* – ‘средиземноморский’.

Прилагательное *mediterran* имеет значение ‘характерный для Средиземноморья’, ‘принадлежащий к Средиземноморскому региону’ в толковом словаре немецкого языка DUDEN и относится к «лексике образованных людей» и «языку для специальных целей», согласно словарным пометам [DUDEN, 2023]. Понятие *mediterran* включает в себя все, что связано со Средиземноморьем. Чаще всего это понятие ассоциируется с теплым климатом, плодородием, богатой флорой и фауной.

Характерными словосочетаниями со словом *mediterran* являются следующие:

- *mediterranes Klima, mediterrane Flora – климат, флора;*

- *mediterranes Flair, Ambiente; mediterrane Atmosphäre, Urlaubsatmosphäre, Stimmung* auch *mediterraner Charme, Glanz – своеобразие, стиль, атмосфера, настроение, шарм, блеск;*

- *mediterranes Lebensgefühl; mediterraner Lebensstil / Lifestyle, mediterrane Lebensfreude, Lebensart, Lebenslust, Leichtigkeit, Gelassenheit – отношение к жизни; образ жизни, жизнерадостность, легкость, умиротворенность;*

- *mediterrane Küche, Ernährung, Kost, Speisen – кухня, пища, питание, блюда;*

- *mediterrane Mode, mediterraner Kleidungsstil, mediterraner Look – мода, стиль одежды, вид.*

Средиземноморский стиль в интерьере (mediterraner Einrichtungsstil) сочетает в себе открытость, яркость и магию юга; означает использование натуральных материалов, таких, как дерево, железо, натуральный камень и, естественно, обожжённая глина, терракота. В средиземноморских цветах преобладают цвета земли и растений всех оттенков, а также цвета неба и моря. Белый цвет встречается в бывшей мавританской Андалусии и на греческих островах. У этого стиля есть два отличительных признака: средиземноморский греческий стиль с плиткой и гипсовой штукатуркой и средиземноморский итальянский стиль с земляными тонами, красной черепицей, терракотой, керамикой и кожаной мебелью.

Средиземноморская кухня (*mediterrane Küche)* – это здоровое сбалансированное питание, основанное на кулинарных привычках различных стран Средиземноморья. В ней используется меньше животных и больше растительных жиров. Это пища, богатая свежими овощами и фруктами, оливковым маслом, рыбой и морепродуктами.

Летний отдых у многих ассоциируется не только с солнцем и пляжем, но и со средиземноморской кухней. Средиземноморские рецепты вызывают в воображении ощущение праздника на своей кухне дома. Французская кухня недавно была объявлена объектом нематериального всемирного наследия. В средиземноморской кухне много французских, итальянских, испанских, греческих, турецких блюд с колоритом отпуска, которые распространяются в немецкоязычных странах:

- французские блюда: *Mousse au chocolat, Crème Vichyssoise, Cassoulet, Chateaubriand mit Speckbohnen, Macaire-Kartoffeln und Sauce Béarnaise, Crème brûlée, Clafoutis aux cerises, Boeuf Bourguignon, Ratatouille, Quiche Lorraine;*

- итальянские блюда: *Focaccia mit Tomaten und Rosmarin, Arancini Siciliani, Involtini à la Saltimbocca mit Sahnesoße, Cantuccini, Crema di Limoncello, Lasagne al forno, Saltimbocca alla Romana;*

- испанские блюда: *Gazpacho, Gambas Pil Pil, Patatas a la riojana, Ensaimadas (süße Brötchen), Dulce de leche, Antonios Zuppa di Mare, Pimientos de Padron, Mejillones a la marinera, Don Diegos Calamares encebollados;*

- греческие блюда: *Agis Gyros in Metaxasauce, Moussaka, Stifado, Saganaki, Tzaziki, Galaktobóuriko, Karidopita;*

- турецкие блюда: *Menemen, Lahmacun, Pide und Börek.*

Средиземноморье долгие годы олицетворяло определенный *средиземноморский образ жизни (mediterraner Lebensstil / Lifestyle)*. Средиземноморский регион состоит из более, чем 20 стран, которые не только очень разные, но и имеют индивидуальный взгляд на средиземноморский образ жизни. Средиземноморский стиль жизни сочетает в себе влияние Испании, Франции, Италии, Греции, Турции, Кипра, балканских стран, стран северной Африки, Ливана, Сирии, Израиля, Государства Палестина. Стиль так же разнообразен и индивидуален, как и различные культуры.

Тем не менее, у них есть общее: различные культуры региона характеризуют единый стиль. Весьма характерной чертой средиземноморского образа жизни являются умиротворенность и спокойствие *(Gelassenheit)*. Жители Средиземноморья открыты и жизнерадостны. Они любят жизнь на свежем воздухе, с удовольствием прогуливаются по улицам и наслаждаются долгими беседами с друзьями. Средиземноморский образ жизни ассоциируется со стремлением к солнцу, теплу, дружелюбным краскам и удовольствиям. Жизнь в средиземноморском стиле легкая и по-летнему непринужденная, это ощущение лета в любое время года.

Средиземноморье на протяжении тысячелетий развивало свою собственную культуру, с которой местные жители идентифицируют себя; культуру, состоящую из света, радости, жизни на свежем воздухе, фестивалей, цветов и запахов. Простота и разнообразие становятся сбалансированным и совершенным сочетанием. Афины, Александрия, Рим и

Византия/Константинополь оказали большое влияние на все районы вокруг Средиземноморья вплоть до северной Европы. Классическая философия, демократия и республика берут свое начало в Средиземноморье. Многие работы известных художников были вдохновлены Средиземноморьем: Винсент Ван Гог и Поль Сезанн ценили средиземноморский климат и необыкновенный свет. Средиземноморские растения были завезены в Центральную Европу Фридрихом Великим в XVIII-ом в. В Пруссии появились баклажаны, лимоны, апельсиновые деревья, тутовое дерево для разведения тутового шелкопряда.

Прилагательное *mediterran* является также синонимом менталитета жителей Средиземноморья, который формирует такая лексика французского языка, как *Nonchalance* – беззаботность, *Savoir vivre* – «умение жить», обходительность.

Термин «медитерранизация» в современном немецкоязычном медиадискурсе

Термин «медитерранизация» является производным словом от глагола *mediterranisieren* – ‘сделать (кого-то или что-то) средиземноморским’. Этот глагол отсутствует в словарях немецкого языка и используется редко. В переводе с английского языка *meyditerraneanize* означает «сделать (кого-то или что-то) средиземноморским в поведении или стиле» [Wiktionary, 2023]. В своем эссе «Der Fall Wagner» Ф. Ницше писал, что музыка должна быть освобождена от германской тяжести и возвращена к своим народным корням: “Il faut méditerranéiser la musique” – «музыка должна быть средиземноморской». Новым идеалом для него была «Кармен» Бизе, в которой сочетались жанр комической оперы и грубый реалистический сюжет [Nietzsche, 2023].

Термин «медитерранизация» определяется только в Интернет-энциклопедии «Википедия» на немецком языке. Под медитерранизацией понимают различные явления, которые связаны с изменением климата и адаптацией к условиям жизни в южных, средиземноморских странах. В СМИ пишут о медитерранизации климата, образа жизни, культуры питания, общественного пространства (*Mediterranisierung des Klimas, des Lebensstils, der Esskultur, des öffentlichen Raumes*). Медитерранизация общественного пространства наблюдается в центрально-европейских городах с начала XXI-го в.:

общественное пространство начинает использоваться по примеру туристических городов Средиземноморского региона [Mediterranisierung, 2023].

Медитерранизация понимается также как «культура под открытым небом», признак либеральности, открытости и космополитизма. Она рассматривается как фактор, влияющий на новое отношение к жизни.

Основные словосочетания со словом *медитерранизация* в немецкоязычных СМИ:

- *Mediterranisierung der Städte / der Innenstädte = „Vermittelmeerung von Innenstädten“ – медитерранизация городов / центральной части городов; Mediterranisierung der Stadtnacht – медитерранизация ночной жизни городов;*

- *Mediterranisierung der Gesellschaft – медитерранизация общества; Mediterranisierung des öffentlichen Raums – медитерранизация общественного пространства;*

- *Mediterranisierung Deutschlands, Österreichs, der Schweiz – медитерранизация Германии, Австрии, Швейцарии.*

Кафе с открытой террасой позволяют друзьям теплым летним вечером насладиться солнечной погодой, непринужденно беседуя за бокалом вина. Раскованная атмосфера напоминает отдых в южных странах, возникает такое отношение к жизни, которое еще несколько лет назад не было распространено в Центральной Европе и поэтому не имело названия.

Во всех крупных и средних городах Германии можно наблюдать явление медитерранизации центральной части городов. Пишут об «ивентизации» (от англ. *event*) и медитерранизации публичного пространства, так как горожане все чаще проводят свободное время в общественных местах, городская жизнь все больше смещается на улицу. Новое восприятие качества жизни противопоставляется традиционному образу жизни.

Пресса пишет о медитерранизации общества, о «социальном изменении досугового поведения». Сегодня общественное пространство города используется гораздо интенсивнее, чем несколько десятилетий назад, для пробежек, катания на роликовых коньках, слэклайна. Живая музыка в пешеходных зонах, концерты под открытым небом, уличная

живопись, мадоннари, фестивали-конкурсы рисунков на асфальте; балконные концерты и художественные балконные акции – это искусство в общественном пространстве (*стрит-арт*), доступное каждому, положительное и сравнительно легкое в использовании средство повышения качества проживания и привлекательности центральной части города.

С 2005 года *стрит-арт* понимается как термин, он включает в себя различные техники, материалы, объекты и формы искусства в общественном пространстве. Концерты под открытым небом проходят в городских парках, у ратуш. *Мадоннари* (итал. *madonnari*) – рисунки на асфальте, произведения городской живописи – одно из направлений уличного искусства. *Мадоннари* впервые появились в Италии в XVI веке. Во время праздников художники создавали на улицах рисунки на религиозные мотивы, в основном изображали Мадонну с младенцем Иисусом на руках. В Италии такие рисунки и сейчас называют *Мадоннари*. В августе 2017 года состоялся «Первый Международный фестиваль Мадоннари» на немецкой земле в Кевеларе, земля Северный Рейн-Вестфалия.

В связи с пандемией коронавируса стала наблюдаться интенсификация процесса медитерранизации городов. Для новой лексики периода пандемии COVID-19 характерен в основном негативный контекст употребления. Особенность пополнения словарного состава лексики в период пандемии коронавируса – создание лексических и фразеологических единиц, которые располагаются в концептуальном поле «новая нормальность», и могут быть рассмотрены как лексика, формирующая концептуальное поле отклонения от нормы, девиации [Нефедова, 2002]. Однако пандемия COVID-19 сыграла положительную роль в процессе медитерранизации: увеличилось количество кафе на открытом воздухе, появилась новая акция – балконное искусство (искусство на балконах). В словаре лексики пандемии немецкого языка представлены новые слова со словом *балкон*: *Balkonchor* – балконный хор, 1. коллективное пение на открытых площадках зданий, чтобы помочь справиться с одиночеством во время пандемии коронавируса; 2. поющая группа, которая собирается на открытых площадках зданий; *Balkongesang* – балконное пение, публичное пение на открытых площадках зданий; *Balkonkonzert*

– балконный концерт, публичный концерт на открытых площадках зданий; *Balkonmusik* – балконная музыка; *Balkonsänger* – балконный певец [Neuer Wortschatz …, 2023].

В марте 2020 года не только профессиональные музыканты, но и люди, которые просто любят музицировать, играли и пели «Оду к радости» Людвига ван Бетховена на балконах во многих городах Германии. Примером стали итальянцы со своим музыкальным «флешмобом соноро» на балконах. В апреле 2020 года художники показали свои работы на балконах в районе Пренцлауэр-Берг в Берлине. Город превратился в художественную галерею под открытым небом. В 2021 году 40 балконов района стали мини-галереями для пешеходов. Однако такие акции проводились уже ранее в Испании. В 2014 году в городе Айямонте (Андалусия) состоялась выставка «Un paseo por el arte» («Прогулка по искусству»): художники выставляли свои работы на балконах. Эта традиция получила собственное название BalconArte.

Наряду с описанием позитивных сторон феномена «медитерранизация», обращается также внимание на необходимость решения сопутствующих ему проблем мусора и шума.

Таким образом, описанные примеры употребления термина «медитерранизация», прежде всего, как «культуры под открытым небом», искусства в общественном пространстве (*стрит-арт*), позволяют рассматривать его как термин культурологии, науки о культуре.

Заключение

Рассмотрение терминов за рамками специальной литературы на основе электронного корпуса медиатекстов позволяет выявить их значение и соотнести с соответствующей терминосистемой. На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что в немецкоязычном культурном пространстве активно используется термин, который соотносится со сферой культуры. Изучение функционирования термина и коллокаций, выражающих его сущностные признаки, в дискурсе современных СМИ помогает определить понятийное содержание термина, для которого значима культурологическая составляющая в семантике.

Проведенное исследование показало динамичность совершенствования языка культурологии. Термин «медитерранизация», связанный с глобальной проблемой изменения климата на земле, наполняется в современном медийном дискурсе новым актуальным содержанием, транслирующим культурные смыслы.

В заключение отметим, что термин «медитерранизация» пока не нашел отражения в словарях терминов по культурологии. Очевидно, что благодаря частотному употреблению в дискурсе современных СМИ, возникнет потребность в его строго научном определении, и он найдет место в прикладной терминосистеме.

Литература

1. Маник С.А. Общественно-политическая терминология английского языка в XXI веке (на материале медийных англоязычных текстов) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2015. – № 20 (731). С. 445–453.
2. Нефедова Л.А. Современный общественно-политический термин-фразеологизм: создание, функционирование и трансфер (на примере немецкого термина neue Normalität) // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. – 2021. – № 3 (35). – М.: НОПриЛ, с. 63–76.
3. Нефедова Л.А. Явление девиации в лексике современного немецкого языка. Дисс. … д-ра филол. н. – М., 2002. – 365 с.
4. Пузанов И.И. Медитерранизация фауны Черного моря и перспективы ее усиления // Зоологический журнал. 1967. Т. 46. Вып. 9. С. 1287–1296.
5. Садохин А.П. Культурология. Словарь терминов, понятий, имен. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 768 с.
6. Сергиенко П.И. Отражение семантических заимствований в терминологии PR / П.И. Сергиенко // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. 2021. – № 2 (34). – М.: НОПриЛ, С. 94–105.
7. Хорольский В.В. Медийность и научность: сиамские близнецы или дальние родственники? // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. – 2015. – № 1 (14) – С. 42–51.
8. Шишкин А.Б. Вячеслав Иванов и Италия // Archivio italo-russo. Русско-итальянский архив. A cura di Daniela Rizzi e Andrei Shishkin. Trento, Dipartimento di Scienze Filologiche e Storiche, 1997. – Т. 1. – С 503–562.

9. DeReKo = Deutsches Referenzkorpus [Электронный ресурс]: URL: https://cosmas2.ids-mannheim.de/cosmas2-web/ (дата обращения: 01.03.2023).
10. DUDEN. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 10 Bänden [Электронный ресурс]: URL: https://www.duden.de/ (дата обращения: 01.03.2023).
11. DWDS = Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Электронный ресурс]: URL: https://www.dwds.de/ (дата обращения: 01.03.2023).
12. Mediterranisierung // Wikipedia [Электронный ресурс]: URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Mediterranisierung (дата обращения: 01.03.2023).
13. Nefedova, L. Mediterranisierung als Kulturtransfer: Eine Analyse aus linguistischer Sicht // Interkulturelle Räume. Historische Routen und Passagen der Gegenwart unter besonderer Berücksichtigung des Mittelmeerraums. Book of Abstracts. – Zadar 19.-22. April 2022. S. 66.
14. Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie [Электронный ресурс]: URL: https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp (дата обращения: 01.03.2023).
15. Nietzsche, F. Der Fall Wagner [Электронный ресурс]: URL: https://libcat.ru/knigi/proza/klassicheskaya-proza/336053-fridrih-nicshe-der-fall-wagner.html (дата обращения: 01.03.2023).
16. Wiktionary, the free dictionary [Электронный ресурс]: URL: https://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Main_Page (дата обращения: 01.03.2023).

References

1. Manik S.A. Obshchestvenno-politicheskaya terminologiya anglijskogo yazyka v XXI veke (na materiale medijnyh angloyazychnyh tekstov) [Socio-political terminology of the English language in the 21st century (on the basis of English-language media texts)] // *Bulletin of the Moscow State Linguistic University*. No. 20 (731). 2015, pp. 445–453 (in Russian).
2. Nefedova L.A. Sovremennyj obshchestvenno-politicheskij termin-frazeologizm: sozdanie, funkcionirovanie i transfer (na primere nemeckogo termina neue Normalität) [Modern socio-political term-phraseological unit: creation, functioning and transfer (on the example of the German term “Neue Normalität”)] // *Scientific Notes of the National Society of Applied Linguistics.* No. 3 (35). – M.: NOPriL, 2021, pp. 63–76 (in Russian).
3. Nefedova L.A. *YAvlenie deviacii v leksike sovremennogo nemeckogo yazyka [The phenomenon of deviation in the vocabulary of the modern German language]*. Diss. … Dr. Philol. – M., 2002, 365 pp. (in Russian).

4. Puzanov I.I. Mediterranizaciya fauny CHernogo morya i perspektivy ee usileniya [Mediterranean fauna of the Black Sea and the prospects for its strengthening] // *Zool. magazine.* 1967. T. 46. Issue 9, pp. 1287–1296 (in Russian).
5. Sadokhin A.P. *Kul'turologiya. Slovar' terminov, ponyatij, imen Culturology [Dictionary of terms, concepts, names]*.– M.: Direkt-Media, 2014. – 768 pp. (in Russian).
6. Sergienko P.I. Otrazhenie semanticheskih zaimstvovanij v terminologii PR / P.I. Sergienko [Reflection of semantic borrowings in PR terminology] // *Scientific Notes of the National Society of Applied Linguistics.* No. 2 (34). – M.: NOPriL, 2021, pp. 94–105 (in Russian).
7. Khorolsky V.V. Medijnost' i nauchnost': siamskie bliznecy ili dal'nie rodstvenniki? [Media and scientific: Siamese twins or distant relatives?] // *Bulletin of the Volgograd state university*. – 2015. – No. 1 (14) – P. 42–51 (in Russian).
8. Shishkin A.B. Vyacheslav Ivanov i Italiya [Vyacheslav Ivanov and Italy] // *Archivio italo-russo. Russian-Italian archive.* A cura di Daniela Rizzi e Andrei Shishkin. Trento, Dipartimento di Scienze Filologiche e Storiche, 1997. – T. 1. – Pp. 503–562 (in Russian).
9. DeReKo = *Deutsches Referenzkorpus* [Электронный ресурс]: URL: https://cosmas2.ids-mannheim.de/cosmas2-web/ (дата обращения: 01.03.2023).
10. DUDEN. *Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 10 Bänden* [Электронный ресурс]: URL: https://www.duden.de/ (дата обращения: 01.03.2023).
11. DWDS = *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache* [Электронный ресурс]: URL: https://www.dwds.de/ (дата обращения: 01.03.2023).
12. Mediterranisierung // *Wikipedia* [Электронный ресурс]: URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Mediterranisierung (дата обращения: 01.03.2023).
13. Nefedova, L. Mediterranisierung als Kulturtransfer: Eine Analyse aus linguistischer Sicht // *Interkulturelle Räume. Historische Routen und Passagen der Gegenwart unter besonderer Berücksichtigung des Mittelmeerraums.* Book of Abstracts. – Zadar 19.-22. April 2022. S. 66.
14. *Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie* [Электронный ресурс]: URL: https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp (дата обращения: 01.03.2023).
15. Nietzsche, F. *Der Fall Wagner* [Электронный ресурс]: URL: https://libcat.ru/knigi/proza/klassicheskaya-proza/336053-fridrih-nicshe-der-fall-wagner.html (дата обращения: 01.03.2023).

16. *Wiktionary, the free dictionary*. [Электронный ресурс]: URL: https://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Main_Page (дата обращения:01.03.2023).

УДК 811.133.1

Скуратов Игорь Владимирович
Igor Skuratov
Полякова Наталия Владимировна
Nataliia Poliakova

Роль лингвистических и экстралингвистических факторов в образовании новой терминологии современного французского языка

The role of linguistic and extralinguistic factors in the formation of new terminology of the modern French language

Аннотация. *В современную эпоху с её многочисленными достижениями во многих областях науки, техники, особенно Интернета, а также в связи с важными событиями, происходящими в политической жизни, появление большого количества неологизмов естественно и закономерно. В статье рассматриваются основные лингвистические, а также экстралингвистические факторы, обуславливающие тенденции к образованию и развитию новой лексики в современном французском языке. Материалом настоящего исследования послужила языковая политика французского правительства, заключающаяся в установлении типологических характеристик сферы делового общения, которая способствуют потенциальной франсизации иноязычной лексики. Вместе с тем, вмешательство государственных органов в языковую деятельность общества способствует укреплению престижа французского языка в мире и помещает в центр внимания такие понятия, как социальные функции языка, языковое законодательство и юридический статус языка, языковая политика. Проводимая политика французского государства, ориентированная на сохранение целостности и самобытности национальной культуры, по отношению к внешнему давлению на язык в виде иностранных заимствований, прежде всего, англоязычных, не только открывает новый источник обогащения французского национального языка, но и демонстрирует новые возможности его сохранения. Анализ тенденций и специфики развития новой французской терминологии позволяет авторам статьи сделать вывод о том, что процессы создания и заимствования новых терминов призваны, в первую очередь, стимулировать внутренние языковые процессы. Появление большинства неологизмов предопределено экстралингвистическими факторами. Вместе с тем новообразования раскрывают внутрисистемные процессы, происходящие в языке.*

Abstract. *In the contemporary era of development, with its numerous achievements in many areas of science, technology, especially the Internet, as well as in connection with important*

events taking place in political life, the emergence of a large number of neologisms is natural and logical. The article is devoted to the main linguistic and extralinguistic factors that determine the trends towards the formation of a new vocabulary of the modern French language. The material of the study was the language policy of the French government, which consists in establishing the typological characteristics of the sphere of business communication, which contribute to the potential francization of foreign vocabulary. At the same time, the intervention of state authorities in the language activities of society increases the prestige of the French language in the world and emphasises such concepts as social functions of the language, language legislation and legal status of the language, language policy. The ongoing policy of the French state, focused on preserving the integrity and originality of the national culture, in relation to external pressure on the language in the form of foreign borrowings, primarily English, not only opens up a new source of enrichment for the French national language, but also demonstrates new opportunities for its preservation. The analysis of trends and specifics taking place in the formation of new French terminology allows the authors of the article to conclude that the processes of creating and borrowing new terms are designed, first of all, to stimulate internal language processes. The appearance of most neologisms is predetermined by extralinguistic factors. At the same time, innovations reveal some internal processes taking place in the language.

Ключевые слова: *неологизм, термин, терминосистема, профессионализм, заимствования, языковая политика*

Keywords: *neologism, term, term system, professionalism, borrowings, language policy*

Введение

Высокая скорость развития современного общества, научно-технический и информационный прогресс оказывают неизбежное влияние на процессы, происходящие внутри языковой системы. Вместе с тем изучение языковой ситуации в рамках определенного административно-политического образования или географического региона продолжает занимать важное место в современных исследованиях [Ter-Minasova, 2019: 93-101].

К характеристикам языковой ситуации относится число и состав языков, использующихся в данном регионе (государстве, регионе, департаменте и т.п.), наличие у них территориальных и социальных диалектов (как, например, *шти*, один из местных диалектов пикардийского языка, наиболее распространенный и сохранившийся на территории северных департаментов Франции); число носителей языков, а также их социальные и демографические характеристики; отношение носителей языка к своему языку и к другим языкам, на которых говорят в данном регионе и т.д.

Цель настоящего исследования – познакомить читателей с лингвистическими и экстралингвистическими факторами,

обуславливающими тенденцию к образованию новой лексики в современном французском языке.

Данная статья является продолжением начатого ранее исследования по вопросам языковой политики и упорядочения новой терминологии во Франции [Скуратов, Полякова, 2021: 77-86].

Материалом настоящего исследования послужила языковая политика французского правительства, заключающаяся в установлении типологических характеристик сферы делового общения, которая способствуют потенциальной франсизации иноязычной лексики.

Языковая политика как инструмент регулирования общественных функций языка

Как известно, Франции свойственно активное вмешательство государственных органов в языковую деятельность общества, борьба с засорением языка англо-американизмами, принятие мер по укреплению престижа французского языка в мире. К сфере языковой политики относится, в частности, определение состава языка, используемого в деловой сфере, юриспруденции, средствах массовой информации, а также ряд иных вопросов, связанных с регламентацией общественного функционирования языка.

Язык – это самое ценное достояние народа, его утрата равносильна гибели нации: *“C’est à travers notre langue que nous existons autrement dans le monde que comme un pays parmi d’autres”* – утверждал Ж. Помпиду[1]. В связи с этим эволюция языка признается французским правительством в качестве первостепенной задачи.

Первая статья «закона Тубона» гласит: *“Langue de la République est vertu de la Constitution, la langue française est un élément fondamental de la personnalité et du patrimoine de la France. Elle est la langue de l’enseignement, du travail, des échanges et des services publics. Elle est le lien privilégié des Etats constituant la communauté de la francophonie”*[2]. Как видим, закон предусматривает использование французского языка в любых

[1] Le Quotidien de Paris, 1994.
[2] Journal officiel, 1994: 11392.

объявлениях, надписях, предназначенных для публики, в любых сферах общественной, торговой и интеллектуальной деятельности.

Следует заметить, что, когда французская Академия принимает решение о создание нового слова, реакция на данную инициативу вызывает полное одобрение.

В качестве иллюстрации приведём одно из последний решений, суть которого заключается в том, что *"... l'Académie française, cette noble institution fondée par Richelieu en 1635, rassemble un aéropage d'hommes (et quelques dames) d'un certain âge, voire d'un âge certain, dont la principale activité consiste à revêtir un habit vert au plastron doré pour réunir de temps en temps et écouter (attentivement) un nouvel arrivant faire le panégyrique de son prédécesseur. C'est là, d'ailleurs, l'étrangeté de l'affaire : on ne devient immortel qu'aprés le décès...d'un immortel ! Quoi que puissent en penser quelques mauvais esprits, les académiciens travaillent. Non seulement ils suivent la vie des mots, disent la bonne ou la mauvaise façon de s'exprimer, mais savent, quand il le faut, inventer. Leur dernière trouvaille est un très joli mot :* ***convivance****... ou l'art de vivre ensemble (искусство жить вместе)"*[1].

Франсизация англо-американских заимствований

Общество потребления, сложившееся во Франции во второй половине XX века, потребовало создания все новых и новых товаров, продуктов, предметов продажи.

Частные фирмы, производя новый товар, стали стремиться дать ему оригинальное наименование, нередко используя для престижности англо-американские заимствования.

Как известно, одной из тенденций в развитии современного французского языка является использование заимствованной лексики, прежде всего из английского [Малюга, Орлова, 2016: 42-51; Полубиченко, 2022: 116-126]. Значительную часть заимствований составляют термины и понятия, относящиеся к сферам экономики, менеджмента, маркетинга, рекламы. Данные заимствования имеют, как правило, англоязычное происхождение. Например: *"build up" (fr. croissance), workshop" (fr. réunion de travail), "rester focus"(fr. rester concentré sur le sujet),*

[1] La Montagne, 19 décembre 2004.

“drafting”(fr. ebauche), “feedback” (fr. avis, réaction), “deadline” (fr. date limite), “un bon trend” (fr. une bonne tendance) и др.

От некоторых заимствований были образованы производные прилагательные, существительные, глаголы с французскими аффиксами. Так, например, *mailer (fr. envoyer par mail), cruncher (fr. compiler et analyser des tableaux de données), brainstormer (fr. réfléchir tous ensemble), pricer (fr. estimer le prix) и* др.

В текстах французской прессы последних лет прослеживается устойчивая тенденция к использованию англоязычных заимствований в виде аббревиатур. Например: *OOF* (“out of the office”), *EOB* (“end of business”), *le MoM* (“minute of meeting”) и др.

Нередко в названиях рубрик (и даже изданий) используется англоязычная лексика и символы. Так, например, в деловой газете *Les Echos* есть рубрики *“Start-Up”* (о новых деловых проектах), *“Business”* (о развитии деловых и торговых предприятий); в финансово-экономической газете *La Tribune* – рубрики *“Entreprises & Finance”, “Trackers”, “HI-TECH”*; в финансово-экономическом журнале *Le Nouvel Economiste* – *“Innovation & Stratégie”, “Finance & Juridique”, “Marketing & Technologie”, “Management & RH”*.

Вместе с тем общеизвестно, что на ввозимых в страну продуктах текст на французском языке обязателен, ибо он объясняет предназначение, способ употребления, срок хранения. Конгрессы и коллоквиумы, проводимые во Франции, публикуют свои материалы на французском языке. Телевидение и радиовещание ведут передачи и распространяют рекламу на французском языке. Все трудовые соглашения и контракты составляются на французском языке. Использование названных эквивалентов обязательно для всех юридических лиц в любых актах речи и для физических лиц, если они уполномочены выступать публично.

Суть языковой политики французского правительства заключается в установлении типологических характеристик сферы делового общения, которые способствуют потенциальной франсизации иноязычной лексики.

Тенденции и специфика развития новой французской терминологии

Следует отметить, что наиболее интересной стороной языка современного французского языка, в том числе языка делового общения, является **тенденция к новообразованиям**. Их появление – как, в сущности, появление большинства неологизмов - предопределено экстралингвистическими факторами, но новообразования раскрывают внутрисистемные процессы, происходящие в языке. Данная группа неологизмов представляет и наибольшую сложность, потому что зачастую дефиниции этих новообразований не найти в словаре, их можно вывести только из контекста.

Известно, что к основным способам словообразования во французском языке относится аффиксальный способ, то есть прибавление к основе префикса и/или суффикса, причём основа может быть как заимствованная из другого языка, так и «своя», а вот аффиксы в подавляющем большинстве случаев принадлежат языку неологизации [Яшина, Полякова, 2017: 287-298].

Сравнивая выводы лингвистов разных лет о продуктивности тех или иных аффиксов [Скуратов, 2021], можно отметить, что некоторые из них используются постоянно, а популярность других определяется экстралингвистическими факторами.

В последние годы следующие аффиксы отмечаются особой продуктивностью во французской деловой среде:

- **bio**-, **éco**-, **agri**- отражают распространяющееся в последние годы стремление людей к здоровому образу жизни и заботе об окружающей среде *(bioénéergétique, bioaccumulation, écobilan);*

- **cyber**-, **e-, nano**- получили широкое употребление во французском языке в связи с распространением интернета, коммуникаций и технологий (*cybermodèle, cyber-consommateur, e-commerce, nanotechnologies*);

- **euro**- используется для номинации и описания явлений, понятий, проблем Евросоюза (*eurobanque, europhobie*);

- **sur-, super-**, отражающие значение «превышение нормы», «чрезмерность (избыточность)» (*surplacer, surestimer, surchoix*);

- **isme** для обозначения явления, движения, типичного для кого-то поведения (*keynésianisme, mercantilisme, monétarisme*);

- **able, -ible**, с помощью которых образуются отглагольные прилагательные со значением возможности совершения действия (*rentable, traçable, crédible*);

- **tion,** с помощью которого образуются отглагольные существительные со значением действия (*revendication, syndicalisation, externalisation*).

Структурно-семантические особенности **нового термина** проявляются в сфере словообразования, где происходит специализация отдельных формантов, характерных для собственно терминологических моделей.

С точки зрения известного французского лингвиста Анри Бежуэна, « … терминология – это не только перечень основных характеристик. Термин – это выражение концепта и, важно, чтобы им умело пользовались» [Béjoint, 1997: 19–26].

Поскольку терминосистема является открытой системой постоянно пополняющейся в силу необходимости отражения новых замеченных свойств и сторон объекта новыми монолексемными и полилексемными терминами, при моделировании этой системы желательно оказывать предпочтение мотивированным терминам, имеющим прозрачную смысловую структуру. Жизнеспособность той или иной терминологической системы определяется упорядоченностью и последовательностью соотношения содержания и выражения.

В настоящее время по-прежнему отмечается тенденция к активному проникновению во французский деловой язык английской терминологии. Так, французские неологизмы *mercatique, chalenge, mercatique après-vente, tenante, marchéage* гораздо реже встречаются на страницах французских деловых изданий, нежели их английские аналоги *marketing, challenge, reporting, holding, mix*.

В сущности, кальки из английского языка не вызывают больших проблем у неспециалистов, так как эти слова легко обнаружить в тексте, а их значения без труда можно найти в словаре или интернете. Более того,

подобные термины приходят в язык обычно вместе с обозначаемым явлением, которое - по крайней мере на начальном этапе – имеет те же характеристики, что и в культуре заимствования.

Как известно, каждый заимствованный термин всегда употребляется в своем коннотативном значении. Зачастую смысловая нагрузка англицизмов служит единственным признаком их живучести в языке. Это имеет место тогда, когда англицизм обозначает исконно французское понятие, для которого в языке существует свое собственное обозначение: discount (rabais), sales (ventes), process (procédé).

Данный вывод доказывает тот факт, что язык является не только средством передачи и получения рациональной информации, но и способом выражения эмоций. В слове человек выражает душевное расположение, симпатию, сочувствие, сопереживание, жалость или антипатию к лицу или предмету речи. Живая речь пронизана эмотивными, оценочными коннотациями.

С другой стороны, процесс терминологизации осуществляется благодаря пополнению словами-терминами из общеупотребительного фонда языка. От терминов следует отличать **профессионализмы**, т.е. слова или выражения, свойственные речи данной профессиональной группы [Ахманова, 2021: 371]. Профессионализм в качестве термина приобретает определенные структурные, семантические и функциональные характеристики. Терминологизация профессионализма сопряжена с ликвидацией «недостатков» профессионализма и приобретением достоинств термина.

Так, исследуя многочисленные термины, ежегодно появляющиеся и исчезающие во французском языке, известный терминовед Даньель Гуадек пишет: «*Каждый изобретатель заинтересован в собственных терминах, давая понять, что его система ничего не имеет общего с конкурентами. Персональная стереосистема, разработанная Sony, известна как «Плеер», а аналогичная система Philips стала называться «Вокмен» (walkman)*» [Gouadec, 2005: 14–24].

В современной науке существует стремление к семантической унификации систем терминов одной и той же

науки в разных языках (однозначное соответствие между терминами разных языков) и к использованию в терминологии интернационализмов, т.е. слов (или выражений), принадлежащих к общеэтимологическому фонду ряда языков, близких по происхождению или сходных по своему историческому развитию [Ахманова, 2021: 180].

Приведем несколько примеров:

Русский	Английский	Французский	Испанский	Немецкий
Дефицит	Deficit	Déficit	Déficit	Defizit
Экономика	Economy, economics	Economie	Economia	Ökonomie
Инфляция	Inflation	Inflation	Inflación	Inflation
Инвестор	Investor	Investisseur	Inversor	Investor
Сектор	Sector	Secteur	Sector	Sektor

Заключение

Таким образом, в процессе постепенного превращения профессиональной лексики в терминологическую отчётливо проявляется развитие языка, его прогресс, затрагивающий и его структурную организацию (лексику, словообразование, синтаксис, систему стилистических средств, функциональных стилей), и его функциональную сторону.

Связь и взаимодействие социальных и собственно структурных факторов в ходе зарождения терминов особенно наглядны. Совершенствование отраслевой лексики идёт под воздействием развивающегося общества. Что касается путей и форм совершенствования отраслевой лексики, то они подчиняются общим закономерностям развития языка, в частности главнейшим закономерностям развития его лексики.

На функционирование в речи специалистов терминов и профессионализмов решающее влияние оказывают экстралингвистические факторы, в частности уровень общей и специальной подготовки, а также степень владения литературным языком. Если носители специальной лексики владеют литературным языком, то можно допустить знание ими и терминологии.

Литература

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. М.: URSS, 2021. – 576 с.
2. Малюга, Е. Н. Англоязычные заимствования в Европейской экономической прессе: функциональный аспект / Е. Н. Малюга, С. Н. Орлова // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2016. – № 4. – С. 42-51. – DOI 10.18522/1995-0640-2016-4-42-51.
3. Полубиченко, Л. В. Английский язык для научно-публикационных целей в условиях плюрицентричности языка / Л. В. Полубиченко // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2022. – № 1(37). – С. 116-126.
4. Скуратов, И. В. Сохранение французского национального языка как стратегия активного созидательного творчества (на примере информатики и интернет-терминологии) / И. В. Скуратов, Н. В. Полякова // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2021. – № 3(35). – С. 77-86.
5. Скуратов, И. В. Типологическая характеристика неологизмов в современном французском языке / И. В. Скуратов. – 2e édition, revue et augmentée. – Moscou: Московский государственный областной университет, 2021. – 154 с. – ISBN 978-5-7017-3306-8.
6. Яшина, М. Г. Неологизмы в публицистическом дискурсе иностранного языка: методика преподавания (на материале итальянского и французского языков) / М. Г. Яшина, Н. В. Полякова // Научный диалог. – 2017. – № 6. – С. 287-298. – DOI 10.24224/2227-1295-2017-6-287-298.
7. Béjoint H. Regards sur la définition en terminologie // Cah. Lexicol. 1997. № 70. pp. 19–26.
8. Gouadec D. Terminologie, traduction et rédaction spécialisées // Langages. 2005. № 157. pp. 14–24.
9. Ter-Minasova, S. National Languages and Cultures in the Globalizing World: The English Language and Culture in Russian / S. Ter-Minasova // . – 2019. – No. 4(28). – P. 93-101.

References

1. Akhmanova O.S. Slovar' lingvisticheskikh terminov / O.S. Akhmanova. M.: URSS, 2021. – 576 p. (in Russian).
2. Malyuga, Ye. N. Angloyazychnyye zaimstvovaniya v Yevropeyskoy ekonomicheskoy presse: funktsional'nyy aspekt / Ye. N. Malyuga, S. N. Orlova // Izvestiya Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskiye

nauki. – 2016. – № 4. – Pp. 42-51. – DOI 10.18522/1995-0640-2016-4-42-51. (in Russian).
3. Полубиченко, Л. В. Английский язык для научно-публикационных целей в условиях плюрицентричности языка / Л. В. Полубиченко // Ученые записки национального общества п Polubichenko, L. V. Anglijskij yazyk dlya nauchno-publikacionnyh celej v usloviyah plyuricentrichnosti yazyka / L. V. Polubichenko // Uchenye zapiski nacional'nogo obshchestva prikladnoj lingvistiki. – 2022. – № 1(37). – S. 116-126.
4. Skuratov, I. V. Sokhraneniye frantsuzskogo natsional'nogo yazyka kak strategiya aktivnogo sozidatel'nogo tvorchestva (na primere informatiki i internet-terminologii) / I. V. Skuratov, N. V. Polyakova // Uchenyye zapiski natsional'nogo obshchestva prikladnoy lingvistiki. – 2021. – № 3(35). – Pp. 77-86. (in Russian).
5. Skuratov, I. V. Tipologicheskaya kharakteristika neologizmov v sovremennom frantsuzskom yazyke / I. V. Skuratov. – 2e édition, revue et augmentée. – Moscou: Moskovskiy gosudarstvennyy oblastnoy universitet, 2021. – 154 p. – ISBN 978-5-7017-3306-8. (in Russian).
6. Yashina, M. G. Neologizmy v publitsisticheskom diskurse inostrannogo yazyka: metodika prepodavaniya (na materiale ital'yanskogo i frantsuzskogo yazykov) / M. G. Yashina, N. V. Polyakova // Nauchnyy dialog. – 2017. – № 6. – Pp. 287-298. – DOI 10.24224/2227-1295-2017-6-287-298. (in Russian).
7. Béjoint H. Regards sur la définition en terminologie // Cah. Lexicol. 1997. № 70. pp. 19–26.
8. Gouadec D. Terminologie, traduction et rédaction spécialisées // Langages. 2005. № 157. pp. 14–24.
9. Ter-Minasova, S. National Languages and Cultures in the Globalizing World: The English Language and Culture in Russian / S. Ter-Minasova // . – 2019. – No. 4(28). – P. 93-101.

СЕМИОТИКА

УДК 81'37

Евграфова Юлия Александровна
Yulia Yevgrafova

Особенности организации повседневного опыта в миф в экранных текстах (на примере мировоззренческого понятия *hygge*)

Peculiarities of the organisation of everyday experience into myth in screen texts (a case study of the worldview concept hygge)

Аннотация. *Данная работа посвящена изучению современного мифа и его лингвосемиотичесих особенностей, актуальность научного анализа которого обосновывается его широкой распространённостью в медиасреде и сети Интернет. Объектом настоящего исследования является миф об уюте, создаваемый в экранных текстах Vkontakte. Предметом – его лингвосемиотические особенности. Цель данной работы – выявить лингвосемиотические механизмы трансформации повседневного опыта в миф в экранных текстах. Методы, используемые в работе – сплошной выборки, функционально-прагматический и контекстуальный анализ. Автор приходит к выводу, что при передачи повседневного опыта в видеоклипах Vkontakte вербальное доминирует над невербальным и определяет интерпретацию демонстрируемого на экране. В случае с hygge так происходит овеществление уюта – фетишизация. Кроме того, делается вывод, что миф, создаваемый в экранном пространстве, неоднороден. В нём контаминируются различные единицы, перерабатываются их первичные значения и порождаются новые, вторичные.*

Abstract*. This paper is devoted to the study of the modern myth and its linguosemiotic features, the relevance of scientific analysis of which is justified by its wide spread in the media environment and on the Internet. The object of this study is the myth of coziness, created in the screen texts of Vkontakte. The subject of this study is its linguistic and semiotic features. The aim of this study is to reveal linguosemiotic mechanisms of everyday experience transformation into a myth. The methods used in the work are the continuous sampling, functional and pragmatic analysis and contextual analysis. The author concludes that the verbal component dominates over the non-verbal component in the Vkontakte clips, and that this predominates in the interpretation of everyday experience in the Vkontakte videos. In the case of hygge, this is how coziness is objectified and its fetishisation happens. The author concludes that the myth created in screen space is heterogeneous. It can combine different units, recycle their primary meanings and generate new, secondary ones.*

Ключевые слова: *экранный текст, поликодовый-полимодальный текст, миф, фетиш, гетерогенный текст*

Keywords*: screen text, polycode-polymodal text, myth, fetish, heterogeneous text*

Введение

Как утверждал И. Гофман, любой «мир» или «порядок существования», как, например, миф, «обладает собственным бытием» [Гофман, 2003: 62]. Описание современного состояния этого «бытия» с лингвосемиотической точки зрения является **актуальной научной задачей,** учитывая, что на сегодняшний день мифы создаются как в медиасреде, так и в Интернете. Через экранные тексты мифы транслируются и воспроизводятся в глобальном масштабе, участвуя в создании универсальной актуальной картины мира, что также обосновывает **актуальность** их научного описания и анализа.

Степень разработанности темы. Мифы рассматриваются современными учёными в различных аспектах. Проводится их философская рефлексия: [Абушева, 2022; Шакирова, Еренчинова, Чуманова, 2022; Косиченко, 2020; Ставицкий, 2022], исследуется их влияние на интерпретацию текста [Терехова, 2022; Иоскевич, 2022; Лисютина, 2022] и лингвистические особенности [Остапович, 2022; Степанова, 2022; Мартынова, 2022]. Также мифы рассматриваются с точки зрения их функционирования в медиапространстве и медиадискурсе [Кацев, Слободянюк, 2022; Костина, Солдатенко, 2022; Федотова, 2022; Линченко, 2022; Москаленко, Ирхин, 2022].

Лингвосемиотические особенности создания мифа в экранных текстах еще не рассматривались современными учёными, что составляет **новизну** исследования. **Теоретическая значимость** состоит в том, что проводимое исследование обогащает современную мифологию, а также лингвистику текстс материалом гетерогенных экранных текстов. **Практическая значимость** заключается в возможности использования полученных результатов для разработки методологического инструментария исследования современных мифов как вторичной семиотической системы.

В данной работе ставится **цель** проанализировать и описать механизмы порождения в семиотически неоднородных экранных текстах мифа как структуры, в которой кристаллизируется повседневный опыт. Для достижения цели ставятся **задачи** рассмотреть миф как семиотическую систему,

создаваемую в гетерогенных экранных текстах и описать особенности происходящего при этом семиозиса.

Объектом исследования является миф об уюте, создаваемый в экранных текстах. **Предметом** исследования являются лингвосемиотические особенности создания мифа при репрезентации повседневного опыта в экранных текстах. **Материалом** исследования послужили видеоклипы социальной сети Vkontakte с хэштегом #*hygge* с 01.05.2022 по 01.12.2022. В ходе исследования использовались **методы** сплошной выборки, контекстуального и функционально-прагматического анализа.

Необходимо подчеркнуть, что данная работа не нацелена на лингвокультурологической анализ мировоззренческого понятия *hygge* или мифа об уюте, отображаемых в экранных текстах. В ней на примере обывательских представлений об уюте, транслируемых в социальной сети Vkontakte, анализируется то, каким образом происходит рефлексия и реконструкция повседневного опыта в экранном пространстве, приводящая к трансформации его во вторичную семиотическую систему – миф.

Репрезентация мифа об уюте в экранных текстах

1.1. *Hygge* как мировоззренческое понятие

Повседневный опыт – это часть непрерывного потока событий, часть социальной жизни. В него входит разнообразное количество действий, совершаемых индивидом, в том числе и устройство жилища или какого-либо иного помещения и, в принципе, жизни так, чтобы вместе были совмещены комфорт и изящество, то есть она была бы уютной и приносила радость. В каждой культуре своё представление об уюте и «уютном» счастье. В Германии – это *Gemütlichkeit*, во Франции – *savoire-vivre*, в Англии – *brygge*, в Шотландии – *coorie*, в Италии - *bella figura*, в Испании – *Mañana*, в Швеции – *lagom*, в Финляндии – *sisu*, в Исландии – *gluggaveður*, в Голландии – *gezelligheid*, в Норвегии – *friluftsliv*, в Дании – *hygge*.

Мировоззренческое понятие *hygge* является реалией датской культуры. Словарь современного датского языка (Den danske ordbog) связывает *hygge* с заботой, опекой, защитой, уютом и тем, что его создаёт, уверенным чувством покоя и

безопасностью[1]. Рассмотрим, как данное мировоззренческое понятие отображается в экранных текстах Vkontakte и ложится в основу современного мифа об уюте.

1.2. Миф как вторичная семиотическая система

Представления об уюте кристаллизуются в форме различных структур, в том числе, и в форме мифа. Миф в данном исследовании понимается как коммуникативная система, некоторое сообщение, как форма и способ обозначения, помещенный в исторические условия [Барт, 1996: 232–233].

Возьмём, к примеру, видеоклип Vkontakte @belyaev_code от 31.05.2022[2]. В его экранной «речи» (об этом понятии см. подробнее в [Евграфова 2018, 2019]) демонстрируется молодой мужчина, в пижаме и вязаных носках, сидящий в кресле, на его коленях стоит ноутбук, рядом – горящий камин, столик с розами в красивой вазе. Из подписи к видео понятно, что автор ролика демонстрирует один из своих вечеров за работой: «*Программирование* ***в hygge стиле****. Вечер за разработкой своего домашнего проекта* ***рядом с камином*** *даёт возможность не только получить* ***тёплые эмоции****, но и посмотреть на задачу под другим углом»*.

Данный образ составлен из обыденных предметов: «вязаные носки», «пижама», «кресло», «камин», «розы в вазе», «стол», имеющих первичные значения в реальной действительности, связанные с их функцией в повседневной жизни. Носки надевают под обувь, пижаму надевают на сон, кресло – предмет мебели, имеющий подлокотники, в котором сидят, у камина греются, на розы любуются, ими украшают дом, за столом сидят. Ключевые слова текстового комментария ***в hygge стиле, рядом с камином, тёплые эмоции*** связывают визуальные единицы в единое целое – комплексное означающее. Оно транслирует комплексное означаемое «уют, спокойствие».

Объединение визуальных единиц в комплексное означающее происходит и в видеоклипе @redbrique от

---

[1] Словарь современного датского языка (Den danske ordbog) https://ordnet.dk/ods/ordbog?query=hygge (дата обращения: 5.12.2022)

[2] Эстетика и программирование @belyaev_code. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/clip-211416475_456239038 (дата обращения: 5.12.2022)

30.11.20221. В нём демонстрируется французское окно с видом на заснеженный балкон. На балконе стоят два соломенных кресла и журнальный столик. На окне висят длинные шторы до самого пола, на них – светящаяся гирлянда. Рядом с окном стоит кресло и горящие свечи в больших плетёных подсвечниках. На кресле лежит подушка и плед. Подписано: *#зима* ***#зимняя сказка #hygge #хюгге #загородный дом*** *#загородная жизнь* ***#уютвдоме.*** Благодаря вербальным единицам, выделенным жирно, становится понятно, что демонстрируемый аудиовизуальный образ обозначает сведения о реальной действительности – «сказочный уют в загородном доме».

Экранная «речь» видеоклипа @galja_home от 22.03.20222 содержит комплексное означающее, состоящее из следующих предметов повседневной реальности: журнальный столик, чашка кофе, комнатные растения в горшках, софа с подушками, кресло с подушкой, плетёная корзина, плед, подушка. Они сопровождаются лёгкой музыкой Narcotic Chill – Good morning. Подпись под видеоклипом *Доброе утро #****cozyhome #hygge*** *#гостиная #****уютныйдом*** *#интерьер #декордлядома #декор #весна #****весеннийдень #уютно*** *#ремонт* направляет прочтение запечатлённого фрагмента повседневности как комплексное означаемое «весенний день в уютной гостиной».

Предметы реальной действительности из приведённых выше примеров сами по себе не являются знаками, но обладают семиотическим потенциалом. В аудиовизуальном сообщении они не отделимы от вербального компонента и включение их в экранную «речь» под хэштегом *#hygge* задействует скрытую логику, которая упорядочивает отношения и значения, возникающие при контаминации вербальных и невербальных единиц. «Вязаные носки», «свитер», «плед», «свечи», «камин», «горящая гирлянда», «плед», «кресло», «цветы в цветочных горшках», «плетеная корзина», «софа», «подушки» приобретают вторичное значение «уюта». В рамках мировоззренческого понятия *hygge* они – «предметы уюта», «предметы *hygge*» и не

[1] redbrique | дом | сад @redbrique. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/clip-211052926_456241181 (дата обращения: 6.12.2022)

[2] galja_home @galja_home. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/clip-211624603_456239060 (дата обращения: 6.12.2022)

существуют автономно от датской лингвокультуры, из которой данное мировоззренческое понятие было заимствовано.

Однако, список «предметов уюта» может быть расширен, поскольку референция в экранных текстах интенсиональна, и автор может посчитать «уютным» любой предмет, включить его в экранный текст и сопроводить объяснением. Как, например, в тексте @Diana Atli – уют контент от 16.03.20221, в котором рука кладёт кусочек сахарной ваты в бокал с некой жидкостью, в котором затем растворяется. Причём, это демонстрируется замедленно и реверсивно, то есть зритель видит, как из бокала постепенно появляется сахарная вата и притягивается к протянутой руке. На фоне происходящего стоит чемодан, на нём белый бюст, ещё один бокал, ежедневник, а на нём ручка. Подпись к видеоклипу: *Магия #**эстетика** #эстетичныйаккаунт **#aesthetic #красотавдеталях #красотавокругнас** #уютныйблог **#cozy_atmosphere #хюгге #slowliving #slowlife #hygge*** определяет прочтение созданного комплексного означающего как «уют в красоте, эстетике и размеренной жизни».

Нетипичные для *hygge* предметы включаются и в видеоклип @stacyyyiyv от 27.10.2022[2]. В его экранной «речи» демонстрируется как некто (видно только руки) распаковывает большую свечу, берёт спички и зажигает её, она горит. Всё это происходит на фоне розового пледа, рядом стоят две тыквы, лежит фото тюльпанов. Подпись под видеоклипом гласит: ***Тепла и уюта всем #hygge** #свечи #соевыесвечи*. Традиционные знаки уюта «горящая свеча» и «плед» контаминируется в данном видеоклипе с необычным для *hygge* предметом – «тыквой», вероятно, из-за публикации видеоклипа накануне Хэллоуина. Комплексное означаемое, передаваемое сочетанием вербального и визуального, возможно определить как «уютный Хэллоуин», «уют и покой».

---

[1] Diana Atli – уют контент. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/clip-211196895_456239027 (дата обращения: 7.12.2022)

[2] Анастасия Рабочая @stacyyyiyv. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/clip57316067_456239166 (дата обращения: 8.12.2022)

В видеоклипе от пользователя Екатерина Беседина @vkat_rina от 16.03.2022[1] в экранной «речи» показан процесс приготовления блинов. В комплексное означающее входят: миска с тестом, сковорода, вилка, деревянная подставка для вилки, уже испечённые блины на деревянной доске, свеча, сахарница, надпись *Hygge*. Текст к видеоклипу содержит: ***#блинчики #масленица*** *#блины_на_завтрак #блинница #**hygge** #scandi #скандинавский_стиль #скандикухни #белаякухня #сканди,* благодаря которому выстраивается означаемое «уютная масленица».

Нетипичные для мировоззренческого понятия *hygge* предметы реальной действительности «тыква» и «блины» включаются в экранную «речь» обязательно с вербальным комментарием, в котором содержится либо само наименование *hygge*, либо смежные с ним понятия: ***#cozy_atmosphere, #хюгге, #slowliving, #slowlife, Тепла и уюта всем.*** Благодаря доминанте вербального в прочтении комплексного означающего из предметов повседневного опыта они становятся предметами, несущими уникальную коннотацию «уюта», *hygge*. Уникальную в том смысле, что она определяется автором и моментом интерпретации зрителем.

1.3. От репрезентамена к знаку: фетишизм. Присвоение значения

Предметы реальной действительности, при включении их в экранную «речь», не становятся автоматически знаками, но находятся в потенциальном состоянии означивания – репрезентаменами. Только начиная с того самого момента, когда их воспроизведение уже не оказывается чисто формальным и они включаются в прочтение комплексного означаемого, тогда эти предметы начинают что-либо обозначать. В видеоклипах, найденных в социальной сети Vkontakte по хэштегу #*hygge*, в экранное пространство включены различные предметы реальной действительности, как, например, горящие свечи, чей образ репрезентирует только «горящие свечи» и ничего больше. Однако, благодаря хэштегу #*hygge* он заключается в комплексное

[1] Екатерина Беседина @vkat_rina [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/clip53395697_456240145 (дата обращения: 8.12.2022)

означающее и реализует свой потенциал означивания, выстраивая синтетическое значение «уюта».

Предметные формы «горящие свечи», «горящий камин», «свитер», «вязаные носки» и пр., стали знаками-символами уюта, заимствованными из датской лингвокультуры, которые овеществляются, т.е. становятся фетишем – символически-общественным феноменом. Это позволяет включить их в групповое знание (lore, термин И. Гофмана) – в базовую символическую систему современного мифа об уюте.

В экранных текстах миф, как вторичная знаковая система, выстраивается на соположении значимых предметных форм в экранном пространстве. Именно на контрасте с другими единицами, входящими в данное комплексное означающее, происходит их прочтение, осмысление и интерпретация. Возникает смысл, а предметные образы интегрируются во вторичную систему мифа.

Причём, предметные образы: «вязаные носки», «пижама», «кресло», «камин», «плед», «свечи», «горящая гирлянда», «командные растения», «плетеная корзина», «софа», «подушки», при помощи которых в экранной «речи» воссоздаётся фрагмент реальной действительности и которые становятся знаками *hygge,* повторяются в видеоклипах Vkontakte различных авторов в разнообразных комбинациях и не все одновременно. То есть являются заменимыми и относительно произвольными величинами, тогда как субъектно-объектные отношения, на основании которых порождается миф об уюте, связанными, поскольку они зависят от изначальной трактовки *hygge* в датской лингвокультуре.

Как уже было сказано выше, предметные образы, включённые в экранный текст с хэштегом *#hygge,* становятся знаками уюта. Так, любой предмет реальной действительности может стать овеществленной коннотацией уюта. При этом он отделяется от своих характеристик, определяющих его функцию в реальной действительности, и вбирает в себя значения, вкладываемые в мировоззренческое понятие *hygge,* закрепляющиеся при многократном воспроизведении и повторении этого предмета в видеоклипах разных авторов. Так происходит циркуляция символов, репрезентирующих миф, из-за

которой стирается их уникальность, что и случилось с мировоззренческим понятием *hygge*. Оно изначально принадлежало к датской лингвокультуре, но затем распространилось по всему миру через сеть Интернет и проникло в другие лингвокультуры, утратив свою уникальность.

Выводы

Критическая дешифровка экранных текстов, репрезентирующих мировоззренческое понятие *hygge*, позволяет заключить следующее.

В видеоклипах Vkontakte повседневный опыт передаётся при помощи языковых и паралингвистических знаковых явлений. Причём, вербальное доминирует.

Современный миф создаётся в видеоклипах Vkontakte из совокупности разнородных единиц экранной «речи» и имеет комплексное означаемое и означающее.

Сами по себе предметы реальной действительности, запечатлённые на экране, относятся к первичной семиотической системе. Однако, добавление к ним хэштега *#hygge* и(или) вербального комментария, содержащего слово *hygge* и смежные по значению с ним слова, трансформирует демонстрируемое на экране в знаки, наделяя значением, соотнесенным с ним. Происходит овеществление коннотации уюта – фетишизация. Многократное повторение фетишей в экранных текстах различных пользователей закрепляет приписываемые им значения.

Миф, транслируемый в видеоклипах Vkontakte, в силу своей гетерогенной природы позволяет «играть» с наполнением понятия уют – в нём существует возможность подвижной комбинаторики предметных образов, в том числе за счёт переработки первичных значений.

Запечатление повседневного опыта в экранном тексте и распространение его в сети Интернет приводит к интериоризации зрителем знаков, из которых состоит миф. Многократное повторение предметных образов из реальной жизни в экранных текстах различных пользователей закрепляет значения, приписываемые вербальной доминантой.

Заключение

Современные мифы – это форма знания, возникающая при рефлексии и реконструкции повседневного опыта. Миф, создаваемый в экранных текстах, является, во-первых, поликодовым «семиологическим комплексом» (термин Р. Барта), объединяя в себе исходно неоднородные единицы (речь, как письменную, так и устную, изображение и звук), контаминация которых в тексте инициирует знаковый процесс и обеспечивает бесконечный семиозис, и, во-вторых, вторичной семиотической системой, в которой на исходные значения репрезентируемых предметных образов наслаиваются новые, «вторичные».

Повседневный опыт, репрезентированный в форме видеоклипа Vkontakte – это экранный текст, содержащий в себе, помимо диегетической (экранной), надэкранную действительность – вторичную семиотическую систему, миф. Деконструкция таких экранных текстов – разбор их лингвосемиотических структур и затем их сборка как совокупности взаимодействующих элементов – становится условием понимания современных мифов и, как результат, описание их лингвосемиотической системы.

Литература

1. Абушева А.А. Миф как экзистенциальная стратегия // Переломные моменты истории: люди, события, исследования: Материалы международн. научн. конф., посвящ. 350-летию со дня рождения Петра Великого: в 3 т. 2022. С. 11–14.
2. Барт Р. Мифология / пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С.Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 312 с.
3. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта: Пер. с англ. / Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой; вступ. статья Г.С. Батыгина. М.: Институт социологии РАН, 2003. 752 с.
4. Евграфова Ю.А. Знак как средство конструирования реальности и манипуляции сознанием в семиотически осложнённых экранных текстах (на примере текстов кино и телевидения) // Вестник Московского государственного областного университета. 2018. № 3. С. 240–255. DOI 10.18384/2224-0209-2018-3-914. EDN YSQCQP.
5. Евграфова Ю.А. Семиотическая «матрёшка»: кодирование в гетерогенных экранных текстах (на примере кинотекста «Король Говорит!» и видеотекста «Ты один ты такой») // Вестник

Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 1. С. 75–84. DOI 10.22363/2313-2299-2019-10-1-75-84. EDN ZBOAFV.
6. Иоскевич М.М. Социальный миф и бинарная оппозиция «свой – чужой» (на материале белорусских произведений производственной тематики) // Успехи гуманитарных наук. 2022. № 1. С. 27–31.
7. Кацев А.С., Слободянюк Н.Л. Исторический документ и миф в контексте художественного и медианарратива // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2022. Т. 22. № 6. С. 136–142.
8. Косиченко Е.Ф. Сакральная значимость имени собственного в философских традициях и в художественном тексте // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. Выпуск 3 (832). 2020. С. 19–29.
9. Костина К.В., Солдатенко И.В. Лингвистическая имагология и медиапространство: пересечение понятий // Казанская наука. 2022. № 7. С. 98–100.
10. Линченко А.А. Мифы о прошлом в медиасреде: теоретические основания и российская политическая практика // Социодинамика. 2022. № 1. С. 1–17.
11. Лисютина М.А. Отражение мифологемы «потерянного рая» в американской драматургии («Крылья даны всем детям человеческим» Ю. О`Нила и «Орфей спускается в Ад» Т. Уильямса) // Успехи гуманитарных наук. 2022. № 1. С. 32–37.
12. Мартынова Е.Е., Семенова С.Н., Мушегян С.В. Средства выразительности и проблемы понимания мифа (на материале скандинавского мифа «Путешествие Тора в Утгард» на русском языке) // Тенденции развития науки и образования. 2022. № 81-3. С. 140–145.
13. Москаленко О.А., Ирхин А.А. Современный британский миф о России: концепция «большого террора» как часть цивилизаторского дискурса запада // E-Scio. 2022. № 4 (67). С. 492–498.
14. Остапович А.С. Трактовка мифа в работе Ролана Барта «Миф сегодня» // Сборник материалов республиканской научно-практической конференции студентов и молодых ученых, посвященной 95-летию со дня рождения профессора Маслакова Дмитрия Андреевича. Гродно, 2022. С. 553–554.
15. Ставицкий А.В. Миф как проявление функциональной асимметрии человеческого // Культура и искусство. 2022. № 8. С. 25–34.

16. Степанова Е.С. Мифы о чудесных исцелениях: лингвистические и аксиологические аспекты // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Лингвистика. 2022. № 1. С. 24–32.
17. Терехова А.А. Мифологема пути в романе Марка Леви «другое счастье» как ключ интерпретации текста // Научно-технический прогресс как механизм развития современного общества: сб. ст. Всероссийской научно-практич. конф. Уфа, 2022. С. 114–120.
18. Федотова Н.Г. Практики визуализации нарративов культурной памяти города: бренд города как миф // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2022. № 1 (31). С. 54–74.
19. Шакирова Т.В., Еренчинова Е.Б., Чуманова Н.А. Генезис неомифологизма: философский аспект // Общество: философия, история, культура. 2022. № 1 (93). С. 61–66.

References

1. Abusheva, A.A. (2022): Myth as an existential strategy. *Turning Points of History: People, Events, Research*: Materials of the International Scientific Conference dedicated to the 350th anniversary of Peter the Great's birth: in 3 vol, 11–14. (In Russ.)
2. Bart, R. (1996): Mythology / translated from French, preface and commentary, 312. (In Russ.)
3. Gofman, I. (2003): Analysis of Frames: Essays on the Organization of Everyday Experience: Edited by G.S. Batygin and L.A. Kozlova, 752. (In Russ.)
4. Evgrafova, Yu.A. (2018): Sign as a means of constructing reality and manipulating consciousness in semiotically complicated screen texts (on the example of cinema and television texts). *Bulletin of the Moscow State Regional University*, 3, 240–255. DOI 10.18384/2224-0209-2018-3-914. EDN YSQCQP. (In Russ.)
5. Evgrafova, Yu.A. (2019): Semiotic "matryoshka": encoding in heterogeneous screen texts (on the example of the cinema text "King Says!" and the video text "You are the only one"). *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia*, Vol. 10, 1, 75–84. DOI 10.22363/2313-2299-2019-10-1-75-84. EDN ZBOAFV. (In Russ.)
6. Ioskevich, M.M. (2022): Social myth and binary opposition "with and without" (on the material of Belarusian works of industrial themes). *Advances in Humanities*, Vol. 1, 27–31. (In Russ.)
7. Kacev, A.S., Slobodjanjuk, N.L. (2022): Historical document and myth in the context of artistic and media narrative. *Bulletin of Kyrgyz-Russian Slavic University*, Vol. 22, 6, 136–142. (In Russ.)

8. Kosichenko, E.F. (2020): The sacral significance of a proper name in philosophical traditions and in an artistic text. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University*. The Humanities, 3 (832), 19–29. (In Russ.)
9. Kostina, K.V., Soldatenko, I.V. (2022): Linguistic imagology and media space: the intersection of concepts. *Kazanskaya nauka*, № 7. 98–100. (In Russ.)
10. Linchenko, A.A. (2022): Myths about the past in media environment: theoretical foundations and Russian political practice. *Sociodynamics*, 1, 1–17. (In Russ.)
11. Lisjutina, M.A. (2022): Reflection of mythologem of "Lost paradise" in American dramaturgy ("Wings are given to all human children" by J. O`Neil and "Orpheus descends into Hell" by T. Williams // Humanitarian Success. Williams). *Advances in the Humanities*, 1, 32–37. (In Russ.)
12. Martynova, E.E., Semenova, S.N., Mushegjan, S.V. (2022): Means of expression and problems of understanding myth (on the material of Scandinavian myth "Thor's journey to Utgard" in Russian). *Trends in science and education*, 81-3, 140–145. (In Russ.)
13. Moskalenko, O.A., Irhin, A.A. (2022): Modern British Myth about Russia: The Concept of "Great Terror" as Part of the Civilizing Discourse of the West. *E-Scio*, 4 (67), 492–498. (In Russ.)
14. Ostapovich, A.S. (2022): Interpretation of Myth in Roland Barthes' "Myth Today". *Proceedings of the Republican Scientific-Practical Conference of Students and Young Scientists dedicated to the 95th anniversary of Professor Maslakov D*. Grodno, 553–554. (In Russ.)
15. Stavickij, A.V. (2022): Myth as a manifestation of functional asymmetry of human. *Culture and Art*, 8, 25–34. (In Russ.)
16. Stepanova, E.S. (2022): Myths about miraculous healings: linguistic and axiological aspects. *Bulletin of Moscow region state university. Ser.: Linguistics*, 1, 24–32. (In Russ.)
17. Terehova, A.A. (2022): Mythologem of way in the novel of Mark Levy "other happiness" as a key to text interpretation. *Scientific and technological progress as a mechanism of development of modern society*: coll. of papers. Proceedings of the All-Russian Scientific-Practical Conf. of Ufa, 114–120. (In Russ.)
18. Fedotova, N.G. (2022): Practices of visualization of narratives of cultural memory of a city: a brand of a city as a myth. *Praxema. Problems of Visual Semiotics*, 1 (31), 54–74. (In Russ.)
19. Shakirova, T.V., Erenchinova, E.B., Chumanova, N.A. (2022): Genesis of Neomythologism: Philosophical Aspect. *Society: Philosophy, History, Culture*, 1 (93), 61–66. (In Russ.)

УДК 81’114.4

Ефимова Анна Дмитриевна
Anna Efimova

Транснациональные концепты (на примере лингвокультурного типажа «мачо»)

Transnational concepts (on the example of linguocultural type “macho”)

Аннотация. Цель. *Целью данной статьи является анализ лингвокультурного типажа «мачо» как примера транснационального концепта.* ***Материалы и методы.*** *В процессе сравнительного исследования национальных вариантов данного концепта в русской и английской лингвокультурах были изучены лексикографические источники и корпуса текстов.* ***Результаты.*** *Установлено, что отдающая культура оставляет культурный след в принимающей культуре, поскольку она передает другие ценности и нормы. Специфика национальной концептосферы влияет на восприятие и оценку данного типа в новой культуре, в которой он приобретает новое ассоциативное поле и подвергается процессу адаптации и трансформации.* ***Выводы.*** *Мы можем сделать выводы, что лингвокультурный типаж “мачо” имеет в своей структуре базовый инвариант, который позволяет узнавать данный типаж в любой культуре, и вариативный компонент, который включает новые черты в каждой культуре и их возможные комбинации в ядре и на периферии. Доминирующими характеристиками мачо в англоязычных культурах являются умение не проявлять эмоции и сдержанность, в то время как в России подчеркивается, что этот типаж передает чуждые ценности, поэтому «мачо» иногда получает негативные коннотации как человек, который равнодушен к моральным нормам, не проявляет сочувствие. Интерпретация концепта «мачо» прочно связана с образами кинозвезд и знаменитостей, раскрывающих привлекательные для молодежи модели поведения. Восприятие мачо в русской культуре сосредоточено вокруг концепта «мужество». Следовательно, концепт «мачо» приобретает новые черты, такие как самопожертвование и вежливость.*

Abstract. The aim. *The aim of the given article is to analyze linguocultural type “macho” as an example of a transnational concept.* ***Materials and Methods.*** *In the process of comparative investigation of the national variants of this concept in Russian and English linguocultures the lexicographical sources and the corpuses of texts were studied.* ***Results.*** *It is stated that the giving culture leaves the cultural trace in the host culture as it transmits other values, and norms. The specifics of national concept sphere influence the perception and evaluation of the given type in a new culture in which it acquires new associative field and undergoes a process of adaptation and transformation.* ***Conclusions.*** *We can conclude that the linguocultural type “macho” has in its structure the basic invariant which enables us to recognize this type in any culture and the variable component which includes new features in each culture and their possible combinations in the nucleus and periphery. The dominant characteristics of macho in English-speaking cultures are the ability not to show emotions and restraint while in Russia it is stressed out that this type conveys alien values, that is why “macho” receives sometimes negative connotations as a person who is indifferent to moral norms, does not show sympathy. The interpretation of the concept “macho” is strongly connected with the images of film stars and celebrities revealing attractive to young people models of behavior. The perception of macho in*

Russian culture is centered round the notion of "courage". Consequently, concept "macho" acquires new features such as self-sacrifice and courtesy.

Ключевые слова: *лингвокультурный типаж, транснациональный концепт, мачо, мужество, этнокультурная ценность*

Keywords: *linguocultural type, transnational concept, macho, courage, ethno-cultural value*

Introduction

Nowadays transnational phenomena are becoming widespread because of the process of globalization. S.V. Bannikova described transnational phenomena as the ones known to the representatives of national cultures who possess encyclopedic knowledge, including knowledge about other cultures, noting that the national component of the invariant is minimized [Bannikova, 2011: 202]. In our opinion, the criterion of encyclopedic knowledge possession is quite vague because it is difficult to find out who are these people. That's why we suggest that any transnational phenomenon (not only precedent) should be known to each representative of other culture but its volume can be varied, for example, in different social groups.

So, transnationality is the process of transition into another culture and adaptation in it. This term is also applicable to the notion "concept". Thus, by the transnational concept we mean the process and the result of transition of ideas about the world from one culture to another in such a way that a phenomenon that originated in one country becomes known in other countries. The formal mark of perception of a concept becomes a verbal frame which is often a borrowing. Transnational concepts, existing in different cultures, obtain not only the same formal mark but common invariant part allowing to identify them but each culture imposes a unique imprint on the perception of this or that concept. Thus, linguocultural type as a subtype of language personality reflects on the cognitive level the hierarchy of values and senses in the national picture of world [Sidorova, Fedulova, 2019: 35].

It should be mentioned that when a new linguocultural type passes from one culture to another, the transmission of viewpoints and world perception, determined by economic, political and social relationships, happens. Svetlana Ter-Minasova says that nowadays "English as a global language imposes English-American (increasingly, American now) traditions, value systems, mentality,

way of life" [Ter-Minasova, 2019: 94] and that the impact of culture is not noticeable but "much more important than any means of open pressure" [Ter-Minasova, 2019: 94].

The article aims at a comparative research of linguocultural type "macho" as a transnational concept which entered Russian and English cultures through Spanish and Latin American ones and has undergone certain transformations.

The novelty considers the investigation of the "macho" as a transnational concept, which possesses a fixed range of qualities providing the recognition of the given type and its spread in foreign cultural environment, and ethnocultural value shown through the variability of the national component determined by a unique cultural phone.

The actuality is connected with the fact that many foreign culture concepts begin to penetrate into national concept spheres of other nationalities where they were absent [Sternina, Sternin, 2018: 31], i.e. concepts are becoming transnational phenomena.

Materials and methods

In the process of studies the step-be-step procedure of conceptual analysis was used. First, the data of the dictionaries were analyzed to establish the main dominant features of the concept "macho" in Russian and English linguistic and cultural studies. Secondly, the examples of the word-usage in the corpus of sentences in the online Cambridge dictionary (15 sentences) and in the National corpus of Russian Language were investigated (237 sentences) and Internet sites to establish the connotations and associative field. After the comparative study and cognitive interpretation of the results the differences and the similarities are stated.

Results

"Macho" is a transnational linguocultural type of modernity. Lexeme "macho" is derived from Spanish word "male" and is associated with the perception of a true man. Assessments of this linguocultural type can vary in different cultures as well as the image of the man himself when macho is perceived as a representative of the male sex, possessing typical qualities (neutral assessment) or as a certain type of person (for example, when emotionally addressed to a person in the meaning of "male", "dork", "lover"). In fact, the Russian lexicographic sources give the following characteristic features of

macho: *"real", "one hundred percent", "aggressive", "straightforward", "quintessence of masculinity", "courageous", "strong", "rude", "alpha male"* [Dictionaries and Encyclopedias on Academic]. A person can have a reputation of being a macho. According to these features you can imagine an attractive man, a mixture of brutality and masculinity. It is stated that, originated from Spanish, the word was initially used only to denote men with Latino American appearance.

It's interesting to note that in the English language the word has other connotations. Mostly, it's stated that macho is a person who has a typically masculine character and qualities among which the most important are *not to show emotions, to be reserved, to seem domineering and strong, and escape weakness or sympathy*. Besides, macho is proud of his physical form, aggressiveness, assertiveness and imperiousness. Examples from the dictionary corpora indicate that famous movies support antisocial and macho behavior: *"The plots of the most famous films inevitably glorify macho behavior and anti-social crime as antidotes to class and race tensions"* [Cambridge Dictionary].

We can observe the spread of the nomination "macho" on women who work physically and develop muscles *(Women who do physically hard work and develop muscles are often called "macho")*. For many people macho becomes the ideal of manhood to imitate: *"In conversation, boys also reiterated a "macho" image in their views".* The word "macho" begins to be used as an adjective denoting "typically masculine", for example, "macho dynamic sports" *(Coates attempts to understand/ contextualize women's involvement in rock music from the premise that rock music is at its most compelling when it is most misogynistic and macho).* Another example where the meaning of the adjective "serious, big" *(very macho danger*) is connected with the description of a dangerous man *(Koizumi maintained a relatively high rate of approval up until the end of his government, but the lurking danger - a very* ***macho*** *danger -was always palpable under his populist façade)* [Cambridge Dictionary].

The image that a self-respecting macho man should have a large and aggressive dog as an essential accessory has become established in the mass consciousness: "*Most men like to have large and*

aggressive dogs as a macho, fashion accessory" [Cambridge Dictionary].

In the Russian language articles there are the following statements about the macho appearance: *"The fashion for blond blue-eyed princes has long been a thing of the past. A real macho man is necessarily a brunette with dark skin" (Here and further the translations are ours. – A.E.)* [Macho is a man…]. The author distinguishes the following characteristics of appearance: *a stubble, a relief body, "looks slightly careless", "the wardrobe should be thought out to the smallest detail", "a tie and a jacket are useless",* macho wears *shirts, jeans, expensive watches, black glasses, massive chains* [Macho is a man…]. The code of conduct of a real macho man includes the following rules: *do not cry and do not complain, do not show emotions, make decisions quickly, keep his word,* his motto is "He came. He saw. He conquered" [Macho – is a man…]. Macho hobbies: *he loves fast driving, can drink alcohol and not get drunk, eats meat, trains in the gym, and conquers women* [Macho is a man…]. Encyclopedias and reference books claim that a macho man's favorite sport is football, where he can prove superiority in a fair fight. Among his traits of character are *credulity, simplicity, stubbornness, quick temper, unpunctuality and at the same time fidelity to the word, laconicism, idleness*. However, the modern macho needs to work hard to earn for a living [Dictionaries and Encyclopedias on Academic]. He represents a recognizable type of modern dandy.

Thus, the concept "macho" has the most important association with the concept "masculinity". Let's consider the relationship of these concepts in more detail. In the Russian language "masculinity", "courage" and "man" have the same root. The dictionaries give the following definitions of the word "courage" – *"ethical virtue that characterizes a moral measure in overcoming fear", "presence of mind in trouble, danger", "awareness of one's inner strength and self-confidence in difficult life circumstances", "personal quality expressed in the ability to act decisively and expediently in a difficult and dangerous situation, to control impulses, to overcome possible feelings of fear and uncertainty, in the ability to mobilize all forces to achieve the goal. His highest manifestation is heroism", "one of the virtues reflecting moral strength in overcoming fear", "fortitude in adversity and struggle, spiritual strength, valor, bravery, courage,*

calm courage in battle and danger, patience and constancy" [Dictionaries and Encyclopedias on Academic]. Definitions emphasize the moral basis of courage, willingness to overcome obstacles, perseverance in achieving goals, the intention to do something for the good, the possibility of self-sacrifice, loyalty to duty. Accordingly, "masculinity" is a masculine characteristic as opposed to a feminine one; the possession of courage, willpower as opposed to effeminacy, weakness of character: *a courageous character, a courageous act.* "Sociological Dictionary" indicates that in modern Western societies "masculinity" is associated with independence, aggressiveness and activity, which is confirmed by the description of the linguistic and cultural type of "macho" [Dictionaries and Encyclopedias on Academic].

Russian linguoculture considers the word "macho" to represent alien values, since the standards of masculinity in Russian linguoculture are associated with such internal motives as *heroism, responsibility, protection of family and the Fatherland, even at the cost of their own lives.* The semantic field of the concepts "masculinity" and "man" includes the moral concepts of "truth", "peace", "love". So, the author of the article devoted to the features of a true man writes that a real man is a social role and a collective image embodying the best male traits. It takes a lot to become a real man – it comprises not only the development of a manly body, but also a warm and deep soul, a strong mind and a masculine spirit, as well as views, beliefs, manners corresponding to male culture [A true man – who is he?]. The following characteristics are given: *protects people he loves and what is dear to him, lives according to sound judgment, controls feelings and emotions, knows how to work and is not afraid of work, corrects mistakes, must do what he should without paying attention to his fears, does not live only for himself* [A true man – who is he?].

Thus, there is a contradiction of a "masculine body" to a "courageous soul", "masculinity" as fearlessness to "masculinity" as heroism, "masculinity" as determination to achieve one's goal at all costs to "masculinity" as readiness for self-sacrifice, "masculinity" as masculine attractiveness to "masculinity" as an opportunity to be a father and a husband. A macho man is not afraid of anything, a real man is afraid, but he does. The image of a macho man doesn't not always appear be attractive to a Russian people. The ideal of such a

man is embodied in the heroes of films and literary works, including those with a criminal past. There is a shift in emphasis towards the cult of physical strength, complete freedom and permissiveness, absence of strict moral norms (the goal is more important than the spiritual principle).

The National Corpus of the Russian language shows that the linguistic and cultural type “macho” is alien indeed. Firstly, there are descriptions of people of Latin American appearance: “swarthy”, “dressed in a national poncho”, and, secondly, references to another culture: “real Hollywood macho”, “burning Mexican”, “Cuban”, “strong southern”, “Latin American dance rhythms were in high esteem”. In addition, it is emphasized that “macho” is a stage image, a role, *(“manifestation of one's own image of a political macho”, “TV macho”, “and the invented image of a “macho”),* which is created to be popular, famous, etc., especially among celebrities. Hence the ironic remarks: *“It will take a little time, and he will play macho”* [National Corpus of the Russian Language].

There are quite a lot of negative evaluations based on the alienness of this type for Russian linguoculture *(“Stupid macho! Have come here with there own laws”)* as well as on aggressiveness, love for the female sex *(“Actually, of course, a man should be a little macho, but not as malicious as he is”, “Macho is, sorry, a male. A little rough, isn't it?”).* You can meet a “macho” description as an uncivilized, rude, uncouth person with base interests: *“I believe that being macho is uncultured, savagery, medieval barbarism!”.* Macho behavior is not always acceptable in Russian linguoculture*: “PR specialists strongly advised Schroeder: “Just don't act like a macho man does!””* [National Corpus of the Russian Language].

Macho can be perceived as a person, who does not live according to the law or belongs to the criminal environment, mafia: *“In general, he became quite similar to a militant or a Latin American guerrilla. A kind of a brutal macho. I did not dare to show up at my father's house in this form, and when I went to my parents, I changed into civilian clothes and carefully hid the gun under my jacket”* [National Corpus of the Russian Language].

Despite the presence of a popular mass stereotype that being macho is good, psychologists note that macho approach to love makes it impossible to have a happy relationship between the sexes: *“For all*

the external attractiveness and acceptability to the mass consciousness of stereotypical images of a strong macho man, they do not contribute to harmonious relations between men and women and aggravate psychological difficulties of these men" [National Corpus of the Russian Language].

At the same time, the association between "macho" and "real man" has firmly entered the consciousness of native Russian speakers, and the slogan "macho doesn't cry" has become precedent: *"Macho don't cry. The boy should not think about his mood, but cope with it"* [National Corpus of the Russian Language].

The main sign of belonging to this linguocultural type is appearance *("Tall, with green eyes, thick black wavy hair, with a pleasant warm voice and a muscular, strong body", "very handsome, with a very masculine appearance of a macho and superman", "if you believe the gloss, the time of hairy macho with square prickly chins has irrevocably passed", "the most colorful figure, tall, fashionable, long gray hair, good tan, macho habits and manners")* [National Corpus of the Russian Language]. However, it is noted that being a macho means much more. Here are examples of some descriptions: *"He called himself a "macho Mexicano", did not miss a single beautiful woman, did not accept classical music, had one of the most complete collections of paintings of the XX century", "…imagined himself to be a cool macho and tried to beat off a girl from one of his comrades", "…but behaves completely like a thirty-year-old macho man, runs a race in the morning with a labrador dog, looks attentively at the girls, – does not miss a single skirt, – and at the same time he is firmly married", "macho, dissecting the city in search of fleeting pleasures", "curly, swarthy macho walks Stafford along the beach"* [National Corpus of the Russian Language]. Let's highlight the main semantic signs: *macho is engaged in sports, monitors his physical form, impresses women, looks for all kinds of pleasures, drinks alcohol, drives a car.*

Tom Cruise believes that a real macho is a free macho: without any dubious wives. Ricky Martin notes that macho should always be funny, even if he has to jump around the stage and yell in a bad voice in order to cheer you up. In addition, a macho man should have a hat with a feather and three brave friends (obviously, a macho parallel is

made with three Musketeers – heroes of the past, saving the world) [National Corpus of the Russian Language].

The following epithets are distinguished, revealing the associative field of this concept in Russian linguoculture: *brutal, cool, tired, ruthless, drunk, true/real, well-pumped, stupid, malicious, hairy, free, strict, a little arrogant, absolute, irresistible, vulgar, freedom-loving, Russian* [National Corpus of the Russian Language]. The type "macho" is reconsidered in the context of Russian culture. Features that are not characteristic of him are distinguished, reflecting the idea of a courageous man in Russian linguoculture: *"He looks like a notorious scoundrel, but at heart he is a meek lamb and at the same time a brave macho, always in a hurry at the first call"* [National Corpus of the Russian Language]. Another example of macho immersion in Russian culture, according to which "Russian macho" sounds almost like an oxymoron, is: *"a real macho should offer a girl reading Cosmopolitan to give her a seat on the tram, and only after that he will offer her to sit on his lap"* [National Corpus of the Russian Language].

Macho behavior and some of his character traits are ridiculed, he becomes the subject of jokes and irony, the absolute macho standard turns into a macho parody: *"His macho man cries and skips, and is afraid of his mother-in-law, and performs absolutely hilarious manipulations with false mustaches"* [National Corpus of the Russian Language].

It is noted that, in fact, macho does not always correspond to the ideals of a noble gentleman: *"A real man does not look like a vulgar "macho" who constantly plays with the neck muscles during the conversation so that everyone notices how firmly his head sits on his shoulders, and at every opportunity "with his voice and eyes" makes it clear that it is better not to collide with his foreheads on the road, on the on the warpath, in the corridors of the office or in the boss's room"* [National Corpus of the Russian Language], he can be vindictive, goes straight to the goal, does not yield to anyone.

Conclusion

On the basis of a comparative study of the image of macho in English and Russian linguocultures, we can conclude that this type was perceived by European countries from Latin America and Spain, but in each of the countries it has passed a unique path of development

and acquired specific features due to its cultural background including the value orientations of society. Thus, the concept of “masculinity” is interpreted in different ways in each culture due to its inner form and associations. This linguistic and cultural type includes invariant characteristics: *aggressiveness, the cult of physical strength, popularity among the female sex, norms of behavior, for example, playing sports, walking with a big dog*, etc.

However, there are differences. In British culture restraint, the ability not to show your emotions and weakness has become of a crucial importance. In general, the image of macho is popular, is promoted in movies and TV programs, macho heroes and celebrities have become standards of masculinity in contrast to people with other patterns of behavior. The perception of a macho as the standard of masculinity in English linguoculture is emphasized, firstly, by the spread of the name “macho” to all men in addresses, and, secondly, by the appearance of the adjective “macho” with the meaning “courageous, radiating danger”. At the same time, the meaning of the word “macho” appeared in American English as an abusive characteristic of a man who constantly proves his masculinity in the physical plane.

In Russian linguoculture the concept “macho” is perceived as alien, and the ideals of a macho are not adapted into the value system: what should a real macho man do on the bus: give the girl a seat or invite her to sit on his lap? Can a real macho travel by bus at all? Attempts to interpret this linguistic and cultural type lead to endowing it with new features: *a tendency to self-sacrifice, a willingness to help.* Most often the Russian linguoculture does not perceive the linguocultural type as a whole, but there is a comparison with macho in certain features: *attitude to women, appearance, pumped muscles, etc*. Often the attitude to macho is negative as to a person who is unable to show sympathy, kindness, understanding, concentrated only on himself, his goals.

Thus, based on the study, it can be stated that the linguistic and cultural type “macho” is a transnational concept that is represented in many cultures, however, in each culture it is interpreted in its own way and acquires certain value characteristics, embodying ideas about norms of behavior or pointing to undesirable stereotypes of behavior.

References

1. Bannikova, S.V. Osobennosti ispol'zovanija nacional'no-markirovannyh precedentnyh fenomenov v anglojazychnom diskurse // *Social`no-e`konomicheskie yavleniya i processy`* [Social and economic phenomena and processes]. 2011, pp. 202-209. (in Russian)
2. Macho // Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/macho (accessed: 02.09.22)
3. Macho // Nacional'nyj korpus russkogo jazyka [National Corpus of the Russian Language] URL: https://processing.ruscorpora.ru/search.xml?env=alpha&api=1.0&mycorp=&mysent=&mysize=&mysentsize=&dpp=&spp=&spd=&mydocsize=&mode=main&lang=ru&sort=i_grtagging&nodia=1&text=lexform&req=%D0%BC%D0%B0%D1%87%D0%BE (accessed: 02.09.22) (in Russian)
4. Macho – jeto muzhchina, obladajushhij jarko vyrazhennoj seksual'noj privlekatel'nost'ju. [Macho is a man with a bright sexual appeal] URL: https://yandex.ru/turbo/fb.ru/s/article/356849/macho---eto-mujchina-obladayuschiy-yarko-vyirajennoy-seksualnoy-privlekatelnostyu (accessed: 02.09.22) (in Russian)
5. *Nastojashhij muzhchina – kto on?* [A true man – who is he?]. Sbornik statej, Sostavitel' T.E. Grigor'eva, Moscow: Vol'nyj Strannik, 2020. – 224 pp. (in Russian)
6. Sidorova N.A., Fedulova M.N. Britanskaya i amerikanskaya yazy`kovy`e lichnosti skvoz` prizmu cennostnogo podxoda: sopostavitel`ny`j aspekt (na materiale anglijskogo yazy`ka) [British and American linguistic personalities through the value approach: comparative aspect (on the material of English)] // *Ucheny`e zapiski Nacional`nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki* [Scientific Notes of National Association of Applied Linguistics]. № 2 (26) 2019, pp. 28-39 (in Russian)
7. Slovari i jenciklopedii na akademike URL: https://dic.academic.ru/ (accessed: 02.09.22)
8. Sternina, M.A., Sternin, I.A. Anglijskie challenge i pet: koncept, slovo, zaimstvovanie [English challenge and pet: concept, word, borrowing] // *Vestnik VGU.* № 4 2018, pp. 31-35. (in Russian)
9. Ter-Minasova, S.G. Nacional`ny`e yazy`ki i kul`tury` v globaliziruyushhemsya mire: anglijskij yazy`k i kul`tura v russkom yazy`ke [National languages and Cultures in the Globalizing world: The English Language and Culture in Russian] // *Ucheny`e zapiski*

Nacional`nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki [Scientific Notes of National Association of Applied Linguistics]. № 4 (28) 2019, pp. 93-101.

УДК 7.05

Панкратова Александра Владимировна
Aleksandra Pankratova

Дизайн как метаязык гиперреальности

Design as a hyperreality metalanguage

Аннотация. *В статье рассматривается дизайн как метаязык современного информационного пространства – гиперреальности. Актуальность исследования детерминирована глобализацией общения, характерной для современной социокультурной ситуации: сегодня общение происходит в гиперреальности, что делает национальные языки частным случаем коммуникации – весь мир начинает общаться на метаязыке, понятном в любой точке мира, и сегодня таким универсальным языком становится дизайн. Новизна исследования обусловлена самой постановкой вопроса: до сих пор дизайн не рассматривался как метаязык гиперреальности. Цель исследования – показать, что в условиях глобализированной гиперреальности дизайн становится метаязыком, семиотической системой, надстроенной над семиотической системой, которой является современное информационно-коммуникационное пространство. Основным методом исследования является семиотический анализ дизайн-среды. Исследование, в основном, базируется на материале современного плоского дизайна, который является наиболее репрезентативной формой существования дизайна в настоящее время. Основные выводы исследования: социокультурной средой современного человека является гиперреальность. Гиперреальность является метаязыком по отношению к первичной реальности. Но сама гиперреальность в качестве основного языка использует метаязык, этим метаязыком является дизайн. Дизайн надстраивает над миром вещей систему образов и коннотаций, так создается метаязык, или семиотическая система дизайна. В качестве основной знаковой формы современный дизайн использует знаки-симулякры, так как гиперреальность в своем развитии стремится дистанцироваться от первичной реальности, и вырабатывает свою синтаксическую и парадигматическую структуру, принципиально отличающуюся от первичной реальности. Уникальность дизайна как метаязыка заключается в использовании симулякров, знаков, принципиально не выразительных, не приспособленных для адекватной передачи информации. То есть современный дизайн, не упрощает, а усложняет коммуникацию, но другого универсального метаязыка, сравнимого по своей всеохватности с дизайном, сегодня просто нет.*

Abstract. *The article considers design as a metalanguage, a information space – hyperreality. The relevance of the research is determined by the globalization of communication, characteristic of the current socio–cultural situation: today communication takes place in hyperreality, which makes national languages a special case of communication - the whole world begins to communicate in a metalanguage understandable anywhere in the world, and today*

design becomes such a universal language. The novelty of the research is due to the very formulation of the question: until now, design has not been considered as a metalanguage of hyperreality. The purpose of the study is to show that in the conditions of globalized hyperreality, design becomes a metalanguage, a semiotic system built on top of the semiotic system, which is the current information space. The main method of research is the semiotic analysis of the design environment. The research is mainly based on the material of flat design, which is the most representative form of the existence of design at the present time. The main conclusions of the study: the socio-cultural environment of modern man is hyperreality. Design builds a system of images and connotations over the world of things, thus creating a metalanguage, or semiotic system of design. Contemporary design uses simulacra signs as the main sign form, since hyperreality in its development tends to distance itself from the primary reality, and develops its syntactic and paradigmatic structure, which is fundamentally different from the primary reality. The uniqueness of design as a metalanguage lies in the use of simulacra, signs that are fundamentally not expressive, not adapted for adequate transmission of information. That is, contemporary design does not simplify, but complicates communication, but there is simply no other universal metalanguage comparable in its inclusiveness with design today.

Ключевые слова: *гиперреальность, дизайн, метаязык, симулякр, семиотическая система*

Keywords: *hyperreality, design, metalanguage, simulacrum, semiotic system*

Введение

В настоящее время человечество окончательно переселилось в гиперреальность. Гиперреальность является социокультурной средой современного человека. Термин гиперреальность, введенный Ж. Бодрийяром в середине XX века, в наши дни оказался не просто актуальным, но необходимым для описания современного существования общества. Культура начала XXI века развивается не в предметной среде, а в метасреде, символической мифологической реальности, надстроенной над первичной средой. Этой средой является интернет, СМИ, реклама, содержание новостных лент, социальные сети. Практически, большую часть своего времени современный человек проводит в сети, в гиперреальности.

Парадокс в том, что, являясь, по сути, метаязыком по отношению к предметному миру, гиперреальность сама активно использует не язык, а метаязык для большей части своих сообщений.

Цель данного исследования – эксплицировать дизайн как метаязык современной гиперреальности.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью культурологического осмысления глобализации, её последствий для коммуникации. С перемещением коммуникации в информационное пространство,

человечество практически перешло на всеобщий язык, который надстраивается над национальными языками. Но переход на метаязык может оказаться фатальным для самой культуры, если данный язык окажется примитивнее, чем языки, на которых человечество привыкло коммуницировать. Данный процесс перехода на метаязык сегодня активно развивается, и в настоящем исследовании показано, что таким метаязыком в настоящее время является дизайн.

Материал и метод исследования

Методом данного исследования является семиотический анализ дизайн среды. Основным материалом исследования является современный дизайн, в частности, так называемый плоский дизайн, который представляет наиболее распространенную стилистику дизайна в настоящее время. Так как современный дизайн в настоящем исследовании эксплицирован как метаязык, спроецированный на гиперреальность, то можно сказать, что сама современная гиперреальность, информационное пространство, является материалом исследования. Несмотря на кажущуюся обширность материала, гиперреальность сегодня достаточно однородна. Причины такой гомогенности современной информационной среды как раз кроются в выбранном сегодня метаязыке – современном плоском дизайне.

Семиотический анализ дизайн-среды показывает, что основным знаком, который сегодня служит основой коммуникации является знак-симулякр. До того, как гиперреальность стала основной средой общения, человечество использовало три основных вида знаков: иконические знаки, знаки-индексы и знаки-символы. Общая черта всех трех типов знаков – наличие референта, означаемое, соотнесенность с реальностью. Сегодня дизайн, в основном, пользуется знаками без означаемого – симулякрами.

Причем сегодня процесс симуляции достиг следующего этапа развития, по сравнению с тем временем, когда Ж. Бодрийяр выделил три порядка симулякров [Бодрийяр, 2016: 12]: сегодня в дизайне используются симулякры четвертого порядка. Симулякр четвертого порядка – это знак, не только означаемое, но и означающее которого стремится к нулю. Таков современный

плоский дизайн. Сегодня дизайнеры отказываются от цвета, практически отказываются от формы, превращая любое изображение в схему. В последние годы все интернет-ресурсы отказались от фона, от цветных плашек, от подчеркивания, обозначающего гиперссылку. Декоративность, изобразительность сегодня сводится к нулю. Дизайн пользуется языком *невыразительных* знаков.

Отсутствующее означающее указывает на отсутствие означаемого, так как смысл любой дизайнерской идеи сегодня тоже минимизирован. В наши дни дизайнеры не используют игры с культурными кодами, реминисценции, языковые игры.

Сегодня основным методом создания дизайна являются референсы. Референсы – это метод, при котором дизайнер смотрит, как его коллеги справились с аналогичной задачей, и делает так же. Таким образом, вся информационная среда наполняется одинаковым невыразительным контентом, знаками-симулякрами.

Обсуждение и анализ

Еще двадцать лет назад можно было утверждать, что человек живет в пространстве текстов. Реклама строилась как остроумные сообщения, интернет был, прежде всего, литературной средой. В первые годы XXI века интернет-среда активно искала собственный язык, и этот язык был текстовым. Интернет-среда пародировала нормальный язык, но это был язык, в основе которого были *слова*.

Слово – это основа нормальной реальности. Человеческая культура до эпохи постмодерна была логоцентричной. Христианский Логос, а до христианства вертикально ориентированная философия Платона, были фундаментальным основанием человеческой культуры на протяжении тысячелетий. Логоцентрическое мышление – это мышление человека традиционной парадигмы, мышление вертикально ориентированнное, связанное с четкой системой ценностей. В искусстве и в дизайне периода становления логоцентризм мышления выражался в том, что обязательным было использование законов композиции, законов зрительного восприятия, законов цветовой гармонии. Законы синтаксиса,

обязательные для построения предложений, существовали и в построении визуального контента.

Но эпоха постмодерна, и в особенности, культура последних десятилетий, сместила фокус со слова на поток изображений, на движущиеся картинки, с иерархии смыслов и ценностей на полный аксиологический релятивизм. В таких условиях внимание человечества все больше смещается с размышления на развлечение, с чтения на потребление.

Современному человеку легче посмотреть небольшое видео, чем понять инструкцию, легче посмотреть фильм, чем прочитать книгу. Сегодня активно визуализируется образовательный контент, из него удаляются цитаты, отсылки к текстам прошлого, сложные идеи.

Переселение человечества в интернет сопровождается парадоксальным процессом отказа от логоцентризма, от первичности слова. Авторы исследования «Знаковые языковые единицы в синтаксических конструкциях интернет-коммуникации» отмечают, что в современной интернет-коммуникации традиционная цепочка «образ – слово» заменяется другой цепочкой смыслообразования в процессе общения: «образ – символ (знак)» [Юдина, 2021: 154].

Вместе с отказом от слова идет отказ от мысли, от идеи, от самого процесса думания. Именно поэтому можно утверждать, что эпоха постмодерна сегодня закончена, так как при всей поверхностности излюбленным средством продуцирования контента в постмодерне были именно языковые игры.

Гиперреальность начинает пользоваться не словами, а языком, который надстроен *над* словами, *метаязыком*. Таким метаязыком гиперреальности является дизайн.

Дизайн надстраивает над системой слов и смыслов систему образов и коннотаций.

Сегодня любой пользователь интернета, в первую очередь, воспринимает картинку, и только затем, в некоторых случаях, текст. Даже в общении смайлики, стикеры и картинки все больше вытесняют описание эмоций, чувств, заменяют слова. Авторы исследования современной интернет-коммуникации отмечают, что сегодня «активно используются приемы экспрессивного синтаксиса, графемы и эмотиконы (эмодзи)» [Юдина, 2021: 154].

Основным языком в таких условиях становится дизайн – способ организации разрозненных картинок в связанные структуры – айдентику, визуальные коммуникации.

При этом язык дизайна развивается, меняется под влиянием логики развития самой гиперреальности.

Сама структура гиперреальности, интернета, представляет собой ризому. Ризома, термин Ж. Делеза и Ф. Гваттари, это принципиально неструктурированная система или бессистемная структура, это отказ от самого принципа Логоса.

Именно поэтому в объектах гиперреальности становится все меньше подобия объектам первичной реальности: «вместо объекта репрезентации – экстаз его отрицания и ритуального уничтожения: гиперреальность» [Бодрийяр, 2000: 149]. Двадцать лет назад, когда человечество только осваивало интернет, язык дизайна использовал означающие, имитирующие объекты первичной реальности. Такой стиль в дизайне назывался скевоморфизм. Гиперреальность пыталась имитировать реальность предметов. Развиваясь, гиперреальность все больше дистанцируется от предметного мира. Сегодня в дизайне основным стилем является плоский дизайн.

Плоский дизайн полностью отказывается от реалистичности, от объема, даже от цвета – от всех признаков, характеризующих объекты в действительности. Данная стилистика оказалась визуальным воплощением того, что Ж. Бодрийяр называл «нигилизм нейтрализации» [Бодрийяр, 2016: 213]. Языком плоского дизайна гиперреальность «обладает силой обращать все, в том числе и то, что её отрицает, в индиффирентность» [Бодрийяр, 2016: 213].

Плоский дизайн является закономерным итогом развития дизайна модернизма. Изначально, в начале XX века, модернизм и модернистский дизайн развивались как парадигма отказа от трансцендентных смыслов, от прошлого, от человеческой и божественной реальности в пользу мира техники, науки, глобализации.

Именно поэтому в модернистском дизайне начала XX века доминирующим стилем стал интернациональный стиль – язык, на котором дизайнеры могут разговаривать в любой точке земного шара, который подойдет для всех без учета

национальных особенностей. Основными чертами интернационального дизайна стали геометризм, пуризм, минимализм и отсутствие отсылок к трансцендентной реальности. По сути, это та же стилистика, что и в сегодняшнем плоском дизайне. Плоский дизайн перенес черты модернистского интернационального дизайна в виртуальное пространство.

В начале XX века К. Малевич писал, что «смысл техники – через машину дать человеку покой» [Малевич, 2018: 496], именно этот покой и пытается воспроизвести современный плоский дизайн визуально. Сегодня дизайнеры аргументируют свой минимализм тем, что в современном перегруженном информацией мире человеку надо давать максимально простые сообщения. Искреннее желание дизайнеров сегодня – минимизировать усилия человека.

Однако то, что хорошо для утопических представлений о технике, не подходит для живого человека, и здесь начинаются проблемы современного дизайна. Например, дизайнеры почты mail.ru убирают надпись и значок «удалить» (этот дизайнерский прием можно сейчас наблюдать и на многих других ресурсах). Теперь, если человек желает удалить письмо, он должен отметить письмо галочкой, и только тогда возникает очень условный значок урны. Дизайнеры хотели уменьшить загруженность, но вместо этого добились эффекта растерянности потребителя, когда человек должен догадываться, что он должен сделать. Таким квестом становятся многие сайты и приложения: пользователь должен догадываться, какой элемент является гиперссылкой, и куда можно нажимать.

Таким образом, современные дизайнеры, стремясь к минимализму, перестали учитывать, что их продукт обращен к живым людям. Восприятие живого человека требует цветовых акцентов, композиционного центра, игр со смыслом и т. д. Но всего этого нет в плоском дизайне. Живая коммуникация уступает место запрограммированному общению, тесту: «вся система коммуникации перешла от сложной синтаксической структуры языка к бинарно-сигналетической системе вопрос / ответ – системе непрерывного тестирования» [Бодрийяр, 2000: 134].

Гиперреальность оказывается царством Танатоса, осуществляет первичный позыв материи по З. Фрейду – возвращение в неживое [Фрейд, 2015: 54]. И этот процесс понятен и закономерен. Гиперреальность представляет собой не усиление бытия, смысла, реальности, а, наоборот, уменьшение бытия. Уход человечества в техногенную реальность, детерминированный желанием покоя, на деле оказывается возвращением к небытию.

Если для оперирования объектами первичной реальности человеку необходимо тело, то в гиперреальности действует тело-без-органов [Можейко, 2002: 773], человек становится аватаром. Именно поэтому современный дизайн практически не ориентируется на человеческие органы чувств. Сегодня дизайнеры практически полностью отказываются от цвета, от контрастов, не ориентируются на эргономику, на законы зрительного восприятия. Сегодня язык дизайна отказывается от синтаксических правил классической композиции, законов цветовой гармонии, так как эти законы были разработаны для физического мира и для восприятия физическим телом, для первичной реальности.

Вероятно, телу-без-органов не нужна и традиционная коммуникация, поэтому дизайн начинает использовать знаки, не предназначенные для передачи сообщений.

Еще недавно для любого знака действовало правило, сформулированное У. Эко: «знак может обладать следующими качествами объекта: оптическими (видимыми), онтологическими (предполагаемыми) и конвенциональными, условно принятыми» [Эко, 2004: 163]. Дизайн модернизма отказался от первых двух качеств, а сегодня дизайн использует знаки, в которых практически не остаётся даже конвенциональности.

Дизайн конструирует гиперреальность таким образом, что она не является копией, картиной реальности. Если «картина имеет общую логико-изобразительную форму с тем, что она изображает» [Витгенштейн, 2018: 21], то в гиперреальности эта идентичность утрачивается. Гиперреальность строится как самостоятельная среда, с собственными обитателями, и язык данной среды все больше дистанцируется от обычного языка общения.

Такой метаязык, дизайн, не упрощает, а усложняет коммуникацию, виртуальный мир становится неудобным для человеческих органов восприятия, неэргономичным. Ли Константину, исследуя современную постиронию, отмечает, что «неудобство может служить доминирующей эстетической категорией» современной эпохи [Константину, 2022: 218].

Любопытной особенностью языка, который вырабатывает современный дизайн, становится крайняя бедность как синтагматического, так и парадигматического измерения дизайн-высказывания.

Например, синтагмой в среде гиперреальности можно считать структуру сайта, а парадигмой – возможные варианты оформления, цвет фона и плашек, дизайн элементов. В дизайне двадцатилетней давности синтагма структуры веб-ресурса строилась из набора конкретных и понятных элементов, а парадигматическое измерение могло включать, даже в рамках одного ресурса, сотни вариантов оформления, сохраняющих, тем не менее, некое единство, которое как раз и обеспечивала дизайнерская синтагма. В качестве примера такого вышедшего из моды интернет-ресурса можно назвать сайт diary.ru.

Сегодня синтагматическое измерение любого интернет-ресурса представляет собой не жесткую логоцентрическую систему, а достаточно размытую ризому. При этом парадигматическое измерение стало максимально одинаковым, лишенным разнообразия, не только внутри одного сайта или приложения, но и если сравнивать различные ресурсы. Например, сегодня все социальные сети максимально приблизились друг к другу по дизайну. Сегодня пользователь может даже не определить сразу, в какой социальной сети он сейчас находится, если его внимание отвлечь.

Сближение и упрощение синтагматического и парадигматического измерения делает дизайн максимально невыразительным, а гиперреальность – исключительно однообразной средой. Такая среда является ответом на запрос глобализации: глобальный мир стремится к тому, чтобы исключить разнообразие, превратить как первичную реальность, так и гиперреальность, в однородную потребительскую среду.

Результаты

Результатом данного исследования становится экспликация дизайна как метаязыка современной гиперреальности. При этом выявление современного дизайна как основного средства коммуницирования позволило и обозначить проблему: современный дизайн, в силу своей гипермодернистской специфики, не очень хорошо приспособлен для человеческой коммуникации. Более того, нормальная коммуникация в гиперреальности и не подразумевается. Гиперреальность развивается как самостоятельная среда, со своими собственными законами, и эти законы принципиально не похожи на законы привычной человеческой коммуникации. Гиперреальность развивается как среда потребления, а, следовательно, и отчуждения. В глобализированном мире нужны не индивидуальности с живыми и непредсказуемыми потребностями, а статистические единицы потребления. В настоящее время гиперреальность развивается как отрицание национальных культур и языков, так как именно это является основой человеческой индивидуальности. Именно поэтому плоский дизайн, максимально невыразительный стиль, становится основным языком общения в гиперсреде.

Возможно, выявление проблемы сделает понятным и направление её решения: выход из тупика симуляции возможен при отказе в дизайне от симулякров как основного типа знаков.

Вероятно, будущее дизайна связано с поиском новой стилистики, отличной от плоского дизайна и более отвечающей потребностям человеческого общения.

Выводы

Сегодня идет активный поиск собственного языка гиперреальности, и им становится метаязык – дизайн, так как гиперреальность не содержит Логоса. В своем развитии гиперреальность стремится предельно дистанцироваться от первичной реальности и вырабатывает свой собственный синтаксис и свою парадигматическую структуру.

Дизайн становится способом организации этого нового способа коммуникации, метаязыком. Гиперреальность предельно симуляционна. Единицами гиперреальности являются

симулякры. Симулякр становится основным типом знака, который использует современный дизайн для своих сообщений.

При этом язык, который выработал дизайн, язык симулякров, оказывается достаточно неудобным. В современном исследовании метамодерна это сформулировано следующим образом. «Метафизическое ядро метамодернистского дизайна можно обобщить так: замысел и дизайн существуют повсюду, однако не все замышляется и поддается дизайну» [Туинен, 2022: 75].

Основным способом построения сообщений в современном дизайне является стилистика плоского дизайна. Плоский дизайн максимально упрощает как означающие, так и означаемые дизайн-высказывания, так как строится как набор невыразительных знаков-симулякров.

Такой дизайн создает однородную гиперсреду, подходящую для современного мира глобализации. Данная среда создается как пространство для потребления. Но человек не может жить и коммуницировать в такой среде. Живое общение, в том числе, в гиперреальности, требует соответствующего языка.

Возможно, дальнейшее развитие дизайна, как метаязыка гиперреальности, связано с поиском новых средств выражения, других знаковых форм, более подходящих для человеческого общения. Можно спрогнозировать, что в своем развитии дизайн скоро перейдет к какому-то новому периоду.

Сейчас этот период начинают называть метамодернизм, в других случаях – пефоматизм. Новый период в эстетике будет связан с возвращением трансцендентности, которая полностью была отвергнута модернизмом, и которую не возвратил и не собирался возвращать постмодернизм. Например, об этом пишет Р. Эшельман, говоря о фотографии: «цель перфоматистской фотографии заключается в создании, если можно так выразиться, эффекта трансцендентности – трансцендентности, которая формально осязаема, но источник которой зрителю напрямую недоступен» [Эшельман, 2022: 374-375]. Возвращение трансцендентности – это возвращение глубоких общечеловеческих смыслов, не сводящихся к потреблению. А значит, возвращение человеческих способов выражения

трансцендентных смыслов – красоты, декоративности, законов композиции, цвета.

Таким образом, новая попытка говорить о трансцендентности внутри гиперреальности потребует другую форму знаков, из которых дизайн будет строить свои сообщения, других выразительных средств. Так или иначе, новый период в дизайне будет связан с возвращением человеческого восприятия, человеческих эмоций в визуальный контент.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть: пер. с фр. / Ж. Бодрийяр. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр. А. Качалова]. – М.: ПОСТУМ, 2016. – 240 с. – (ЖБ).
3. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат / Людвиг Витгенштейн; пер. с нем. Л. Добросельского. – Москва: Издательство АСТ, 2018, – 160 с. – (Философия – Neoclassic).
4. Константину Ли. Четыре лика постиронии / Ли Констунтину. // Метамодернизм. Историчность, Аффект и Глубина после постмодернизма / Р. Ван дер Аккер; [пер. с англ. В. М. Липки; вступит. Ст. А. В. Павлова]. – М.: РИПОЛ классик, 2022. С. 197-227.
5. Малевич, К. С. Черный квадрат: [сборник] / К. С. Малевич. – Москва: Издательство АСТ, 2018. – 512 с. – (Эксклюзив: Русская классика).
6. Можейко А. М. Тело без органов // Всемирная энциклопедия: Философия XX век / Главн. науч. Ред. И сост. А. А. Грицанов. - М.: АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор, 2002. С. 773.
7. Туинен С. Космический ремесленник: виртуозность маньеристов и современные ремесла / Съерд ван Туинен. // Метамодернизм. Историчность, Аффект и Глубина после постмодернизма / Р. Ван дер Аккер; [пер. с англ. В. М. Липки; вступит. Ст. А. В. Павлова]. – М.: РИПОЛ классик, 2022. С161-186.
8. Фрейд З. «Я» и «Оно»: сборник / Зигмунд Фрейд; пер. с нем. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2015. – 288 с.
9. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко; пер. с ит.: В. Г. Резник, А. Г. Погоняйло. — СПб.: Стмпозиум, 2004. — 544 с.
10. Эшельман Р. Заметки о перфоматистской фотографии; познание красоты и трансцендентности после постмодернизма /Рауль Эшельман. // Метамодернизм. Историчность, Аффект и Глубина

после постмодернизма / Р. Ван дер Аккер; [пер. с англ. В. М. Липки; вступит. Ст. А. В. Павлова]. – М.: РИПОЛ классик, 2022. С. 370-398.
11. Юдина Н. В. Знаковые языковые единицы в синтаксических конструкциях интернет-коммуникации / Н. В. Юдина, Н. И. Полидовец // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики № 4 (36) 2021, С. 147-165.

References

1. Baudrillard J. *Simvolicheskij obmen i smert'* [Symbolic exchange and death]: trans. from French / J. Baudrillard. – M.: Dobrosvet, 2000. – 387 p. (in Russian).
2. Baudrillard J. *Simuljakry i simuljacija* [Simulacra and simulation] / J. Baudrillard; [translated from French by A. Kachalov]. – M.: POSTUM, 2016. – 240 p. – (JB). (in Russian).
3. Wittgenstein L. *Logiko-filosofskij traktat* [Logical and Philosophical treatise] / Ludwig Wittgenstein; translated from German by L. Dobroselsky. – Moscow: AST Publishing House, 2018, - 160 p. – (Philosophy – Neoclassic). (in Russian).
4. Konstantin Lee. Four faces of post-irony / Li Constantinu. // *Metamodernizm. Istorichnost', Affekt i Glubina posle postmodernizma* [Metamodernism. Historicity, Affect and Depth after Postmodernism] / R. Van der Acker; [trans. from the English V. M. Lipki; will enter. A.V. Pavlova]. – M.: RIPOL classic, 2022. pp. 197-227. (in Russian).
5. Malevich, K. S. *Chernyj kvadrat* [Black Square]: [collection] / K. S. Malevich. – Moscow: AST Publishing House, 2018. – 512 p. – (Exclusive: Russian Classics). (in Russian).
6. Mozheyko A.M. The body without organs // *Vsemirnaja jenciklopedija: Filosofija XX vek* [World Encyclopedia: Philosophy of the XX century] / Main Scientific Ed. And comp. A. A. Gritsanov. - M.: AST, Mn.: Harvest, Modern Writer, 2002. p. 773. (in Russian).
7. Tuinen S. Space craftsman: virtuosity of mannerists and modern crafts / Sjerd van Tuinen. // *Metamodernizm. Istorichnost', Affekt i Glubina posle postmodernizma* [Metamodernism. Historicity, Affect and Depth after Postmodernism] / R. Van der Acker; [trans. from the English V. M. Lipki; will enter. St. A.V. Pavlova]. – M.: RIPOLL classic, 2022. C161-186. (in Russian)
8. Freud Z. *«Ja» i «Ono»* ["I" and "It"] : a collection / Sigmund Freud ; translated from German – St. Petersburg : ABC, Abc-Atticus, 2015. – 288 p. (in Russian).
9. Eco, U. *Otsutstvujushhaja struktura. Vvedenie v semiologiju* [Missing structure. Introduction to Semiology] / U. Eco; trans. from it.: V. G.

Reznik, A. G. Pogonyailo. — St. Petersburg: Stmpozium, 2004. — 544 p. (in Russian).

10. Eshelman R. Notes on performance photography; cognition of beauty and transcendence after postmodernism /Raul Eshelman. // *Metamodernizm. Istorichnost', Affekt i Glubina posle postmodernizma* [Metamodernism. Historicity, Affect and Depth after Postmodernism] / R. Van der Acker; [trans. from the English V. M. Lipki; will enter. St. A.V. Pavlova]. – M.: RIPOLL classic, 2022. From 370-398. (in Russian).
11. Yudina N. V. Sign language units in syntactic constructions of Internet communication / N. V. Yudina, N. I. Polidovets // *Uchenye zapiski Nacional'nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki* [Scientific notes of the National Society of Applied Linguistics] No. 4 (36) 2021, pp. 147-165. (in Russian).

СТИЛИСТИКА И АНАЛИЗ ДИСКУРСА

УДК 81-139

Веретенников Антон Сергеевич
Anton Veretennikov

Сравнительный метод изучения англоязычного военно-прескриптивного дискурса

Comparative method of the English-language military prescriptive discourse studying

Аннотация. *В данной статье анализируются проблемы перевода и изучения англоязычного военно-прескриптивного дискурса. Актуальность темы статьи обусловлена расширением круга государств-партнеров и развитие сотрудничества с ними на основе общих интересов в сфере укрепления международной безопасности, а также наличием на этапе современного строительства в Российской Федерации сложностей, связанных с военно-техническим сотрудничеством и приоритетом его развития на ближайшую перспективу. Новизна исследования заключается в комплексном решении задачи по осуществлению перевода военно-прескриптивного дискурса с опорой на совокупность научных методов и генерации понятийного аппарата. Целью исследования ставилось выявить сильные и слабые стороны сравнительного метода изучения англоязычного военно-прескриптивного дискурса. Основой данного исследования стали тексты военных полевых уставов вооруженных сил США и наставлений Вооруженных Сил Российской Федерации, анализ принципов их построения и лексической организации. В ходе проведения исследования использовались системный, логический и сравнительный подходы, комплексное применение которых способствовало объективности и доказательности результатов: отличительной особенностью документов военно-прескриптивного дискурса является выполняемая ими информирующая функция, к функционально-стилистическим особенностям лексического уровня военно-прескриптивных документов относятся практическое отсутствие многозначных слов, синонимичных рядов и эмоционально-окрашенной лексики, а одной из проблем перевода прескриптивных текстов с английского языка являются грамматические отклонения. Сильная сторона сравнительного метода военно-прескриптивного дискурса состоит в том, что он определяется специфическими особенностями письменного языка. В то же время слабая сторона сопоставительного метода состоит в том, что категориально-грамматические и позиционные конверсии употребляются не изолированно, а параллельно, и изменение грамматической категории требует изменения позиционной функции.*

Abstract. *The main problems of translation and study of the English-language military prescriptive discourse are analyzed in this article. An urgent issue of modern linguistics and its inherent method of comparative analysis of military discourse in different languages is the allocation of military prescriptive discourse into a separate functional style. The aim of the article is to find common features and differences in the Russian and the English military*

discourses in the process of their study and translation. The basic materials of this study are the texts of the military field manuals of the armed forces of the United States and the instructions of the Armed Forces of the Russian Federation, and the analysis of the principles of their construction and lexical organization. The main methods of study are the system, logic and comparative approaches. The analysis of the studied documents showed that a distinctive feature of documents of military prescriptive discourse is the informing function they perform; the functional and stylistic features of the lexical level of military prescriptive documents include the practical absence of ambiguous words, synonymous rows and emotionally colored vocabulary, and one of the problems of the English language prescriptive texts translation is grammatical deviations. The strong suit of the comparative method of the military prescriptive discourse is that it is determined by the specific characteristics of the written language. At the same time, the weakness of the comparative method is that the categorical-grammatical and positional converses are used not in isolation, but in parallel, a change in the grammatical category requires a change in the positional function.

***Ключевые слова**: военно-прескрипливный дискурс, предписывающий стиль изложения, компаративистский подход, структурные уровни эквивалентности*

***Keywords:** military prescriptive discourse, prescriptive style of presentation, comparative approach, structural equivalence levels*

The allocation of military prescriptive discourse into a separate functional style is an urgent issue of modern linguistics and its inherent method of comparative analysis of military discourse in different languages. At the same time, the discursive fragmentation of the text, which involves the allocation of semantic and expressive boundaries of translation, and the division of the text into discursively significant units, on the scale of which it is possible to carry out expressive and semantic translation is the most important operation that precedes the act of translation [Полубоярова, 2019: 100].

The object of our study, military discourse, is singled out in relation to modern society along with other types of institutional discourse. The military organization, being the most important social institution, is called upon to carry out, military security of the state, one of its main functions. Military affairs (military activity) are characterized as extremely complex functioning of which is determined by the content of military doctrine, the main directions of the state's foreign policy, the peculiarities of the dominant worldview, the organizational structure of the armed forces and the scale of the tasks they solve [Фахрутдинова, 2008: 261].

Materials

The texts of the military field manuals of the armed forces (AF) of the United States and the instructions of the Armed Forces of the Russian Federation, an analysis of the principles of their construction and lexical organization are the basis of this study.

In the United States, the system of documents that determine the main directions of development and requirements for the country's military power, on their basis of which all conceptual and installation documents are formed in all types of the Armed Forces and their components, including the ground forces, was created at a strategic level. The system of statutory documents is formed as follows: the basis of this system is two documents: the charters FM-1 "Ground Forces" and FM 3-0 "Fundamentals of Combat Operations", the instruction of the Joint Staff of the Armed Forces in relation to the ground forces, as well as the general views of the command of the US Armed Forces on the use of troops (forces) in the framework of the implementation of strategies [Максакова, Мальцева, 2019: 47].

The field manual (FM) is an official document that defines the main provisions for the preparation and conduct of combined arms operations (combat), command and control of troops, organization of their movement, location on the spot, as well as comprehensive support in various combat conditions. Launchers are developed on the basis of the provisions of military doctrine, the state and prospects for the development of military affairs, weapons and military equipment, as well as the experience of wars and training of the Armed Forces [Максакова, Мальцева, 2019: 48]. In terms of content, FMs and similar guiding documents are closely related to combat regulations. FMFM is the basic document for the tactical doctrine of the US Army. This definition takes into account the fundamental characteristics of a military document. FM is of particular interest for understanding the military foreign culture and way of life of military personnel, since this military text, from the point of view of linguistics, embodies the interaction of the language and culture of the people of the studied foreign language [Максакова, Мальцева, 2019: 49].

Structural levels of military prescriptive documents

Most foreign linguists are inclined towards a unified system of analysis and characterization of instructive texts. The complete structure of prescriptive texts can be described at several levels with their internal coherence and independence, however, subject to the presence of numerous points of contact.

The first level (structure) is mainly presented as an ordered sequence of instructions developed to achieve a specific goal. The instructions may be sequential or may have a more complex structure,

including, for example. options, alternatives, or actions that must be implemented at the same time as others. This level also includes the analysis of markers that link instructions to each other.

The second level is based on a comprehensive analysis of the linguistic means of individual subtypes of the prescriptive text type, while the third level is directly related to the typology of instructive texts, characterizing their aspects: incentive character, modalities and methods, intrinsic motivation, etc.

If we analyze the structure of the prescriptive text from a methodological point of view, it fully corresponds to the plan derived from the empirical analysis of the “question-answer” scheme to achieve a certain goal or solve some problem [Попцова, 2017:18].

Functions of the military prescriptive documents

In this regard, it should be noted that combat regulations and manuals for the types and branches of the Armed Forces of the Russian Federation are also texts of an informational and prescriptive nature. On the communicative plane, the military doctrine implements informative and declarative functions, since its purpose can be defined as the communication to the addressee of official views (settings) that determine the foundations for ensuring the country's military security. The informative function is also implemented in the texts of the report, reports and reports intended to inform the addressee of some significant information. The main communicative function of the combat manual (official guiding Document) is influencing, since we are talking here about the management of the addressee's activities both in the conduct of hostilities and in everyday activities [Фахрутдинова, 2008: 265].

An analysis of individual statutes and instructions showed that a distinctive feature of the documents of the military prescriptive discourse is the informing function they perform. Pragmatically, prescriptive texts belong to the sphere of consumer, production texts, which in turn belong to the category of utilitarian ones. Since prescriptive texts are characterized by the interconnectedness of the grammatical structure and the communicative function, we can talk about a certain system of imperative instructions that has its own structural and linguistic qualities and implements them in different types of its actualization. The language of instructions is a historical category: it has evolved over many centuries. As a result of careful

selection and organization of language means, the motivation of all elements of the instruction text is achieved with the practical absence of unmotivated words and forms [Попцова, 2017: 10].

Stylistic features

The stylistic of modern American military prescriptive documents is determined by the specific characteristics of the English written language: the use of special vocabulary, the construction of sentences using a certain set of grammatical structures, methods of presenting the material, a certain organization of the text and its stylistic characteristics.

Within the framework of this study, it should be noted that the distinguishing features of the military prescriptive text are a high density of information, an extremely clear presentation of the material due to the use of a large number of terms, the presence of conventional signs and code names, and the absence of means of artistic and aesthetic impact. For this reason, in order to perform an adequate translation of foreign military materials, it is necessary:

to be proficient and have knowledge of the characteristics of a professional subculture;

to know the various types of professionally oriented texts and take into account their semantics and structure;

to know the features of written translation, master the basic methods and techniques of translation.

In addition, special attention should be paid to the choice of translation strategy in each specific case, i.e. determine those techniques and methods that will help to accurately and competently translate. It is translation transformations that can be used to make the transition from original units to translation units, that constitute the translation technology. Modern scientists and linguists offer various classifications of translation transformations, but, in general, they are usually divided into three large groups: lexical, grammatical and mixed or lexico-grammatical groups [Макурина, 2015: 138].

Lexical level

There is a high intensity of terms of various origins in the analysis of English language military prescriptive texts from the point of view of the choice of vocabulary, which in some way determines their stylistic specificity, the level of emotionality. However, referring to the definition of the concept of "term", it should be noted that this

specific lexical unit (term) should be emotionally neutral [Терпак, 2017: 67]. The process of interpenetration is manifested in the fact that, for example, words used within the framework of one particular style can be used as terms along with the special meanings of generally accepted words. For example, words such as “loitering munition” and “thermobaric” are quite common in special military texts and their meanings are practically unknown to most ordinary citizens. At the same time, in the same texts, such commonly used words as «margin, embrace, flip out», etc. act as terms. Thus, it is possible to identify a fairly clear division of the lexical composition of the Field Manuals:

terms;

common vocabulary;

auxiliary words and phrases that do not depend on the style of speech.

In this context, it is important to note that style of English-language military prescriptive documents is formal and must meet certain requirements, including the use of formal verbs, which have mostly Latin roots, instead of commonly used phrasal verbs. For example: help out - assist, setup - establish, go up - increase, cutdown - reduce, find out-discover, get rid of - eliminate, look into - investigate. The same applies to other parts of speech - nouns, adjectives, adverbs: good - considerable, get - obtain, a lot-numerous, good - encouraging, not ... any - no, not ... much - little, not. .. many - few, hard - difficult, once - after, fix-repair, hard - difficult.

In addition, the standard word order in the sentence is preserved: “Brigades deploying in support of operations to shape work closely with theater army and country team staffs through their higher echelon headquarters” [FM, 2017: 3-14], if there is no need to put emphasis on another member of the sentence: "In addition to the rapid obstacle emplacement capabilities that are often used in the offense, commanders can also use more time and resource-intensive techniques to reinforce the terrain for longer time periods [FM, 2017: 5-20]".

Thus, the practical absence of ambiguous words, synonymous rows and emotionally colored vocabulary relates to the functional and stylistic features of the lexical level, inherent in both English- and Russian-language military prescriptive documents.

Syntactic structure

Analysis of the syntactic structure of the English-language military prescriptive text revealed its constructive complexity. The construction of sentences is based on the use of complex grammatical structures, such as: participles, infinitives and gerunds, as well as some other book constructions that can make it difficult to understand the text. Since passive constructions and phrases with impersonal forms of the verb are widely used in other materials, it is worth considering in more detail the incomplete and cliched sentences that are often used in military prescriptive documents and remain quite difficult to understand. In incomplete sentences, as a rule, those components are omitted that, with proper knowledge of military prescriptive documents, can be easily recovered from the context or situation and do not hinder the correct understanding of the information transmitted. Such components are most often auxiliary words, but sometimes they can also be significant words, for example, the verb be in simple sentences. In addition, cases of omission of articles and a number of prepositions are typical for combat documents [Юсупова, 2009: 1066].

At the same time, in order to exclude the formalized presentation of information and facilitate its perception, the text of the Field Manual includes quoting socially significant military personalities: “Success in war can be achieved only by all branches and arms of the service mutually helping and supporting one another in the common effort to achieve the desired end. Major General Leonard Wood” [FM, 2017: 2-14], as well as historical examples: “On 14 February 1943, four German Kampfgruppen (battalion task forces) surrounded and nearly annihilated Combat Command A (brigade combat team) of the 1st Armored Division at Sidi Bou Zid. The U.S. II Corps commander, MG Lloyd Fredendall, desperate to restore the security of the corps’ open right flank, ordered the 1st Armored Division to “concentrate tomorrow on clearing up the situation there and destroying the enemy” [FM, 2017: 2-56), which is unacceptable when compiling a military document of a prescriptive nature in Russian.

Grammatical level

One of the problems of translating prescriptive texts from English is grammatical deviations. In the course of the analysis of military prescriptive documents and within the framework of this

study, grammatical deviations refer to the most frequently recorded reality of translation, which is abstracted from the rest of the reality of translation into grammatical transformations.

There are a large number of types of grammatical transformations. For our study, of greatest interest are such transformations in which the categories that directly affect the way of designation take part to the greatest extent, are closed on the way of the objective description of the upcoming objective situation. Such grammatical transformations include categorical-grammatical conversion and modification of the functional-syntactic position. Mostly categorical-grammatical and positional converses are used not in isolation, but in parallel, a change in the grammatical category requires a change in the positional function, and vice versa [Полубоярова, 2019: 125].

Thus, the sentence “Offensive operations are combat operations conducted to defeat and destroy enemy forces and seize terrain, resources, and population centers” [FM, 2017: 3-6] should be translated as Offensive operations - these are military operations, the goals of which are to defeat and destroy enemy forces and capture terrain, resources and settlements. Here, in order of grammatical conversion, the verb “are” is replaced by the demonstrative pronoun “this”, and the preposition of the direction “to” is replaced by the noun “goals”, which required the introduction of an additional element “which”.

As a comparison, it is necessary to give an example of the definition of an offensive operation. “An offensive operation is a set of simultaneous and successive battles, combat strikes and maneuvers, coordinated and interconnected in terms of goals, tasks, place and time, carried out according to a single plan to solve problems” [Военный энциклопедический словарь, 2001: 223].

Conclusion

Thus, the analysis of the studied documents resulted into output, that a distinctive feature of documents of military prescriptive discourse is the informing function they perform; the functional and stylistic features of the lexical level of military prescriptive documents include the practical absence of ambiguous words, synonymous rows and emotionally colored vocabulary, and one of the problems of translating prescriptive texts from English is grammatical deviations.

As a conclusion we must say, that among strong suits of the comparative method of the military prescriptive discourse in both languages is that they are determined by the specific characteristics of the written language. At the same time, the weakness of the comparative method is that the categorical-grammatical and positional converses are used not in isolation, but in parallel, a change in the grammatical category requires a change in the positional function. In order to perform an adequate translation of foreign military materials, it is necessary to be proficient and have knowledge of the characteristics of a professional subculture; to know the various types of professionally oriented texts and take into account their semantics and structure; to know the features of written translation, master the basic methods and techniques of translation.

Литература

1. Носова М.Б. Военный дискурс как предмет лингвистического описания в практике преподавания РКИ. Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2020. С. 68-73
2. Максакова С.П., Мальцева С.В. Военный полевой устав как аутентичный учебный текст в англоязычном образовательном процессе. Филологический аспект: международный научно-практический журнал. Нижний Новгород: Научно-издательский центр «Открытое знание», 2019. №5(49). 372 с.
3. Макурина И.Ю. Военный текст: стратегии обучения переводу. Челябинский государственный университет. Lingua mobilis № 1 (52), 2015 С.137-140
4. Полубоярова М.В. Специальный перевод. Структурные уровни эквивалентности: монография. /М.: Издательство ООО «Конверт». 2019. 220 с.
5. Попцова Е.Д. Диссертация на соискание уч. степени канд. филол. наук. «Принципы построения и языковые особенности немецких прескриптивных текстов», М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2017. 190 с.
6. Терпак М.А. Компаративный подход к изучению научно-технического дискурса (на основе организации научно-технической статьи на русском и английском языках). Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. Том 23 № 3, 2017, С. 66-69

7. Фахрутдинова Д.Р. Структурирование жанрового пространства военного институционального дискурса. Ученые записки Казанского государственного университета, 2008. С. 259-266.
8. Юсупова Т.С Структурные особенности военного дискурса. «Известия Самарского научного центра РАН» № 4, 2009. С. 1055-1057.
9. Военный энциклопедический словарь/ В 2 томах. Том 2. Под ред. Горкин А.П., Золотарев В.А., Карев В.М. и др.- М.: «Рипол классик», 2001. – 816 с.
10. FM 3-0. Field Manual OPERATIONS. – No.3-0, C1 – Department of the Army. –Washington, DC, 6 December 2017. – 369 p.

References

1. Nossova, M.B. *Voennyj diskurs kak predmet lingvisticheskogo opisanija v praktike prepodavanija RKI* [The military discourse as a subject of the linguistic description in the practice of teaching Russian as a foreign language] // *Izvestija Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. [The proceedings of the Volgograd state pedagogical university], 2020. pp. 68-73 (in Russian).
2. Maksakova, S.P., Maltseva, S.V. *Voennyj polevoj ustav kak autentichnyj uchebnyj tekst v anglojazychnom obrazovatel'nom processe* [The field manual as an authentic study text in the English language education] // *Filologicheskij aspekt: mezhdunarodnyj nauchno-prakticheskij zhurnal* [Philological aspect: international scientific and practical magazine]. Nizhny Novgorod. Scientific and publishing center «Open knowledge», 2019. №5(49). 372 pp. (in Russian).
3. Makurina, I.Y. *Voennyj tekst: strategii obuchenija perevodu* [The military text: strategies of teaching translation]. The Chelyabinsk state university. Lingua mobilis № 1 (52), 2015 pp. 137-140. (in Russian).
4. Poluboyarova, M.V. *Special'nyj perevod. Strukturnye urovni jekvivalentnosti: monografija* [Special translation. Structural levels of equivalence: monograph]. OOO «Konvert». 2019. 190 pp. (in Russian).
5. Poptsova, E.D. *Dissertacija na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk. «Principy postroenija i jazykovye osobennosti nemeckih preskriptivnyh tekstov»* [Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Cand. Sci. (Linguistics) «The principles and language particularities of the German prescriptive texts»]. M.: M.V. Lomonosov Moscow State University, 2017. 190 pp. (in Russian).
6. Terpak, M.A. *Komparativnyj podhod k izucheniju nauchno-tehnicheskogo diskursa (na osnove organizacii nauchno-tehnicheskoj stat'i na russkom i anglijskom jazykah)* [Comparative approach to the

study of scientific and technical discourse (on the basis the scientific and technical article organization in Russian and English)]. Newsletter of the Samara University. History, Pedagogics and Philology. Volume 23, № 3, 2017, pp. 66-69. (in Russian).
7. Fakhrutdinova, D.R. *Strukturirovanie zhanrovogo prostranstva voennogo institucional'nogo diskursa* [The structuring of genre of the military institutional discourse. Scientific notes of the Kazan State University], 2008, pp. 259-266. (in Russian).
8. Yussupova T.S. *Strukturnye osobennosti voennogo diskursa* [Structural particularities of the military discourse] // *Izvestija Samarskogo nauchnogo centra RAN* [The proceedings of the Samara scientific center of the Russian Academy of Sciences]. № 4, 2009. pp. 1055-1057.
9. Military encyclopaedical dictionary. Volume 2. Edited by Gorkin A.P., Zolotaryov V.A., Karev V.M. M.: «Ripol classic», 2001. – 816 pp.
10. FM 3-0. Field Manual OPERATIONS. – No.3-0, C1 – Department of the Army. –Washington, DC, 6 December 2017. – 369 pp.

УДК 81.42

Казакова Ирина Владимировна
Irina Kazakova
Косиченко Елена Федоровна
Elena Kosichenko
Курилов Сергей Николаевич
Sergey Kurilov

Жанроформирующий потенциал институционального дискурса (на материале английских тематических шуток)

Genre-forming potential of institutional discourse (an analysis of English theme jokes)

Аннотация. *В предлагаемой статье институциональный дискурс рассматривается как жанроформирующий элемент тематической шутки, обеспечивающий ее способность выполнять регулятивную функцию. Актуальность статьи определяется необходимостью междисциплинарных исследований в области комического, направленных на выявление и описание роли юмористических жанров как средств категоризации действительности и эмоционального воздействия, а также способа урегулирования социальных проблем. В первой части статьи осуществляется обзор*

фундаментальных трудов по проблемам комического, генристики и институционального дискурса: рассматриваются генерализирующие признаки шутки, отмечается, что шутки представляют собой наиболее ранние речевые жанры, на протяжении столетий сохраняющие свои существенные признаки и выполняющие ряд важных социальных и психологических функций; уточняется роль институционального дискурса как жанроформирующего элемента тематической шутки. В практической части статьи предпринимается дискурсивный анализ шуток на профессиональные темы, демонстрирующий как способность тематической шутки выполнять регулятивную функцию, так и роль институциональных речевых практик в жанроформировании. Помимо дискурсивного анализа, в статье используются методы: лингвостилистического анализа, показывающего, что, наряду с несуразностью (абсурдностью ситуации) и прототипичностью (узнаваемостью ситуации), механизмом юморизации в тематических шутках часто выступает игра слов; контентного анализа, позволяющего выдвинуть предположение о социальной значимости тематических шуток. Таким образом, новизна предпринятого исследования состоит в том, что в нем в научный оборот вводится понятие тематической шутки, которая понимается как юмористический речевой жанр, сохраняющий формальные признаки шутки, но обладающий содержательной и функциональной спецификой. Основным выводом проведенного исследования является идея о том, что главной функцией тематической шутки выступает урегулирование отношений между обществом и определенными социальными институтами, что достигается, в том числе благодаря жанроформирующему потенциалу институционального дискурса.

Abstract. *The article considers institutional discourse as a genre-forming element that underlies the ability of thematic jokes to perform the regulatory function. Thematic jokes are viewed as a humorous speech genre with the functions of categorization, emotional influence and settling social problems. In the first part of the paper the authors undertake a survey of theoretical works on the problems of humour, speech genres and institutional discourse with a special focus on the role of the joke as historically earliest psychological defence mechanism and a way of maintaining a tolerant attitude of society towards social institutions. Special emphasis is placed on the importance of social discourse as a genre-formation element in case of thematic jokes. The undertaken discourse analysis of professional jokes brings to the fore the ability of thematic jokes to perform the regulatory function, and identifies the role of social discursive practices in genre formation. Besides discourse analysis, the authors resort to: linguo-stylistic analysis to show that pun is another mechanism of humour generation along with incongruity (the absurdity of a situation) and prototypicality (the awareness of a situation); content analysis to hypothesize on the social significance of thematic jokes. Thus, the current research introduces the term thematic joke, which is a humorous speech genre that possesses the same formal properties as jokes of other types but reveals specific features in terms of content and functions. The main conclusion the authors make is that the primary function of thematic jokes is the regulatory function rooted in the genre-forming potential of professional discourse.*

Ключевые слова: *тематическая шутка; речевой жанр; институциональный дискурс; медицинский юмор; армейский юмор; дискурсивный анализ; функции юмора*

Key words: *theme joke; speech genre; institutional discourse; medical humour; army humour; discourse analysis; functions of humour*

Introduction

Playing an important role in the development of society in general and of each individual in particular, humour has long attracted the attention of philosophers, sociologist, psychologist and linguists. In the last 30 years research into the verbal aspects of humour has

become exceptionally important for neurolinguistics and computational science, as it is now clear that understanding the mechanisms responsible for humour generation and humour recognition is essential for accomplishing the task of creating Artificial Intelligence.

The focal point of the current study is thematic humour which in a narrow sense is defined as a corpus of professional jokes, and in a broader sense can be viewed as an important psychological mechanism and a means of maintaining society's positive attitude towards certain social institutions. It needs to be specified that against the background of extensive research into the functional, cognitive, psychological, philosophical, cultural, linguistic and many other aspects of humour, professional humour still needs careful contemplation. A survey of works devoted to professional humour has revealed that their authors mostly consider the role of jokes in different types of institutional discourse, like in medical, pedagogical or army discourse. The current study considers the role of institutional discourse as a genre-forming element which is responsible for the ability of thematic joke to perform the regulatory function.

With all this in mind, we argue that manifesting themselves in the form of a joke certain recognizable features of social institutions serve to produce jokes of a special type – thematic jokes, the main function of which is maintaining sustainable relations between society and the respective social institutions.

The history of philosophic investigations into the humorous

Historically, the earliest of all available research into the nature of the humorous was done by Aristotle who showed a lot of appreciation of satire believing it to be something worthwhile, and opposed it to buffoonery describing the latter as something ugly and distorting reality but still useful for people [Aristotle, 2017]. Another outstanding Greek who contributed to investigations in this field was philosopher and historian Plutarch. Noting that those who resort to humour are to show respect towards morals and social norms, or avoid joking altogether, Plutarch described different types of humour, like taunts that ridicule human vices, light-hearted jokes that may show support or sympathetic criticism, self-irony as the least humiliating form of the humorous, etc. [Plutarch, 1990: 26–33].

The Romans also regarded humour as an issue of philosophical contemplation and paid special attention to its rhetorical and pragmatic potential. Addressing the challenges of rhetorics Cicero argued that humour is an inevitable part of a good speech and generally showed higher regard for a sense of humour than for any other talent, pointing out that grace and wit follow wisdom and underly a proper education of a well-bred man [Cicero, 1972: 5]. The Latin poet Catullus got famous both for his lyrics and his pamphlets that targeted bad writers and unscrupulous politicians, including Caesar and his supporters.

Medieval philosophy disclaimed the positive effects of humour generally arguing that truly important issues cannot be funny, however, the Age of Renaissance brought about changes in the philosophic outlook and revived philosophic interest in the social, psychological and creative benefits of humour [Bakhtin, 1965]. For example, the German philosopher I. Kant noted that anything that causes laughter contains something absurd. Regarding humour useless to the mind but rather beneficial to the human body and the human soul, I. Kant compared laughter to music in terms of the pleasure both give to health, with the body becoming more revived and active. It needs mentioning that I. Kant comes up with the idea that the reason why people laugh is the feeling of satisfaction and superiority they have when someone else gets into a disadvantageous position. Interestingly, the philosopher brings up several anecdotes, like a story of an Indian who was invited to the table with an Englishman and was greatly surprised to see beer rushing out of the bottle and turning to forth while the bottle of ale was being opened. Bewildered at the Indian’s amazement, the Englishman asked about the reason of his reaction and learned that the Indian quite understood why the beer was rushing out but wondered how the Englishman had managed to get all ale into the bottle. Or, another joke of a rich man who wanted a solemn funeral service to be arranged for him after his death, but realized that the more money he promised to his relatives so that they could grieve, the more cheerful they looked. Commenting on the effect of good jokes, I. Kant stresses that listening to a funny story is always accompanied by tense expectation, a kind of fatigue that turns into nothing when the joke has been told. However, he points out that the

effect is still positive as jokes cheer people up and are, therefore, conductive to people's health [Kant, 1994: 203–207].

I. Kant's ideas were developed by the German philosopher A. Schopenhauer, who wrote that everything funny is either a witty joke or some foolish act with the former being the verbal type of humour that is produced with a certain purpose, whereas and the latter is unintentional and behavioral. The interesting part of A. Schopenhauer's concept is his being quite critical of play on words (pun) as a mechanism of producing humorous effect. The philosopher wrote that resulting from simple coincidence in form, puns were not as interesting as more intellectual jokes and believed ambiguity to be quite an indecent verbal form [Schopenhauer, 1992].

Conversely, in his work *Jokes and their relation to the unconscious* the Austrian 20th century psychiatrist Z. Freud provides a large number of examples of different types of humour and comes up with a classification of jokes stressing the crucial role of language in producing the humorous effect. Believing form to be of supreme importance in generating humour, Z. Freud focuses – among other examples – on homonymy, which can be full or partial, and describes it as a mechanism of humour generation. Unlike A. Schopenhauer, Z. Freud argues that being used in one context homonymous words or homonymous elements trigger very funny jokes, and exemplifies this idea resorting to the word pairs ***hol****yday* / *alco****hol*** and *anec****dot****e* / **dot**age [Freud, 1905: 8–12].

A breakthrough in philosophic investigations of humour is connected with the name of the English philosopher and sociologist H. Spencer who suggested a coherent hypothesis to argue that the mechanism responsible for humour production is incongruity which can be defined as logical inconsistency of something said or done with expectations. He also developed some of I. Kant's ideas to come up with a superiority hypothesis suggesting that it is observing others in a disadvantageous situation that causes people to feel superior and makes them laugh. Sharing the opinion of his predecessors, H. Spenser attached great importance to the psychological advantages of laughter stressing the role of body movements in having the emotional release [Spencer, 1891].

All in all, it has long been generally believed that humour and laughter are the greatest ways of protecting human psyche, reducing

the emotional tension and getting rid of obsessive ideas. It is also now clear that the main reason why people exchange jokes is a feeling of pleasure they experience while listening about someone in a foolish situation, or when hearing verbal inconsistencies (puns) that cause ambiguous suggestions.

Generic properties of jokes

All scientific research into the formal and functional aspects of different types of texts that is done both by Russian and foreign linguists is rooted in M.M. Bahtin's theory of speech and literary genres. Despite the differences in approaches to the various problems of genres [Lunkova, Mordakina, 2017; Akhrenova, Miliakova, 2019], scientists generally agree that the formation of each genre is conditioned both historically and socially, and depends on the demands of a concrete society at a concrete historical period. It needs to be empathized that genres are not only socially important but have a great cognitive potential being means of categorizing reality. Let us for the sake of argument imagine a situation of someone who has found themselves in unusual surroundings with the only information about their nature being the texts they hear. Though far-fetched, the example shows that a certain type of text very often points to the type of the situation. This gives reasonable grounds to suggest that each genre is an abstract entity, a combination of distinctive structural, syntactic, grammatical, lexical features that are learned by people from their social experience and later serve as guidelines in people's daily activities.

Humorous genres that traditionally comprise jokes, anecdotes, parodies, taunts, wits, etc. are different both in terms of form and in terms of functions they perform; besides, they show different degrees of dynamicity – that is, have undergone either more or less historical change. For instance, the anecdote that emerged as a story about a historical event, has undergone considerable change and is currently defined as a story about any kind of event with the distinctive feature being its narrative form [Shmeleva, 2005]. Conversely, the joke has practically not changed, and has long existed as a short story usually done in form of dialogue describing a situation, with a punchline as its distinctive feature. Thus, the crucial difference between the anecdote and the joke is the form, which is narrative in case of anecdotes, and dialogical in case of jokes, as well as the focus on either an event or a

situation. With incongruity being the common humour generating mechanism, in case of jokes this mechanism is often triggered by ambiguity – a linguistic device based on the use of homonyms, paronyms, polysemantic words and stylistic devices.

In the next part of the article, we are set on analysing medical and army jokes in order to show that thematic jokes: 1. exhibit all distinctive properties of a joke (short stories or dialogues in which incongruity is triggered either by the absurdity of the situation or due to ambiguity – the result of specific use of linguistic means); 2. have a recognizable thematic content; 3. perform the regulatory function.

Institutionality as a genre-forming element

Before moving on to analysis of the chosen jokes, it seems necessary to point out that the main methods of analysis in this article are: 1. discursive analysis that serves to reveal the connection between language, on the one hand, and social trends or tendencies, on the other hand; 2. linguo-stylistic analysis that helps to identify the mechanism of humour generation. It is no less important to consider the essential features of medical and army discourse.

Following the ideas of V.I. Karasik [Karasik, 2000] we define institutional discourse as communication the important parametres of which are: its aims and its participants whose statuses, social and situational roles are fixed. Thus, institutional discourse is opposed to interpersonal discourse as a highly hierarchical type of communication with the status and the roles of the communicants being of primary importance. Following this understanding of institutional discourse, medical discourse can be defined as communication between doctors and patients with health being the primary subject and the aim of communication. Army discourse is therefore defined as communication between military men of different ranks on the topics of military service, war, military rituals, etc. The social relations between the participants of military discourse are strongly hierarchical.

Further on, we analyze four medical and four army jokes with a view to proving that a combination of essential properties of jokes and recognizable features of certain social institution, form a genre of the thematic joke. The main function of the thematic joke is ridiculing the most vulnerable aspects of a certain social institution with the aim of securing psychological stability of those involved in social relations,

and thus promoting a tolerant attitude to this institution on the part of society.

Medical humour

All medical jokes that are analyzed in this part of the article have been borrowed from FUNNP[1]

The first example describes a situation in which a patient complains to the doctor of dizziness within thirty minutes after he wakes up. The doctor's advice is straightforward and plain as he tells the poor man to stay in bed until dizziness passes:

'*Doctor Mayo,' John says, 'Whenever I get up after a sleep, I feel dizzy for half an hour, then I am all right.' 'Then wait for half an hour before getting up,' replies Doctor Mayo conclusively*.

It is common knowledge that medical diagnosis often relies on patients' stories about the way they feel. Unable to understand the true reasons of their patients' poor health doctors often avoid medication and give them recommendations to eat healthy, have enough sleep, take long walks in the open, etc. Thus, the joke brings to the surface the weakest part of healthcare, which is impossibility to detect the disease due to its latent character.

The next example concerns the issue of private doctors' high fees. The whole joke is a dialogue between two people one of which shares his latest experience of dealing with a GP who promised to get him back on his feet within a week. The crux of the matter is that the sick man was on his feet as soon as he received the medical bills. In this case the humorous effect is achieved due to the stylistic device of play on words as the two meanings of the expression *be on one' feet* – the direct one and the figurative one – are used in the same context:

'*The doctor said he would have me on my feet in two weeks.' 'Was he successful?' 'Yup, I had to sell my car to pay his bill.*'

The third example is also based on ambiguity that results from the usage of the direct and the figurative meanings of the English verb *to kill*. The joke describes a situation in which a surgeon complains to his colleagues that his recent journey to Africa was a total failure as

[1] FUNNP [Электронный ресурс]. URL: https://www.funnp.com/jokes/10_funny_jokes_about_doctors.html (Дата обращения 10.10 2022).

he didn't kill anything and would have succeeded much more if he had spent the vacation at the hospital:

A famous surgeon went on a safari in Africa. When he came back, his colleagues asked him how it had been. 'Oh, it was very disappointing,' he said. 'I didn't kill a thing. I'd have been better off staying here in hospital.'

The fourth medical joke concerns a recognizable situation when a specialist in a certain field suffers from a respective illness. In response to the patient's complaint about his poor hearing abilities the doctor asks a totally irrelevant question, which shows that his own hearing is as bad or even worse:

Patient: Doctor, I am having hearing problems with my right ear.

Doctor: What! You`ve been suffering from fever for 5 days?'

Thus, the significant feature of medical jokes is that they ridicule the most wide-spread and the most vulnerable aspects of medicine like difficulties of diagnosis that hinder proper treatment, high fees of healthcare practitioners, a high death rate among patients who undergo surgery, or specific health problems that doctors themselves have (like shortsighted eye-doctors, stuttering speech therapists or limping orthopedists).

Army humour

A comprehensive analysis of army jokes (about 200) has shown that almost all of them focus on social stereotypes about a rather specific mentality of military men who, having got used to carrying out orders, are rather incapable of independent and creative thinking. Another type of army humour is the so-called dark humour that provides an ironic view of different dangers connected with wars.

The first of the selected jokes that is entitled 'Good luck' describes a situation in which riding a bicycle, a private (the lowest rank in the Army) hit a pedestrian. Trying to calm down the injured man, the private told him that being hit by the bicycle was the man's good luck as usually he drove large vehicles. The joke is one of many that mock the stupidity of some servicemen.

Private Wilson was riding a motorcycle when he hit a pedestrian. 'You are lucky today, sir,' he consoled the angry man. 'I'm on leave today. On other days I drive a heavy Army truck.' [Sudzilovski, 1979: 68].

I the next joke, the title of which is ‘It doesn’t matter’, is done in the form of a short conversation between a private and his sergeant. The private complains about having to cover a long distance from the location to the battlefield. Willing to reassure him the sergeant remarks that at least they won’t need to make the whole way back. This joke is a good example of dark humour as it is clear from the sergeant’s reply that there is a great risk of being killed.

A soldier asked, ‘Isn’t it a long distance from this point to the battlefield?’ ‘Yes,’ answered his sergeant, ‘but you won’t have to walk back.’ [Sudzilovski, 1979: 24].

The joke ‘Simple solution’ is quite popular in different cultures as it ridicules the common knowledge that soldiers are very often engaged in totally useless and meaningless activities, although this evident fact is never admitted by their superiors.

The philosophical problem of correlation between time and space which has always occupied the minds of the greatest thinkers of mankind was once practically solved by an Army sergeant who gave the following order to a fatigue party. ‘You, men, will dig here a ditch from this fence and until dinner time!’ [Sudzilovski, 1979: 44].

The third joke that goes under the title ‘Incomplete readiness’ ridicules the army routine according to which personnel are to have bobbed hair, otherwise they are prohibited from any military action.

The sergeant was reporting to the commander, ‘But, sir, we are not fully combat-ready…. not all of the men have haircuts yet [Sudzilovski, 1979: 89].

On the whole army jokes are a bit more monotypic than medical jokes as each conveys the idea of military service leading to rigidity of thought and lack of critical thinking. For this stereotype persists in different cultures, army jokes are quite easy to understand with the most difficult part being professional vocabulary. As professional words are often derived from common words, the mechanism of incongruity is in most cases triggered by play on words, the way it happens in the situation below when the two meanings of the English word *man* (a *human* and a *private*) are used in one context:

A soldier asked his sergeant: “Is it right that men descend from apes?” “Men, may be,” explained the sergeant. “But sergeants definitely don’t.” [Sudzilovski, 1979: 46].

Functionally, army humour serves as a means of psychological protection and contributes to smoothing out the negative effects of military service.

Thus, by ridiculing the most notorious and vulnerable aspects of the related social institutions, professional jokes may be regarded as means to relieve work related stress, prevent aggression and in general maintain people's loyalty towards the establishment.

Conclusion

Centuries of philosophic investigations into the humorous paved the way for further sociocultural, ethnolinguistic, socio-cognitive, psychological and linguistic studies in this field. However, there are still quite a number of aspects that have not received due consideration so far.

Within the undertaken study we addressed thematic humour and analyzed military and medical jokes to reveal that: their content is conspicuous for certain prototypical features that evolve from institutional (professional) discourse; unlike other types of jokes, they perform the regulatory function. Thus, conclusion has been made that thematic jokes make up a standalone speech genre. Although in terms of form and humour generating mechanisms thematic jokes are similar to other jokes, their content and the main function are specific due to the genre-forming potential of professional discourse. This conclusion gives ground to hypothesize that thematic jokes serve to maintain society's tolerant attitude towards the related social institutions

References

1. Akhrenova N.A., Miliakova V.V. Evolution of the cookery book: genre characteristics of food-blogs // Scientific journal "Proceedings of National Association of Applied Linguistics (NAAL)**".** 2019. № 3 (27). Pp. 9–21.
2. Aristotle. Rhetoric. Electronic resource. Chapter XVIII. URL: http://bocc.ubi.pt/pag/Aristotle-rhetoric.pdf
3. Bakhtin, M. M. The art of Fransua Rable and Folk Culture of Medieval Renaissance. 1965.
4. https://imwerden.de/pdf/bakhtin_rable_1990. pdf (in Russ.).
5. Cicero M.T. On oratory and orators. Moscow. Nauka, 1972. URL: http://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1423777001. (in Russ.).

6. Freud S. Jokes and their relation to the unconscious (Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten). New York : Penguin, 1905. URL: https://www.sigmundfreud.net/jokes-and-their-relation-to-the-unconscious-pdf-ebook.jsp
7. Kant I. Critique of judgment. Indianapolis; Cambridge: Hackett Publishing Company, 1987. 576 p. URL: https://monoskop.org/images/7/77/Kant_Immanuel_Critique_of_Judgment_1987.pdf
8. Lunkova L. N., Mordakina M.V. To the Newspaper Genres in the German and English Language Research Traditions // Scientific journal “Proceedings of National Association of Applied Linguistics (NAAL)”. 2017. № 1 (17). Pp. 39–48.
9. Plutarch. Table conversations. Leningrad: Science, 1990. 592 pp. (in Russ.).
10. Schopenhauer *A*. Collection of works. Moscow: Republic, 1999. Vol. I. 496 pp. URL: http://az.lib.ru/s/shopengauer_a/text_0040.shtml. (in Russ.).
11. Spencer H. Essays: Scientific, Political, & Speculative, 1891. Vol. 3 of 3 by Herbert Spencer.Essays: Scientific, Political, & Speculative; Vol. 3 of 3 by Herbert Spencer - Free Ebook (gutenberg.org)
12. Shmeleva E.Y., Shmelev A.D. Russian anecdote in the twenty first century (the transformation of the speech genre) // Speech Genre. Saratov: Saratov State University. 2005. Vol. 4. P. 292–298. (in Russ.).
13. Karasik V.I. About types of discourse // Linguistic personality: institutional and personal discourse. Collected scientific works. Volgograd: Peremena, 2000. P. 5–20. (in Russ.).
14. Sudzilovski G. A. Out of step. A book for reading in English. Vol. 19. Moscow: Voenizdat, 1979. 343 pp.

УДК 811.111’42:811.111’38

Мурашова Екатерина Павловна
Ekaterina Murashova

Лингвокультурема «ретро» в современном политическом медиадискурсе (на материале англоязычных политических твитов)

The Linguocultureme “Retro” in Modern Political Media Discourse (An Analysis of English-language Political Tweets)

Аннотация. *Настоящая статья посвящена изучению культуротворческого потенциала лингвокультуремы «ретро» в современном политическом медиадискурсе. Актуальность исследования обусловлена необходимостью уточнить лингвокультурологический статус ретро и разработать номенклатуру средств и технологий сохранения памяти о прошлом. Ретро как лингвокультурема представляет собой комплексное социокультурное явление, возникшее в результате интенсивного взаимодействия языка и культуры на фоне глобализации и цифровизации общественной жизни. Несмотря на значительную популяризацию в массовой культуре, феномен ретро еще не получил достаточного освещения в лингвистике. Цель исследования – выявить особенности функционирования и средства реализации лингвокультуремы «ретро» в политическом медиадискурсе. Материалом исследования послужили более 500 англоязычных «твитов» британских, американских и канадских политиков и политических организаций, опубликованных в период с 2010 по 2022 гг. С тем, чтобы учесть сложную лингвосоциальную сущность ретро, был реализован междисциплинарный синтез теоретических положений и методов лингвистики и культурологии. Проведенный анализ эмпирического материала позволил прийти к следующим выводам. Во-первых, функциональная значимость лингвокультуремы «ретро» в политическом медиадискурсе определяется ее способностью создавать новые культурные смыслы на основе историко-культурного фона данного народа с учетом реалий настоящего времени. Культуротворческий потенциал ретро реализуется в таких функциях, как убеждение, самопрезентация, контактоустановление, коммеморация и актуализация. Во-вторых, приращение культурных смыслов происходит в результате обращения к явлениям прошлого и релевантным для настоящего времени событиям. В-третьих, ретро обладает диалогическим и дискурсообразующим потенциалом, поскольку может стать основой для нелинейного политического диалога. В-четвертых, ретро выступает инструментом гибридизации, осуществляя связь между историческим прошлым, настоящим и будущим народа. В-пятых, в политическом медиадискурсе лингвокультурема «ретро» реализуется с помощью обширного репертуара вербальных, невербальных и вербально-невербальных средств и структурно может быть представлен как отдельным словом, так и целым нелинейным нарративом.*

Abstract. *The article is devoted to the culture-creating potential of the linguocultureme “retro” in modern political media discourse. The topicality of the research is determined by the necessity to specify the linguocultural status of retro and elaborate means of preserving the memory of the past. Retro is approached in the paper as a complex sociocultural phenomenon that resulted from the intensive interaction of language and culture against the background of*

globalization and digitalization. The aim of the research is to reveal the main features of the functioning and means of realizing the linguocultureme "retro" in modern political media discourse. The research material is represented by more than 500 English-language texts of "tweets" published by British, American and Canadian politicians and political organizations from 2010 to 2022. The complex linguo-social character of retro determined the application of an interdisciplinary approach involving the theory and methods of linguistics and culturology. The research yielded the following results. First, the functional significance of retro is manifested in creating new cultural meanings through appealing to the people's collective memory. Second, accretion of cultural meanings occurs through turning to the present-day socio-political context. Third, retro can provide grounds for political dialogue, which brings out its dialogical and discourse-building potential. Fourth, the linguocultureme "retro" facilitates hybridization in that it provides a link between the people's past, present and future. Fifth, the linguocultureme "retro" can be realized through verbal, non-verbal and verbal plus non-verbal means and can be structurally represented by units of different size.

Ключевые слова: *лингвокультурология, лингвокультурема, ретро, политический медиадискурс, Twitter, гибридизация*

Keywords: *linguoculturology, linguocultureme, retro, political media discourse, Twitter, hybridization*

Introduction

The issue of the relationship between language and culture has for many centuries been in the focus of attention of different scientists – philosophers, sociologists, culturologists, and linguists. In linguistics the development of the cognitive-discursive paradigm gave rise to the idea that language and culture are closely linked to each other and hence language is to be studied with due regard for many extralinguistic factors of its functioning. The Russian linguist S.G. Ter-Minasova emphasizes the polyfunctionality of language and its active role in relation to culture – language does not only serve as a "mirror", reflecting the entire spectrum of the aspects of social life and national identity, but also as "a tool, instrument of culture", forming a human's personality and worldview (translations are by E.M.) [Ter-Minasova, 2008: 19–20].

The choice of the linguocultureme "retro" as an object of study in the present paper is motivated by the **topicality** of the problem of preserving historical memory and ensuring the continuity of generations under conditions of the ongoing globalization and digitalization of institutional discourse. Retro serves as a universal instrument of resolving contradictions between a human's natural essence and their industrial and technological activity, carrying out the so-called "digital detox", i.e. de-stressing from the impact of digital means of communication. Despite the immense popularity of retro in mass culture, the phenomenon of retro has not yet been sufficiently

covered in linguistics. In Russian linguistic papers, it is, as a rule, researched within the realm of genre studies as an inherent component of a limited number of genres of literary fiction and political communication centred on the past such as a retro detective or retro prognosis [Guseynova, Kosichenko, 2018; Koshkarova, Ruzhentseva, 2016] and discourse studies, especially those focused on the realization of evaluation and precedence in hybrid discourse [Khomutskaya, 2021]. In foreign works retro is largely viewed as a research object of marketing [Brown, 2001] and cultural studies [Reynolds, 2011]. **The novelty** of the present paper consists in that the linguocultural features of the functioning of retro in texts of institutional discourse have not yet become an object of a separate linguistic study.

The aim of the present article is to reveal the peculiarities of the functioning of the linguocultureme "retro" in the political media discourse of the XXI c. Special emphasis in the current research is laid on the meaning-making capability of retro.

To achieve the aim the following **tasks** are to be solved:

1) to determine the status of retro within the realm of linguoculturology;
2) to define retro as a linguocultureme;
3) to reveal ways in which retro creates new cultural meanings in political media discourse.

The empirical research material is represented by more than 500 English-language texts of posts ("tweets") by British, American, and Canadian politicians or political organizations published on Twitter (twitter.com), a social network and microblog, between 2010 and 2022.

The research was conducted within the scope of linguoculturology and sociocultural linguistics. The general scientific **research methods** like analysis, synthesis, generalization, etc. were accompanied by linguocultural and linguostylistic analyses.

The theoretical significance of the research is manifested in its contribution to the linguistic study of retro as a complex sociocultural phenomenon. **The practical significance** consists in the possibility of using the obtained results in practical English classes and in teaching political and media linguistics, linguoculturology, linguostylistics, genre and discourse studies.

The linguocultureme as the main unit of linguoculturology

The necessity of studying language as related to culture led to the emergence of a science synthesizing the achievements of linguistics and culturology – linguoculturology. Its object is interaction of language and culture, and its main recognized unit is the so-called "linguocultureme", meaning "a complex inter-level entity" which is "a dialectical unity of linguistic and extralinguistic (conceptual or subject) content" [Vorobyov, 2008: 44–45]. A linguocultureme is a stimulus sign aimed at evoking a network of culturally marked associations related to the present, the past or the future of a cultural community.

Linguoculturemes can be classified in different ways based on the means of conveying cultural meanings [Vorobyov, 2008]. For example, from the point of view of structure a linguocultureme can be a single word, a word combination or a whole text. Depending on the character of the resource linguoculturemes can be represented by folk art, historical artefacts, literary works, cultural stereotypes, etc. In accordance with the level of language there are such means of realizing linguoculturemes as phonetic (contraction, loss of vowels, variability of pronunciation and its correctness or incorrectness), morphological (elimination), lexical (non-equivalent lexis, mythologemes, paremias and so on), and syntactic (simple or complex syntax). As for the subject matter, linguoculturemes are classified as historical, socio-political, military, everyday, etc.

The status of retro as a linguocultureme is largely determined by its cultural significance which is manifested in its ability "to evoke images of the past by uniting in a single sociocultural context phenomenon, things and processes of the past, the present and the future in order to make the recipient feel nostalgic" [Murashova, 2020: 118].

For our research it is of interest that language is assumed to possess "historical memory". By accumulating and preserving knowledge about the people's past it does not only provide a link between times and generations but also contributes to accretion of cultural meanings. As noted by Yu.M. Lotman, a Russian-Estonian literary scholar and semiotician, the text is "not only a generator of new meanings, but also a condenser of cultural memory", i.e. has both, the function of creativity and that of memory [Lotman, 1996: 21].

Accretion of meanings in a text is generally possible because it is not a still fragment of culture, but rather “a discrete sign of a non-discrete entity” which helps the recipient restore the picture of the past relying on their cultural background [Ibid.]. The capability of a text to create a semantic space around itself related to the memory of the people is called “the memory of the text”, as suggested by Yu.M. Lotman [Ibid.].

Retro as a linguocultureme

We believe that retro as a linguocultureme is a unit of “the memory of the text”, ensuring intertemporal connections, and has culture-creating potential since it endows information about the past with new meanings and thus generates new interpretations of present and future realities.

The analysis of the research material went to show that in modern political media discourse retro enriches the meaning of the text by building in extra meanings with a reference to the present cultural context. The linguocultureme “retro” in the text of a tweet can exercise its evocative force in different ways.

Firstly, it is widely used for persuasion and inducement. A vivid example of building in a new meaning with the aim of persuasion is found in the tweet of 10.03.2022 by U.S. Secretary of State Antony Blinken (@SecBlinken) who expresses his deprecation of Russia’s special military operation in Ukraine. By referring to the historical realia item (culture-specific things, events and phenomena) of the Siege of Leningrad a dramatic enemy image is constructed: Russia is accused of repeating the historical scenario of the Siege in the Ukrainian city of Mariupol. The linguocultureme is realized verbally through the proper name *Siege of Leningrad* and both verbally and non-verbally with the help of two monochrome pictures of a mother holding her child which, as envisioned by the sender, represent the tragic events of 1942 in Leningrad and 2022 in Mariupol:

Every Russian has learned about the ***Siege of Leningrad*** *during World War II. Sadly, history has repeated itself – but now it’s the Russian government cruelly starving Ukrainian cities.* [Blinken, 2022]

The symmetry of the layout and the design of the pictures, the similarity of the postures and the colour scheme realize a multimodal simile of the historical realia, establishing historical and cultural associations between the operation and the Nazi occupation.

Secondly, political media discourse is actively used as a power resource to form an image of the political reality and the politician. Amidst tough competition for power, it is the politician's self-presentation that comes to the fore, which includes their skill at creating a positive, "marketable" image of themselves and a negative, "unmarketable" image of their rival. The linguocultureme "retro" is often used as a means of image-making because it can evoke cultural associations and connotations desirable for the politician. For example, in the tweet of 07.12.2019 by the UK Conservative Party (@Conservatives) the proper names *the IRA* (the Irish Republican Army) and *the Good Friday Agreement*, denoting the realia of the Ireland-UK relations, and the noun *past* are meant to create a positive image of the sender and a negative image of the political rival – Jeremy Corbyn, the then-leader of the Labour Party:

Corbyn pretends to care about Northern Ireland but he has supported the ***IRA*** *in the* ***past****. Our deal fully protects NI's place in the Union and the* ***Good Friday Agreement****. #BBCDebates.* [Conservatives, 2019]

The message is based on the principle of contrast: the Conservatives accuse Jeremy Corbyn of his allegedly neglectful attitude to Northern Ireland and express their intention to stand for its interests. The accusations are backed up by a reference to the fact that the Labour leader supported the IRA some time ago. Thus, the views the politicians used to hold acquire image-building force in the present time, elevating the sender and discrediting the rival.

Thirdly, one of the strategies essential to self-presentation is that of contact-making. References to the common historical and cultural background help realize the basic semantic opposition of political discourse "friend or foe" and build a trusting relationship between the politician and their audience. The contact-making function of the linguocultureme "retro" can be realized with the help of "password" language items, i.e. culture-specific items like toponyms, anthroponyms, ethnonyms, mythonyms, ergonyms, etc., including non-equivalent lexis. For example, in the following tweet by UK Foreign Secretary James Cleverly (@JamesCleverly) published on 16.01.2021 the contact-making function of retro is realized through the historicism *sea shanty* which denotes the traditional song of British sailors in the times of sailing navigation. The politician is complaining

of his 18-year-old son singing shanty songs during the national COVID-19 lockdown and is emotionally urging to stop it:

Enough now. ENOUGH!!!!! Just walked past my 18 year old son's bedroom and he's singing a ***sea shanty****. Stop, please make it stop* [Cleverly, 2021].

The tweet contains a reference to the TikTok trend (meme) known as "ShantyTok" that became nation- and worldwide popular in the times of the 2021 lockdown in the UK. The trend consists in shooting and publishing viral cover versions of old sea shanties on TikTok. Due to the Internet trend the historicism *sea shanty* was revived and acquired a new meaning since it came to symbolize the unity of the nation in the hard times of the COVID-19 pandemic.

Bringing up family and everyday topics, together with the reference to the popular meme, ensures intimization (transfer of private issues to the public sphere) of the relationship between the politician and potential voters.

Fourthly, one of the most evident tasks of retro in political media discourse is preservation of the people's historical memory and consolidation of society on its basis. The linguocultureme "retro" is one of the main instruments of commemorating historic events and phenomena. For instance, in the following tweet of 06.06.2021 by Canada's Prime Minister Justin Trudeau (@JustinTrudeau) a combination of verbal and non-verbal means of commemorating the 77th anniversary of D-Day is used. D-Day is the day of the Normandy landings by the Allies launched on June 6, 1944, during World War II. The invasion is believed to have paved the way for the Allied victory on the Western Front. The tweet is appliqué-like in character: it includes Justin Trudeau's commentary on the historical significance of the event and a "retweet" (a repost of another user's post) of a post by Lawrence MacAulay, the Minister of Veterans Affairs Canada (@L_MacAulay), containing some factual details about D-Day:

Justin Trudeau: *They served and they sacrificed – for us, for our future, for our peace and freedom. In doing so, they changed the course of* ***history****. Today, we* ***remember*** *them and* ***honour*** *the courage, conviction, and selflessness with which they fought.* ***#DDay77 #CanadaRemembers***

Lawrence MacAulay: *Today, I laid a wreath in Summerside* ***to mark #DDay77****. More than 1000 of them were killed or wounded, but*

moving inland from ***Juno Beach****, Canadians helped liberate a continent. We* ***remember*** *their remarkable bravery today* [Trudeau, 2021].

The verbal means of realizing retro in the tweet include the toponym *Juno Beach* (one of the five beaches of the Allied invasion of Normandy) and words pertaining to the lexical-semantic group "memory": *history*, *remember*, *honour*, *to mark*. The non-verbal means are a set of three pictures depicting the wreath-laying ceremony in Summerside, two of them featuring Lawrence MacAulay himself. It is notable that the metagraphemic hashtag sign serves to massify the action of memory, i.e. involve as many people as possible in commemoration of the event: *#DDay77*, *#CanadaRemembers*.

Fifthly, as follows from its commemorative function, retro can serve for educational purposes, since without proper knowledge of history and culture it is sometimes problematic to understand messages revolving around the phenomena and events of the past. It is noteworthy that politicians tend to use any opportunity to put down their rivals, including through correcting their "history mistakes". In most cases the way they correct is ironic, aggressive, and belligerent in tone. For example, in his tweet of 25.03.2022 Sajid Javid (@sajidjavid), the then-Secretary of State for Health and Social Care, lambasts Lloyd Blankfein for his claim that Adolf Hitler didn't resort to chemical weapons during World War II. Sajid Javid retweets the American businessman Lloyd Blankfein's (@lloydblankfein) post which, in its turn, contains a retweet of a news story published by "The Wall Street Journal", saying the U.S. intends to respond if Russia uses chemical weapons against Ukraine. In Sajid Javid's post a combination of irony (*your gap year*), the "facepalm" emoji and informal vocabulary (*to brush up on*) and syntax (*Maybe use <…>*) set a very critical tone:

Sajid Javid: *Maybe use your gap year to brush up on history. *facepalm emoji**

Lloyd Blankfein: *Worth noting even Hitler didn't permit his military to use chemical weapons, though he had them* [Javid, 2022].

The irony behind the expression "your gap year" is that it is a reference to Lloyd Blankfein's Twitter bio which says he is a "former CEO on a gap year".

The tweet under analysis vividly illustrates the dialogical potential of retro – it is used as a trigger for political dialogue between three participants (Sajid Javid, Lloyd Blankfein and “The Wall Street Journal”).

Sixthly, the linguocultureme “retro” is used to hybridize the existing discourses along the following lines – the temporal plane, the medium and the register – to create new meaning, which is a way to manifest the synergetic effect of hybridization. As the British sociolinguist N. Fairclough points out, modern media discourse is largely shaped by two tendencies – conversationalization and marketization, which are indicative of two “tensions” respectively – “the tension between information and entertainment”, and the one “between public and private” [Fairclough, 1995: 10].

Hybridization of the temporal planes is, as a rule, realized through the present-time plane since it is in the present when decisions are made about the necessity of turning to the past or the future. In political media discourse the linguocultureme “retro” helps to shift between the past, the present and the future. In the following tweet of 21.06.2021 by Canada’s National Democratic Party (@NDP) a shift between the temporal planes is realized with verbal and non-verbal means and their combination. The verbal means include proper names denoting the indigenous peoples of Canada (*First Nations, Inuit and Métis peoples*) and vocabulary pertaining to the lexical-semantic group “time” (*indigenous, history, past and present, to continue*), represented by a regular Twitter text and a picture.

Verbal text: *Happy National* ***Indigenous*** *Peoples Day!*

To honour ***Indigenous*** *voices,* ***history****, and truths of* ***past and present****,* ***Indigenous*** *Peoples can count on New Democrats* ***to continue*** *to fight alongside them for action towards genuine and meaningful reconciliation.*

Picture: *The path to reconciliation with* ***First Nations, Inuit and Métis peoples*** *requires meaningful action* [NDP, 2021].

The picture is a verbal inscription against an orange-coloured background embellished with an ethnic ornament. The colour and the ornament are likely to be symbolic since orange is the “political colour” of the party and the ornament stands for the culture of the indigenous peoples of Canada.

The linguocultureme “retro” in the tweet in question aims to call for action in the present to change the future for the better.

One of the most prominent tendencies of today’s media discourse is hybridization of different media resources, i.e. intermediality. Intermediality, as a rule, results from the need to economize resources like time, space, and money without sacrificing the effectiveness of the message. Most frequently intermediality manifests itself in the non-linearity of media discourse, mainly represented by intertextuality, or incorporation of other texts in the target text. In politicians’ tweets intermediality is most often realized through such means of intertextuality, as hashtags and hyperlinks to outer media.

It is common practice for politicians to post links to other social media like Instagram and online newspapers to back up their ideas without wasting Twitter characters. Moreover, intermediality enables creation of a common narrative revolving around the lingioculturemе “retro”.

For example, in the following tweet of 03.05.2019 by UK Prime Minister Liz Truss (@trussliz) the proper name *Mrs Thatcher* (Margaret Thatcher) is used to emphasize the political continuity in Britain and link Liz Truss’s Twitter and Instagram accounts. The link to the Prime Minister’s Instagram creates a single non-linear narrative centred on M. Thatcher’s legacy.

40 ago today, ***Mrs Thatcher*** *became our Prime Minister and transformed our country into a confident, successful, modern nation. Here's me meeting her just after I was first elected in 2010….* ***https://www.instagram.com/p/Bw_6barnJKo/?utm_source=ig_web_copy_link*** [Truss, 2019]

Retro on Twitter gets increasingly conversationalized. For example, in the tweet of 02.08.2022 by US President Joe Biden (@POTUS) the political realia item “Obamacare”, meaning a law introduced by President Barack Obama to make it easier for people to get insurance for medical treatment, is introduced in a highly informal context with informal vocabulary (*Thanks to, pretty cool, huh*) and syntax (*Pretty cool, huh, @BarackObama?*). The use of informal means, together with the mention of Barack Obama’s account (@BarackObama), aims to engage the former president in conversation about his allegedly unsuccessful law.

Thanks to *Obamacare, and the improvements we made to it in the American Rescue Plan, the uninsured rate hit its lowest point ever today.*

Pretty cool, huh, @BarackObama? [Biden, 2022]

The tweet is accompanied by a link to an article in "USA Today" saying that under President Biden the uninsured rate hit its lowest point ever.

Finally, in political media discourse retro is often aimed at actualizing some past issue, event or phenomenon. For example, the tweet of 31.03.2022 by U.S. Vice President Kamala Harris (@KamalaHarris) seeks to actualize the historical realia item "lynching" which is traditionally understood as extrajudicial killings of African Americans after the American Civil War:

Lynching *is not a relic of the past. We must acknowledge the horror in this part of our history. We must unequivocally state that* ***lynching is*** *and always* ***has been*** *a hate crime.* ***The Emmett Till Antilynching Act*** *does just that.* [Harris, 2022]

It is believed that one of the last reported lynchings in the USA was that of Michael Donald in 1981, but in Kamala Harris's tweet it is stressed that the cruel form of violence lives on, which makes it urgent to adopt the Emmett Till Antilynching Act, addressing lynching as a federal hate crime. The realia of American social life – the historical (*lynching*) and the modern political (*the Emmett Till Antilynching Act*) – and verbs in the Present Indefinite and the Present Perfect (<…> *lynching is and always has been a hate crime.* <…>) realize an intertemporal link, familiarizing the reader with the historical practice of dealing with lynching.

Conclusions

To sum it all up, the following conclusions can be made. First, the functional significance of the linguocultureme "retro" in political media discourse is determined by its capability to create new cultural meanings based on the given people's historical and cultural background with a reference to present-day reality. The culture-making potential of retro is fulfilled in its following functions: persuasion, self-presentation, contact-making, commemoration, education, hybridization, and actualization. Second, accretion of cultural meanings results from turning to past events and phenomena relevant to the present-day socio-political situation. Third, retro has

dialogical and discourse-building potential since it can trigger intertemporal and non-linear political dialogue. Fourth, the linguocultureme “retro” can be treated as a tool of hybridization since it serves as an intermediary and shifter between the people’s historical past and its future with obligatory participation of the present-time plane, bringing about the synergetic effect of meaning-making. Fifth, in political media discourse the linguocultureme “retro” can be realized through a wide nomenclature of verbal, non-verbal and verbal plus non-verbal means and can be structurally represented as a unit ranging from a single word to a whole narrative which is made up of several texts (tweets, retweets, hashtags and hyperlinks), sometimes in an appliqué-like manner. We believe that a promising line of research is to study the impact of retro on forecasting the future, relying on the historical and cultural background of the past and the present.

References

1. Biden, Joe (@POTUS). 2022, August 2. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/potus/status/1554510225872404487?s=46&t=c89N-VIrtdsutJJbZCZMyQ (дата обращения: 28.02.2023).
2. Blinken, Antony (@SecBlinken). 2022, March 10. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/secblinken/status/1501674484197208064?s=46&t=j3X9w4tj5_htC48ySjlyqA (дата обращения: 28.02.2023).
3. Brown, S. Marketing – the Retro Revolution. London: SAGE Publications. 2001. 262 p.
4. Cleverly, James (@JamesCleverly). 2021, January 16. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/jamescleverly/status/1350439051913023496?s=46&t=j3X9w4tj5_htC48ySjlyqA (дата обращения: 28.02.2023).
5. Conservatives (@Conservatives). 2019, December 7. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/conservatives/status/1203062457016696832?s=46&t=j3X9w4tj5_htC48ySjlyqA (дата обращения: 28.02.2023).
6. Fairclough, N. Media Discourse. London: Edward Arnold. 1995. 214 p.
7. Guseynova, I.A., Kosichenko, E.F. *Zhanry, menyayushchie mir i nas. Trivial'nyy diskurs. Retrodetektiv* [Genres Changing Us and the World. Trivial Discourse. Retro-Detective Prose]. M.: Moscow State Linguistic University Publ., 2018. – 162 p. (in Russian).

8. Harris, Kamala (@KamalaHarris). 2022, March 31. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/kamalaharris/status/1509540018779533313?s=46&t=j3X9w4tj5_htC48ySjlyqA (дата обращения: 28.02.2023).
9. Javid, Sajid (@sajidjavid). 2022, March 25. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/sajidjavid/status/1507376676333883392?s=46&t=SGL1YS_ur_kjPUR9-KKjNQ (дата обращения: 28.02.2023).
10. Khomutskaya, N.I. National-cultural precedents in creolized text. *Uchenye zapiski Natsional'nogo obshchestva prikladnoy lingvistiki* [Scientific Notes of NOPriL]. M.: NOPriL, №3 (35) 2021, pp. 138–149 (in Russian).
11. Koshkarova, N.N., Ruzhentseva, N.B. Retroprognosis as past modelling instrument? *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics]. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University, №4 (58) 2016, pp. 48–52 (in Russian).
12. Lotman, Yu.M. *Vnutri myslyashchikh mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istoriya* [Inside the Thinking Worlds. Human Being – Text – Semiosphere – History]. M.: Languages of Russian culture, 1996. – 464 p. (in Russian).
13. Murashova, E.P. Retro as an object of linguistic study. *Verkhnevolzhskiy filologicheskiy vestnik* [Upper Volga Philological Bulletin], №4 (23) 2020, pp. 113–120.
14. NDP (@NDP). 2021, June 21. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/ndp/status/1407019248489218055?s=46&t=NusFCQnrYXljVeQLpfs32w (дата обращения: 28.02.2023).
15. Reynolds, S. Retromania: Pop Culture’s Addiction to Its Own Past. London: Faber & Faber. 2011. 458 p.
16. Ter-Minasova, S.G. *Voyna i mir yazykov i kul'tur. Voprosy teorii i praktiki mezh"yazykovoy i mezhkul'turnoy kommunikatsii* [The War and Peace of Languages and Cultures: Issues of Theory and Practice of Interlanguage and Intercultural Communication]. M.: Slovo, 2008. – 344 p. (in Russian).
17. Trudeau, Justin (@JustinTrudeau). 2021, June 6. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/justintrudeau/status/1401614228172283904?s=46&t=j3X9w4tj5_htC48ySjlyqA (дата обращения: 28.02.2023).
18. Truss, Liz (@trussliz). 2019, May 3. Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/trussliz/status/1124273883828211712?s=46&t=c89N-VIrtdsutJJbZCZMyQ (дата обращения: 28.02.2023).

19. Vorobyov, V.V. *Lingvokul'turologiya* [Linguoculturology]. M.: People's Friendship University of Russia, 2008. – 336 p. (in Russian).

УДК 81'42 (082)

Романов Алексей Аркадьевич
Aleksey Romanov
Романова Лариса Алексеевна
Larisa Romanova

От рэп-баттла к баттл-рэпу: трансформационный поворот функциональной рэп-дискурсии

From rap battle to battle rap: transformational turn of functional rap discourse

Аннотация. *Цель исследования.* *Предлагаемое исследование направлено на выявление тенденций коммуникативно-прагматического дрейфа когнитивно-дискурсивного феномена «рэп-баттл» как разновидности одной из прикладных форм функциональной дискурсии, которую можно рассматривать не только в качестве метода описания и изучения публичной политической коммуникации для формирования «структурно-организующего, регулятивного ядра общества», но также рассматривать и как объект исследования социально-политической инфосферы такого ядра. Анализируемую разновидность условно можно назвать корпоративной разновидностью рэп-дискурсии. Научная новизна проведенного исследования заключается в выделении особой корпоративной разновидности рэп-дискурсии и в рассмотрении влияния этих свойств на условия их реализации в конкретных сценариях жизнедеятельности участников разновидности корпоративной рэп-дискурсии. Материалы и методы. В качестве материала исследования выступает особая разновидность рэп-дискурса, которая представлена набором корпоративных практик рэп-дискурсии, затрагивающих конкретную сферу производственной деятельности. Методологической основой исследования явился деятельностный подход к анализу речевых (дискурсивных) единств, в основе которого лежит регулятивная модель интерактивного общения, теория регулятивной деятельности и ее единиц – регулятивных конструктов или регулятивов. Поставленные задачи и характер объекта исследования определили использование соответствующих методов, которые находятся в рамках деятельностного понимания коммуникации, и тем самым обусловили как необходимость синтеза когнитивного, коммуникативно-регулятивного и конструктивного подходов, так и применение комплексного инструментария с использованием методов теории речевой деятельности, теории речевых актов и когнитивного конструирования практик рэп-баттла. Результаты. В представленном исследовании были описаны функционально-прагматические свойства нового типа рэп-дискурсии. Также были выделены отличительные признаки анализируемого типа рэп-дискурсии, раскрывающие*

бимодальный характер функционально-прагматического потенциала новой разновидности корпоративного рэп-баттла. К наиболее характерным для выделенной разновидности агональной рэп-дискурсии свойствам причислены такие свойства как «динамичность», «эмоциональная напряжённость», «игровое поведение», «интегративнсть», «регулятивность» и «эристическая агональность». Выводы. Анализ выделенных свойств функционально-прагматического потенциала корпоративной разновидности рэп-баттла позволил зафиксировать расширение функционально-семантического и содержательного диапазона коммуникативного феномена «рэп-баттл», что обусловливает прагматическое акцентирование переноса внимания с рэп-баттла на симулякровый рэп-баттл, подчёркивая и экспонируя тем самым ненастоящую (наигранную, формальную) нацеленность последнего на показную (подтасованную, фейковую) сторону состязательной рэп-дискурсии.

Abstract. *The Aim of the study. The proposed study is aimed at revealing tendencies of communicative-pragmatic drift of cognitive-discursive phenomenon «rap battle» as a variety of one of the applied forms of functional discourse, which can be considered not only as a method of description and study of public political communication for formation of the «structurally-organizing, regulative core of society», but also as an object of study of the socio-political infosphere of such core. The analyzed variety can be conventionally called corporate variety of rap discourse. The scientific novelty of the conducted study lies in the allocation of a special corporate variety of rap discourse and in the consideration of the influence of these properties on the conditions of their implementation in specific scenarios of life activity of participants of the corporate rap discourse. Materials and methods. As the research material is a special kind of rap discourse, which is presented by a set of corporate practices of rap discourse affecting a specific sphere of production activities. The methodological basis of the study was the activity approach to the analysis of speech (discursive) unity, which is based on the regulatory model of interactive communication, the theory of regulatory activity and its units - regulative constructs or regulatives. The tasks assigned and the nature of the subject of the study determined the use of appropriate methods that are within the framework of the activity understanding of communication and thus made it necessary to synthesize cognitive, communicative-regulative and constructive approaches, and the use of complex tools using the methods of the theory of speech activity, the theory of speech acts and cognitive construction of rap battle practices. Results. The presented study described the functional and pragmatic properties of a new type of rap discourse. Also the distinctive features of the analyzed type of rap discourse revealing the bimodal nature of the functional-pragmatic potential of the new variety of corporate rap-battle were highlighted. The most characteristic properties of the selected variety of agonal rap-discourse are such properties as «dynamism», «emotional tension», «game behavior», «integration», «regulability» and «eristic agony». Conclusions. Analysis of the selected properties of the functional and pragmatic potential of the corporate variety of rap battle allowed to fix the expansion of the functional-semantic and content range of the communicative phenomenon «rap battle». This results in a pragmatic focus on shifting the focus from the rap battle to the simulacrum rap battle, emphasizing and thereby exposing the fake (factitious, formal) focus of the latter on the ostentatious (contrived, fake) side of competitive rap discourse.*

Ключевые слова: *агональный дискурс, баттл-симулякр, дискурсивная практика, вербальное противостояние, иллокутивность, речевой жанр, рэп-баттл*

Keywords: *agonal discourse, battle simulacrum, discursive practice, verbal confrontation, illocution, speech genre, rap-battle*

«Языковые обобщения будут охватывать
всё более широкие круги и всё более
соединять языкознание с другими науками:

с психологией, с антропологией,
с социологией, с биологией»
И.А. Бодуэн де Куртенэ

Введение

На протяжении длительного времени становления и развития междисциплинарной сферы социально-гуманитарных наук, интегративно объединяющей лингвистику, логику, политологию, психологию, социологию, философию и этнографию, вызывают особый интерес вопросы, связанные с распространением жанра состязательной дискурсии. К наиболее ярким представителям такого жанра нередко причисляют рэп-баттл (также: баттл-рэп и реп-батл), который сегодня рассматривается как популярное явление не только в молодёжной среде социума, но также в социально-политической и в экономической сферах жизнедеятельности современного общества [Романов, Романова, 2023].

В рамках обозначенного интегративного подхода значительный интерес представляет феномен состязательной дискурсии как разновидности одной из «прикладных форм» дискурс-анализа [Ван Дейк, 2013: 7; Филлипс, Йоргенсен, 2004], которую (т.е. форму разновидности) можно рассматривать не только в качестве метода описания и изучения публичной коммуникации в функции «структурно-организующего, регулятивного ядра общества» [Романов, 1988; 2002; 2020; Романов, Романова 2021; 2023; Малышева, 2021; Romanov, Malysheva, Romanova, 2017], но также и как «объект социально-экономической сферы» [Мисонжников 2009: 3–9], и как инструмент эффективной борьбы соперников за социально-коммуникативное доминирование и бенефициарный репутационный капитал в обществе с использованием различных средств прямого и косвенного воздействия на своих оппонентов в дихотомическом сопоставлении «дискурса победителя» versus «дискурса побежденного / проигравшего» [Романов, Романова, 2021; 2023].

Применение таких инструментов в условиях социально-экономической конкуренции внутри- и межкорпоративного социально-экономического пространства оказывается

чрезвычайно эффективным механизмом по созданию кризисных ситуаций в политико - экономической борьбе с конкурентами - соперниками, оппонентами для того, чтобы в контексте упорной борьбы за своё превосходство интенсивно осуществлять агрессивно-атакующее влияние (воздействие, давление) как на социально-политические и экономические условия жизнедеятельности отдельных участников вербального состязания и сотрудников профессиональных организаций, так и на эмоции, мотивы и поведение руководителей производственно - финансовых и технологических объединений, общественных организаций, отдельных отраслей хозяйства и технологических корпораций и даже на отдельных граждан с целью переформатировать у них индивидуальную картину мира и изменить их личностные установки, формы поведения и культурно-исторические ценности. Иллюстративным примером эффективной реализации информационно - коммуникативного инструментария в виде набора вербально-коммуникативных и авербально-медийных технологий и практик по переформатированию ментальных установок как участников вербального противостояния, так и коллективного адресата в лице сотрудников производственных корпораций или объединений могут служить событийные материалы проведённых словесных баталий, описанных в работах по политической и социально-экономической тематике [см., например: Важдаева 2017; Дмитрова, 2021; Романов, Романова, 2021; 2023].

Было установлено, что процесс агрессивного дискурсивного взаимодействия, реализуемый в естественных условиях жизнедеятельности его участников, протекал по согласованным принципам развертывания иллокутивных потенциалов своих типовых (фреймовых) сценариев. В условиях состязательного или “победно-боевого” (также: “агонального”, от греч. ἀγωνία – “*агон*”) социального взаимодействия, в котором каждый из участников стремится обойти своего оппонента и приобрести бенефициарный репутационный капитал, дело обстоит иным образом: участники агонального взаимодействия нацелены, как правило, только на личную победу над своим корпоративным оппонентом и используют для этого не только средства убеждения и воздействия

друг на друга в виде дискурсивных практик (синонимично – высказываний, действий, коммуникатов), но и совершенно неожиданные (нетипичные) для социальной деятельности формы, площадки и каналы её реализации для агитации, пропаганды и целевого воздействия на массового адресата.

Также было отмечено, что ритмы развития современного общества и интенсивность доминирования сетевых коммуникаций в нём вкупе с новыми возможностями компьютерно-медийных технологий порождают появление более эффективных разработок в этой сфере деятельности и подталкивают пиар-технологов к использованию самых современных и наиболее эмотивно-аттрактивных форм воздействия на массового адресата, которые (т.е. формы) сегодня способны быть более привлекательными для различных слоёв корпоративного сообщества по сравнению с традиционными – т.е. неоднократно апробированными (“обкатанными”) ранее – и ставшими уже обыденными (шаблонными, привычными и непривлекательными в своей новизне) пиар-технологиями, чтобы соответствовать современным запросам и новым вызовам времени в сфере общественной и производственной жизни того или иного социального стратума с целью активировать (вызвать) поддержку массового адресата и повысить его интерес и мотивацию к конкурентной борьбе за ту или иную должностную позицию в фирме, корпорации, объединении или концерне.

Постановка проблемы

Являясь современной и непривычной для массового сотрудника технологей конкурентной борьбы внутри- и межкорпоративного сообщества, формат агонального рэп-дискурса становится сегодня актуальной и популярной формой состязательной технологии по отбору кандидатов на тот или иной производственный пост, основу которой составляет популярная для молодёжного стратума в возрасте 18–40 лет модель прямого (эксплицитного) коммуникативно-дискурсивного оппонирования (противостояния, противоборства) в виде вербального конструктивного образования или комплексной коммуникативной практики «корпоративный рэп-баттл». В этой связи становится важным проследить механизм публичного производства (образования, порождения) «корпоративного рэп-дискурса» как

коммуникативного конструкта и проанализировать сам дискурсивный массив вербального противоборства, нацеленного на достижение победы над соперником любыми доступными средствами *эристической риторики*. В корпоративной рэп-дискурсии риторическая эристика призвана использовать всевозможные *эристемы* как вербально-интерактивные шаги-практики боевого набора инструментальных средств, реализующих выражение установок, уловок, ловушек, ухищрений и даже провокативных подначиваний вкупе с агрессивными практиками троллинга, буллинга, моббинга и флеймиенга как конституентов «острой силы» воздействия на соперника для достижения безоговорочного успеха в дискурсивном противостоянии.

Анализ механизма производства публичного «рэп-дискурса» особенно актуален тем, что на данном этапе исследования важно установить специфические признаки-свойства, которые присущи только корпоративной разновидности рэп-дискурсии. Кроме того, чрезвычайно важно зафиксировать процесс формирования участниками любого – в том числе и корпоративного – типа (разновидности) дискурса и определить возможности его (её) коммуникативно - прагматического дрейфа. Необходимо проследить при этом процесс порождения метарегулятивных свойств типовой разновидности, способных не только порождать, вырабатывать, но осуществлять контроль над формированием части процесса тематико-семантического контента публично-корпоративного рэп-дискурса. При этом рэперы как участники словесного противоборства не упускают из поля зрения и тот факт, что контроль даже над частью рэп-дискурса означает контроль над частью его содержания, а, следовательно, и косвенный контроль над общественным сознанием: т.е. возможен контроль (регулятивность) не только того, *что* люди думают, но также и того, о *чем* они думают. Таким образом, контроль над агональным дискурсом предоставляет т не только «особый доступ к его производству», но разрешает также и доступ к его содержанию, стилю и даже к индивидуальному сознанию непосредственных участников (рэперов) и «общественному

сознанию» [Ван Дейк, 2013: 15] всех присутствующих на рэп-баттле зрителей, сотрудников фирмы, корпорации или концерна.

Методы

Методологической основой исследования явился деятельностный подход к анализу речевых (дискурсивных) единств, в основе которого лежит регулятивная модель интерактивного общения, теория регулятивной деятельности и её единиц – регулятивных конструктов или регулятивов. Поставленные задачи и характер объекта исследования определили использование соответствующих методов, которые находятся в рамках деятельностного понимания коммуникации, и обусловили необходимость синтеза когнитивного и коммуникативного (регулятивно-конструктивного) подходов, использование инструментария теории речевой деятельности, теории речевых актов, психосемантики и применение метода когнитивного конструирования.

Основная часть

В исследовании, посвящённом дискурсивной эристики политического рэп-баттла [Романов, Романова, 2021; 2023], было показано, что рэп-баттлы, как и любое другое организуемое мероприятие, реализуются в определенном структурированном формате, который опирается на набор соответствующих условий и правил поведения участников вербального противостояния относительно друг друга. К числу наиболее характерных условий и признаков, конституирующих жанровую принадлежность состязательной дискурсии в виде рэп-практик, выделяются следующие признаки:

– рифмованность (“поэтичность”) рэп-баттла (поединка), в котором наличие рифмы в текстах соперников является обязательным условием. Рифма – главная составляющая поэтической ритмики баттл-текстов, благодаря чему они приобретают особую *размерность*, *упорядоченность* и *мелодичную* окраску. Рифмы в текстах рэп-исполнителей (MC) бывают разных видов, среди которых высоко ценятся сложные («двойные», «квадратные»), когда совпадают не только ударная гласная, но и несколько безударных гласных;

– ценность рэп-баттла определяется значимым наличием определенного количества словесных «панчей» в текстах

вербальных баталий, которыми обмениваются участники словесной “дуэли”. Панчи (от англ.: «punch» – удар) представляют собой такие слова или фразы, которые бьют точно по слабым местам противника, задевают его гордость. Примечательно, что для победы в вербальном противостоянии важно не количество таких «ударов», а количество точных попаданий в цель, т.е. в слабые места позиции соперника. Например, эмоционально атакуют и бьют в провозглашаемый соперником тезис, нивелируют высказанную оценку, высмеивают повторяемое утверждение и т.п. Нередко для выражения хлесткого эмоционального «панча» исполнитель (MC – от англ.: “Master of Ceremonies”) может даже прибегать к использованию нецензурной лексики, прямых ругательств или прозрачных намеков и эвфемизмов. Примечательно, что подобного рода «панчи» суть такие же дискурсивные шаги-практики, в которых может содержаться иллокутивный потенциал прямой критики, угрозы или оскорбления в адрес своего противника с целью понижения его статуса в ситуации победной эристики, реализуемой в словесном взаимодействии;

– лимологичность рэп-баттла, определяемая условием обязательного, оговоренного заранее раундового разбиения. Количество раундов может быть любым – от одного до десяти и больше. Сигналом лимологического деления на раундовую передачу дискурсивного шага своему оппоненту по состязанию является произнесенная фраза раундовой фразы;

– регулятивность передачи права сопернику на ответный ход: как только один из оппонентов начинает рэп-баттл, второй не может в это же время вербально реагировать на слова, сказанные в его адрес до тех пор, пока ему не будет передано право на ответный ход фразой «Раунд!». Принимая во внимание такую процедурную особенность, можно считать её основным отличием от привычного построения дискурса, при котором на брошенный одним из говорящих вызов тут же следует принятие этого вызова реципиентом в виде ответной реакции на него;

– размытость границ реактивного объёма вербального противостояния, когда за один речевой ход может быть засчитан целый раунд, то есть весь комплекс речевых шагов,

который воспроизводит говорящий рэпер от момента начала своего хода до финальной фразы. Вербально выразить свою реакцию и отправить свой комплекс реакций и ответных вызовов в адрес соперника он может только после финальной фразы. Нарушение данного правила грозит досрочным завершением баттла и присуждением победы тому, кто официально имел право на свою, очередную (т.е. раундовую) реализацию дискурсивных практик на момент дисквалификации нарушителя [также см.: Романов, Романова, 2021; 2023].

Характерные свойства «динамичности», «эмоциональной напряжённости» игрового поведения, «интегративности», «регулятивности» и «эристической агональности» коммуникативно-конструктивного феномена рэп-баттл способствовали в своей совокупности тому, что «коммуникативный конструкт рэп-баттл» показал и доказал свою привлекательность и востребованность разными слоями общества и довольно быстро превратился в «эффективный технико-технологический инструмент вербального воздействия на массового адресата», с помощью которого оказалось возможным выявить и показать, как «конкретные структуры дискурса участвуют не только в манипуляции, но и в других формах управления общественным сознанием в целом» [Ван Дейк, 2013: 7; Филлипс, Йоргенсен, 2004], например, в процессе формирования и внедрения в коммуникативно-информационное пространство «предвзятых ментальных моделей в интересах властных групп» [Ван Дейк, 2013а: 5–6].

В обозначенном контексте рэп-дискурс как интегративный элемент состязательной культуры хип-хопа и агонально-эристической риторики музыкального явления рэпа, появившихся в качестве своеобразного ответа на глобализационные процессы в мире в виде продукта процессов культурной гибридизации, становится разновидностью одной из «прикладных форм дискурс-анализа» [Ван Дейк; см. также: Романов, 2020; Филлипс, Йоргенсен, 2004], которую можно использовать не только в качестве метода описания и изучения публичной коммуникации в функции «структурно - организующего, регулятивного ядра общества» [Романов, 1988; 2002; Романов, Романова 2021; Романова, 2009].

С этих позиций агональный рэп-баттл предстаёт в виде дискурсивно - коммуникативного конструкта, который одновременно может рассматриваться и как «объект описания функциональной активности когнитивных агентов социо-политической и экономической сфер жизнедеятельности социума» [Романов, 2002: 25; также см.: Романов, 1988; 2020], и как инструментальный механизм в эффективной борьбе с соперниками за социально-политическое лидерство в стране, регионе, городе, корпорации, фирме и за бенефициарный репутационный капитал в глазах общественности с использованием различных средств прямого и косвенного воздействия на своих оппонентов, оказывая существенное влияние не только на их репутационный капитал, но и на проявления внутренних характеристик их социального статуса.

Рассматривая внутренние характеристики проявления в рэп-баттловой дискеурсии социального статуса человека, мы обращаемся «к трем сферам проявления статуса: индексам стиля жизни, человеческих контактов и речи» [Карасик, 1992: 30], которые в своём переплетении и взаимообусловленности оказывают существенное влияние друг на друга и на результирующую продуктивность противоборствующего взаимодействия. Результирующая продуктивность процессов вербально-агонального противостояния между противоборствующими сторонами эксплицировала реальную возможность каждого из участников проявить и демонстративно экспонировать в выгодном для себя свете внутренние характеристики личного социального статуса и при этом одновременно нивелировать те характеристики социального статуса своего соперника, статус которых требует, по мнению оппонента-участника, корректировки, ретуши или замалчивания.

Отмеченная специфика вербально-состязательной рэп-дискурсии послужила определённым импульсом, активно стимулирующим интерес со стороны корпоративного менеджмента к организации и проведению рэп-баталий в своих трудовых коллективах. По этому кажется далеко неслучайным тот факт, что типовое разнообразие рэп-баттлов, обладая эмоциональной привлекательностью и способностью публично выявлять победителя, с активной неизбежностью «ворвались»

всеми формами в корпоративную культуру производственной сферы деятельности, обозначив тем самым новый прагма-функциональный дрейф коммуникативного феномена «рэп-баттл» в сторону корпоративного бизнеса и выделив отдельный тип рэп-баттла под названием «корпоративно - производственный рэп-баттл» [о типовом многообразии рэп-баттлов подробнее см.: Романов, Романова, 2021; 2023].

В этой связи особый интерес для лидеров по управлению персоналом вызвала возможность использовать коммуникативные технологии открытой агональной борьбы для публичного разрешения нарастающих или уже возникших внутрикорпоративных конфликтов. Кроме того, также не менее востребованными и полезными оказались коммуникативные технологии по проведению рэп-баттлов, которые доказали свою эффективность при осуществлении процедур конкурентного отбора претендентов на те или иные должностные позиции. Одним словом, «мода на рэп-баттлы, – по словам Н. Важдаевой, – дошла и до бизнеса. Теперь это новый тренд в программе корпоративов. … Причём в большинстве случаев состязание проводится между топ-менеджерами компании - заказчика». Примечательно, однако, что основные заказчики – «крупные корпорации, которые с помощью баттлов не только развлекают коллектив, но и решают производственные задачи» [Важдаева, 2017].

Н. Важдаева приводит пример того, как топ-менеджеры одной крупной московской строительной компании наметили даже конкретные сроки проведения репетиций *корпоративного рэп-батала* в своей организации. «До новогоднего корпоратива, – пишет автор, – осталось чуть больше месяца, а подготовиться нужно основательно. Номер рассчитан всего на пять минут, и за это время гендиректору нужно успеть высказать все свои претензии в адрес руководителя отдела логистики и главному бухгалтеру. Гендиректор давно устал от их конфликтов и решил, что публичный рэп-поединок поможет сплотить враждующие отделы» [Важдаева, 2017] и снять существующие барьеры, которые мешают эффективной работе компании.

Состязательная способность агональной рэп-дискурсии выявлять «правду конфликтного противостояния и истинные

причины его сути в открытом режиме» [Романов, Романова, 2021] пришлась по вкусу директорскому корпусу различных компаний и корпораций: «руководители перестали бояться конфликтов и открытого обсуждения проблем. Оказалось, что агональные свойства рэп-баттл помогают выявить конфликтную ситуацию или, наоборот, предотвратить появление нового конфликта в будущем. Однако, в этой ситуации высветилась довольно-таки существенная проблема: с одной стороны, корпоративно-производственный тип рэп-баттла функционально-прагматически выполняет инструментальную роль коллективного развлечения работников компании и в то же время должен, согласно базовым свойства рэп-дисаурсии, отвечать эмоционально-зрелищному настрою и соответствовать развлекательным ожиданиям (экспектациям) присутствующей публики. Иначе говоря, корпоративно-производственный тип рэп-баттла уже заранее, пресуппозитивно снижает (выбирает “взвешенный”) уровень агонально-эристического настроя присутствующих на корпоративе и самих участников коммуникативного противостояния как акторов, претендующих на то, чтобы сценарно (по-актерски) выполнять роль самодеятельных массовиков-затейников из своего рабочего коллектива.

С другой же стороны, такой корпоративно-производственный тип рэп-баттла призван в то же время одновременно решать и производственные задачи, в частности: *а)* обозначить болевые точки в отношениях между членами трудового коллектива, *б)* показать в достаточно шутливой форме на глазах всего коллектива и его руководства пути выхода из сложившейся кризисной ситуации и *в)* служить основанием для принятия руководством компании соответствующего эффективного решения по выявленным проблемным точкам деятельности компании [Романов, Ходырев, 2000: 73–112; см. также: Гвозданная, 2021]. В дополнение к этому, корпоративно - производственный рэп-баттл способен параллельно решать и другие важные задачи, связанные с производственной деятельностью компании или фирмы. Например, эксплицитно нести коммуникативно-интенциональный посыл сотрудникам о том, что в данной компании каждый работник может быть

достойно оценён по его результатам на рабочем месте или может успешно продвигаться по управленческой вертикали и достичь высоких управленческих позиций, вплоть до уровня топ-менеджера.

Следует также понимать, что рассматриваемая разновидность корпоративно-производственного рэп-баттла может продуктивно использоваться в условиях реорганизации структурных подразделений компании для того, чтобы в непринужденной, раскрепощённой обстановке и в доступной (игровой) форме представлять своему коллективу нового (новоизбранного, переизбранного) руководителя или топ-менеджера для конкретного вида производственной деятельности. При этом важно иметь в виду, что вербально-агональная форма представления руководителя коллективу допускает возможность использования публично-игровой (лёгкой) критики руководителя любого ранга без соответствующих оргвыводов, потому что руководитель становится сопричастным к содержательному контенту критических практик рэп-дискурсии.

Помимо всего прочего рассматриваемая разновидность корпоративно - производственного рэп-баттла реализует ещё одну немаловажную в психологическом плане функцию, которая связана с механизмом релаксации организма: «у нового руководителя могло быть немало завистников среди старших коллег» и в непринуждённой обстановке весёлый и фехтующий обмен остротами в виде легкого подтрунивания и подначивания «должен снять это напряжение в коллективе» [Важдаева, 2017].

Вместе с тем, нужно учитывать, что корпоративно-производственный рэп-баттл – это полифункциональное в плане коммуникативного воздействия событие и по этой причине не следует упрощать тщательность к его проведению и с точки зрения корпоративного шоу-развлечения, и с точки зрения эффективного инструмента реализации управленческих задач. Действительно, стоит иметь в виду, что участие в корпоративно-производственном рэп-баттле с различных сторон – как со стороны непосредственных исполнителей или МС, так и со стороны руководителей коллектива и присутствующих на празднике работников компании – требует основательной

подготовки: соблюдать структурно-жанровую специфику подачи материала, уметь импровизировать и составлять тексты для каждого корпоратива с учётом решаемых в коллективе задач, а также находить “экспромтные” заготовки, владеть техникой чтения рэп, знать обстановку в коллективе и учитывать настроение участников корпоративного праздника. И очень важно помнить главное: принимая решение проводить корпоративно-производственные рэп-баттлы, следует учитывать, что выявленная новая разновидность рэп-дискурсии являются всего лишь фрагментарной частью программы праздничного развлечения, что позволяет причислить эту новую разновидность (новое направление) рэп-баттла к типу вербально-агональных состязаний, предназначенных для развлекательных программ с целью укрепления корпоративной культуры компании.

Вместе с тем, понятно, что развлекательный (концертный, шуточный, “несерьёзный”) характер таких корпоративно-производственных рэп-баттлов снимает с них многие ограничения, которые должны соблюдать участники (рэперы, рэп-чтецы) канонических рэп-баттлов, например, политических рэп-баттлов [ср.: Романов, Романова, 2021; 2023]. Развлекательный характер таких рэп-баттлов даже допускает использование собственных студийных звукозаписей в качестве фонограммной подстраховки в процессе публичного противоборства. Больше того, разрешается даже выступать под собственную фонограмму. Е. Важдаева отмечает: «Если таланта не хватает даже на это, то и здесь никаких проблем. Организаторы подбирают актёров с похожими голосами, и те надиктовывают рэп на фонограмму, а сотрудникам остаётся только выйти на сцену, взять выключенный микрофон и делать вид, что они читают рэп сами» [Важдаева, 2017]. Записанную фонограмму мнимый рэпер может дополнять сопровождающим набором характерных для рэп-чтецов жестов. В итоге получается демонстрация обманной (фальшивой, фейковой) рэп-дискурсии, а сам корпоративно - производственный тип рэп-баттла приобретает функциональную двойственность: с одной стороны, он реализует ряд функциональных признаков, присущих агонально-эристическим рэп-баттлам, а с другой стороны, он

имитирует рэп-баттл, превращаясь в разновидность состязательного рэп-симулякра.

Заключение

Итак, проявление широкого интереса к новым возможностям рэп-дискурсии в сферах производственной и управленческой деятельности человека говорящего как человека коммуникативного неизбежно детерминирует расширение функционально-семантического и содержательного диапазона коммуникативного феномена «рэп-баттл», что обусловливает прагматическое акцентирование переноса внимания с рэп-баттла на симулякровый рэп-баттл (баттл-рэп), тем самым подчёркивая и экспонируя ненастоящую (формальную) нацеленность последнего на показную (подтасованную, фейковую) сторону стремлений участников состязательной интеракции добиться реального разрешения предконфликтной ситуации внутри коллектива или между отдельными структурными подразделениями корпорации. В этом случае происходит смена (дрейф) значимости и оценки полюсов в процессе реализации типовой (канонической) схемы рэп-баттла S(p) на структурно-организационную схему P(s).

Литература

1. Важдаева Н. Бухгалтеры, раунд! Рэп-баттлы захватывают компании и корпоративы /Н. Важдаева // Life.ru. 2017. 27 окт. URL: https: // life.ru/t/бизнес/1055269/bukhghaltiery_raund_rep-battly_zakhvatyvaiut_kompanii_i_korporativy. Дата обращения 23.02.2023 г.
2. Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. / Т. А. Ван Дейк. – М.: ЛЕНАНД, 2013.
3. Ван Дейк Т. А. О трендах в дискурсивном подавлении, европейском национализме и гуманитарной ядерной бомбе. Интервью / Т. А. Ван Дейк. // Масс-медиа и массовые коммуникации: статус научных и учебных дисциплин: Первый междунар. науч. коллоквиум. Сб. науч. работ. – Белгород: Политерра, 2013а. С. 8–12.
4. Гвозданная Н. В. Межкультурная корпоративная коммуникация – трудности и перспективы / Н. В. Гвозданная // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2021, № 2 (34). С. 106–116.

5. Дмитрова С. С. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в современном англоязычном политическом медиадискурсе / С. С. Дмитрова // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2021, № 4 (36). С. 65–76.
6. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1992.
7. Малышева Е. В. Манифестационная прозрачность композитных регулятивов английского диалога [Электронный ресурс] / Е. В. Малышева // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2020, № 1. С. 172–182. Режим доступа: www.tverlingua.ru
8. Мисонжников Б. Я. «Прозрачные грани» эстезиса: от познания к речению / Б. Я. Мисонжников // Семиосфера: в лабиринте знаков и образов. Сб. науч., публицист. и художеств. произведений / Отв. ред. Б. Я. Мисонжников, А. В. Рябов. – СПб.: Интан, 2009. С. 3–10.
9. Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения / А. А. Романов. – М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1988.
10. Романов А. А. Политическая лингвистика: функциональный подход / А. А. Романов. – М.-Тверь: Ин-т языкознания РАН; Тверской гос. ун-т, 2002.
11. Романов А. А. Лингвопрагматическая модель речевого управления диалогом: системный анализ / А. А. Романов. – М.: ЛЕНАНД, 2020.
12. Романов А. А., Романова Л. А. Интегративно-дискурсивный подход к феномену «политический рэп-баттл» [Электронный ресурс] / А. А. Романов, Л. А. Романова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2021, № 4. С. 1–27. Режим доступа: www.tverlingua.ru
13. Романов А. А., Романова Л. А. Дискурсивная эристика политического рэп-баттла: Инструментальный потенциал и современные практики / А. А. Романов, Л. А. Романова. – М.: ЛЕНАНД, 2023.
14. Романов А. А., Ходырев А. А. Управление персоналом: Психология влияния. Учебник для экон. спец. вузов / А. А. Романов, А. А. Ходырев. – М.: Лилия, 2000.
15. Романова Л. А. Структурно-семантические аспекты композитных перформативов в функциональной парадигме языка / Л.А. Романова. – М.: Ин-т языкознания РАН, 2009.
16. Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Дискурс – анализ. Теория и метод / Л. Дж. Филлипс, М. В. Йоргенсен. – Харьков, 2004.

17. Romanov A., Malysheva E. Romanova L. Frame representation of verbal-tactile composite in English dialogue / A. Romanov, E. Malysheva, L. Romanova // Language and Literature. Poetics and Linguistics Association and SAGE Publications. – Issue 4 (2). Volume 26. – 2017. P. 647–652.

References

1. Fillips, L. Dzh., Jorgensen, M. V. *Diskurs – analiz. Teorija i metod* / L. Dzh. Fillips, M. V. Jorgensen. – Har'kov, 2004.
2. Gvozdannaja, N. V. Mezhkul'turnaja korporativnaja kommunikacija – trudnosti i perspektivy / N. V. Gvozdannaja // *Uchenye zapiski nacional'nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki*. 2021, № 2 (34). pp. 106–116. (in Russian).
3. Dmitrova, S. S. Pragmaticheskij potencial precedentnyh fenomenov v sovremennom anglojazychnom politicheskom mediadiskurse / S. S. Dmitrova // Uchenye *zapiski nacional'nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki*. 2021, № 4 (36). pp. 65–76. (in Russian).
4. Karasik, V. I. *Jazyk social'nogo statusa* / V. I. Karasik. M.: In-t jazykoznanija RAN, 1992. (in Russian).
5. Malysheva, E. V. Manifestacionnaja prozrachnost' kompozitnyh reguljativov anglijskogo dialoga [Elektronnyj resurs] / E. V. Malysheva // *Mir lingvistiki i kommunikacii: elektronnyj nauchnyj zhurnal*. – 2020, № 1. – pp.172–182. Rezhim dostupa: www.tverlingua.ru (in Russian).
6. Misonzhnikov B. J. Prozrachnye grani estesisa: ot poznanija k recheniju // Semocphera: v labirinte znakov i obrasov. Sb. nauch., publizist. i chudozhestv. proizvedenii / Otv. Red. B. J. Misonzhnikov, A. W. Rjabov. – SPb: Intan, 2009. S. 3–10. ((in Russian).
7. Romanov, A. A. *Sistemnyj analiz reguljativnyh sredstv dialogicheskogo obshhenija* / A.A. Romanov. M.: In-t jazykoznanija AN SSSR, 1988. (in Russian).
8. Romanov, A. A. *Politicheskaja lingvistika: funkcional'nyj podhod* / A.A. Romanov. – M.-Tver': In-t jazykoznanija RAN; Tverskoj gos. un-t v, 2002. (in Russian).
9. Romanov, A. A. *Lingvopragmaticheskaja model' rechevogo upravlenija dialogom: sistemnyj analiz* / A.A. Romanov. M.: Lenand, 2020. (in Russian).
10. Romanov, A. A., Hodyrev, A.A. *Upravlenie personalom: Psihologija vlijanija*. Uchebnik dlja jekon. spec. vuzov. M.: Lilija, 2000. (in Russian).
11. Romanov, A., Malysheva, E. Romanova L. Frame representation of verbal-tactile composite in English dialogue / A. Romanov, E.

Malysheva, L. Romanova // *Language and Literature. Poetics and Linguistics Association and SAGE Publications*. Issue 4 (2). Volume 26. 2017. pp. 647–652. (in English).
12. Romanov, A. A., Romanova, L. A. Integrativno-diskursivnyj podhod k fenomenu «politicheskij rjep-battl» /A. A. Romanov, L. A. Romanova [Elektronnyj resurs] // *Mir lingvistiki i kommunikacii: elektronnyj nauchnyj zhurnal*. 2021, № 4. pp. 1–27. Rezhim dostupa: www.tverlingua.ru (in Russian).
13. Romanov, A. A., Romanova, L.A. *Diskursivnaja eristika politicheskogo rep-battla* / A. A. Romanov, L. A. Romanova. M.: Lenand, 2023. (in Russian).
14. Romanova, L. A. *Strukturno-semanticheskie aspekty kompozitnyh performativov v funkcional'noj paradigme jazyka* / L. A. Romanova. M.: In-t jazykoznanija RAN, 2009. (in Russian).
15. Vazhdaeva, N. Buhgaltery, raund! Rjep-battly zahvatyvajut kompanii i korporativy / N. Vazhdaeva // *Life.ru. 2017. 27 okt*. URL: https:// life.ru/t/biznes/1055269/bukhghaltiery_raund_rep-battly_zakhvatyvaiut_kompanii_i_korporativy. Data obrashhenija 23.02.2023 g.
16. Van Dejk, T. A. *Diskurs i wlast. Representazija dominirowanija v jazykt I kommunikazii* / T. A. Van Dejk. M.: Lenand, 2013. (in Russian).
17. Van Dejk, T. A. O trendah v diskursivnom podavlenii, evropeiskom nazionalisme i gumanitarnoi jadernoi bombe. Interview / T. A. Van Dejk // *Mass-media i massovye kommunikazii: status nauchnyh i uchebnyh disziplin*: Pervyi mrzhdunar. nauch. Kollokwium. Sb. nauch. Rabot. Belgorod: Politerra, 2013a. pp. 8–12**.** (in Russian).

УДК 81.42

Сорокина Юлия Сергеевна
Yulia Sorokina

Тексты онлайн-рецензий на кинофильмы: эмоционально-оценочный аспект

Texts of online movie reviews: emotional and evaluative aspects

Аннотация. *Цель исследования. Выявление эффективных способов манипуляции эмоциями будущего зрителя фильма через текст рецензии, влияние на его решение*

посмотреть или пропустить просмотр киноленты – весьма актуальная задача современной киноиндустрии, решить которую возможно с помощью методов лингвостилистического анализа. В данной статье анализируются способы выражения оценочности и эмотивности в текстах современных любительских кинорецензий, опубликованных на нескольких популярных англо- и русскоязычных веб-сайтах, а также влияние данных способов на восприятие фильма читателем рецензии. Новизна исследования определяется подбором современного материала на базе популярных порталов онлайн-рецензий (тексты, опубликованные за последние 10 лет), а также фокусом именно на любительских рецензиях. Материалы и методы. Исследование проведено на материале 30 текстов англоязычных кинорецензий, опубликованных на порталах «IMDb» и «Кинопоиск» с применением методов сплошной выборки, функционально-стилистического и лингвостилистического анализа текста. Результаты. Полученные результаты демонстрируют, что наиболее ярко изучаемые категории эмотивности и оценочности проявляются лексически – через использование стилистических приёмов (метафор, эпитетов, гипербол и т.п.), а также фразеологических единиц, сленговых выражений и жаргонизмов. Выводы. Исследование подтверждает тезис о типологическом и стилистическом разнообразии жанра любительской кинорецензии, а также убедительно доказывает, что применение эмотивных и оценочных элементов в тексте рецензии способно оказать существенное влияние на выбор фильма читателем.

Abstract. *The aim of the study. Identifying effective ways to manipulate the emotions of the future viewer of the film through the text of a review, influencing his decision to watch or skip watching the film is a very urgent task of the modern film industry, which can be solved using the methods of linguo-stylistic analysis. This article analyzes the ways of expressing evaluativity and emotivity in the texts of modern amateur film reviews published on several popular English and Russian websites, as well as the influence of these ways on the perception of the film by the reader of the review. The novelty of the research is determined by the selection of modern material based on popular online review portals (texts published over the past 10 years), as well as the focus on amateur reviews. Materials and Methods. The study was conducted on the material of 30 texts of English-language film reviews published on the portals "IMDb" and "Kinopoisk" using the methods of continuous sampling, functional-stylistic and linguo-stylistic text analysis. Results. The results obtained demonstrate that the studied categories of emotiveness and appraisal are most vividly manifested through lexical means - the use of stylistic devices (metaphors, epithets, hyperboles, etc.), as well as phraseological units, elements of slang and jargon. Conclusions. The study confirms the thesis about the typological and stylistic diversity of the amateur film review genre, and also convincingly proves that the use of emotive and evaluative elements in reviews can have a significant impact on the choice of a film by the reader.*

Ключевые слова: *оценочность, эмотивность, кинорецензия, вторичный текст, стилистические приёмы, фразеологические единицы*

Keywords: *evaluativity, emotivity, movie review, secondary text, stylistic devices, phraseological units*

Introduction

Internet communication has revolutionized and reformed mass information discourse, at the same time updating and expanding the features of some existing written genres. Online film reviews, for instance, are still viewed as a tool helping viewers to choose, evaluate and recommend a movie, but nowadays writing a review is no longer

the prerogative of journalists and film critics alone. Any amateur viewer has an opportunity to share his impressions of a just-watched movie using social media, blogs or publicly available review portals, to accompany the review with screenshots, hyperlinks and video clips from the movie, and then to get immediate feedback from other viewers in the comments section. This phenomenon brings about the increased interest in the comprehensive studies of film reviews and their evaluative, compelling and manipulative functions at the intersection of multiple academic disciplines (discourse and text studies, stylistics, lexicology, psycholinguistics, cognitive linguistics and a number of other areas), or, to be precise, in the ways reviews may affect the readers and their decision to watch or avoid watching a new film.

The main aims, materials and methods of research

In this paper, we aim to analyze the emotive-evaluative elements of the texts of film reviews published on the Internet portals "IMDB" and "Кинопоиск" using the methods of continuous sampling, functional-stylistic and linguo-stylistic analysis, at the same time focusing on the ways the abovementioned elements affect the readers' attitude to the reviewed films. The main objectives of the study are:

1) to clarify the meaning of the terms "emotivity" and "evaluativity";

2) to consider the genre specificity of the Internet review as a secondary type of text;

3) to identify the main lexical and stylistic means of expressing evaluation and emotiveness in the texts of film reviews written after watching adapted screen versions of popular books.

Research background and literature review

The expression of positive or negative emotions by the film reviewer is one of the most effective ways to evoke similar emotions in the audience and influence them. Following I.E. Gerasimenko, in this work we consider emotivity as a category or "property of linguistic means used to express emotions in a speech act and capable of producing an emotional effect on the listener or reader" [Gerasimenko, 2016: 23].

In turn, many researchers believe that the category of emotivity is inextricably linked with the category of evaluation/ evaluativity [Bulgakova, 2010, 2018; Garanina, 2013; Sorokina, 2022; Yakhina,

2017]. According to E.Yu. Garanina, evaluativity is “the formation of a value attitude”, a genre and text-forming category of film reviews [Garanina, 2013: 28]. A.M. Yakhina gives a similar interpretation of the term, defining evaluativity as “a property, the ability of language units to express a relatively stable positive or negative characteristic of a person, as well as an attitude, opinion, judgment about the positive or negative value of objects for a linguistic personality” [Yakhina, 2017: 216]. The textual category of evaluativity exists at all linguistic levels of film reviews: compositional, syntactic, lexical, stylistic, etc. [Kononova et al. 2021; Stepanova, 2017; Stopa, 2020].

The texts of film reviews can be conditionally divided into professional (carrying artistic value, designed for a narrow audience, striving for objectivity) and amateur (more subjective, with a high degree of evaluation and emotiveness). Regardless of the type, E.Yu. Garanina identifies four main functions of film reviews: informational, advertising, evaluational and motivational [Garanina, 2013: 29].

An Internet review, being a secondary type of text, is built on the basis of a film viewed by a reviewer and often echoes reviews of other authors, or is based on the original plot of the book adapted for the screen version. D.D. Brezhneva defines the genre specifics of a film review as a combination of features of journalistic and artistic styles, and formulates the traditional structure of a professional film review as follows: title, introduction, main text (plot summary, analysis of acting and characters, etc.) and conclusion (film evaluation) [Brezhneva, 2013: 7]. Most researchers agree that the structure of an amateur film review is in many respects similar to a professional one, but it is more variable and less often performs an advertising function [Brezhneva, 2013; Galiulina, 2021; Garanina 2013; Gerasimenko, 2016]. In addition, the development of technology and publication of film reviews online are turning modern online reviews into hypertext and polymodal text - with many hyperlinks, illustrations, film screenshots, video clips and the ability to receive asynchronous feedback from readers in the form of comments [Akhrenova, 2018].

Analyzing the emotive and evaluative features of amateur film reviews: results of the study

As it was mentioned before, the material for this study is the texts of amateur film reviews from the portals "IMDb" and "Кинопоиск" on film adaptations of popular literary works. 15 English and 15 Russian film reviews published in 2012-2022 were analyzed (those include: reviews of the film adaptation of J. Rowling's book series about Harry Potter; Marvel comics - a series of films about “the Avengers”; L.J. Alcott's novel "Little Women" and etc.).

In the analyzed texts of film reviews, the following lexical and stylistic ways of expressing emotions and evaluation were identified, with the help of which the function of influencing the audience is successfully implemented:

1) names of emotions and feelings: “I was *thrilled*”; “It makes you *feel jealous*”; “*Love* is all we need, after all” – by far the most straightforward way of expressing one’s attitude to any aspect of the reviewed film (46 examples);

2) emotive-evaluative vocabulary, words-intensifiers: “a classic you’d be *delighted* to rewatch”; “she looks *extremely cute* here”; “they are all *superbly rendered*”; “*well-played and best-directed*” (37 examples);

3) motivating phrases, appealing to the reader using Imperative Mood (creating an illusion of a dialogue): “*Don’t* waste your time watching this film, *go and read* the book instead” (24 examples);

4) exclamatory sentences: *“What a pleasant surprise!”* (21 example);

5) 1st and 2nd person pronouns: “Like many of *you*, *I’m* a bit iffy on films that…”; “…which means his casting worked, *for me* at least”; “*you* do the math”; “*we* could disagree that…”. These pronouns help the writer to express a personal point of view or create the semblance of collective identity, often referring to similarities in the way the audience may perceive certain ideas or peculiarities of a film (based on age, gender, profession, nationality, etc.). Using personal pronouns inclusively marks the writer’s wish to include the reader into the evaluation of the film, which also increases the suggestive potential of the text (17 examples);

6) syntactic stylistic means (enumerations, repetitions, gradations, polysyndetons, asyndetons, rhetorical questions, etc.): “funny <u>and vivacious and</u> moving” (polysyndeton); “There’s <u>bullying, sibling rivalry, salvation through music</u> and comics” (asyndeton); “the

film sets out to make you cry — not just sniffle or choke up a little, but sob until your nose runs and your face turns blotchy" (gradation); "Where did the money go?" (rhetorical question) – 46 examples that can be viewed as evaluative or emotive elements;

7) lexical stylistic means:

- epithets - "*spectacular, thrilling, nerve-wrecking*"; "…an *ebullient, nervous* Laurie"; "*outrageous* button-pushing"; "*particularly jaw-dropping and near-flawless*" (78 examples);
- similes and comparisons – "this film is *like an expertly built machine for the mass production of tears*"; "who, *like Michael Corleone*, wants to turn his family's gang into a legitimate business" (17 examples);
- metaphors – "I tried *to keep my Chalamet allergy in abeyance*"; "an *avalanche of emotions*"; "Little Women *is an absolute gem*"; "Laura Dern *is a balm*" (16 examples);
- personifications – "Scenes *fall over themselves with chatter*" (7 examples);
- hyperbole – "*I have never seen anything quite like* "Eleanor & Park"; "a spectacle *of eye-popping proportions*" (6 examples);
- irony (verbal or situational) - "*The world is the obstacle, as it always is when you're 16 and truly in love" (5 examples);*
- allusions - "films that appear to co-opt *a post-MeToo manifesto* for a period tale"; "the vibe is *Holly Golightly groovy wild child*" (4 examples);
- zeugma - "Chris Cooper *swaddled in beard and tough love*" (1 example).

8) graphical stylistic means: italics, bolding, underlining, hyphenated words, etc.: "THANK GOD THEY DIDN'T"; "*The world is not a wish-granting factory*"; "It succeeds." (13 examples);

9) vocabulary simplification, slang, jargon, occasionalisms: "it's been adapted for *telly*"; "elderly relative, *small tot, total hipster* – all would enjoy"; "*burning through his cash and getting bratty* and unattractive"; "*washes down some pills with minibar booze*" (12 examples);

10) phraseological units: "as expected, he *keeps a stiff upper lip*"; "he's *such a mother's pet* here" (7 examples);

11) borrowings: “It includes scenes of magic someone must have found intense and threatening and *a soupçon* of strong language”; “Quidditch is a *virtuoso* sequence” (4 examples).

The findings demonstrate that the categories of evaluativity and emotivity in the analyzed review texts are interconnected and often difficult to distinguish between. The author’s evaluation and personal emotions are mostly conveyed with the help of lexical, syntactical and graphical stylistic devices, as well as by grammatical means (modal verbs, Imperative Mood, using 1st and 2nd person pronouns to address the reader, etc.).

Conclusions

Based on the results of the study, it was revealed that the genre of an amateur film review is characterized by typological diversity and polymodality, as well as by the use of a wide range of linguo-stylistic means of conveying evaluation and emotiveness. The most frequent emotive-evaluative elements in the analyzed texts of film reviews are emotive words proper, words-intensifiers, words denoting emotions directly, followed by various lexical stylistic means (mostly epithets, similes/ comparisons and metaphors). An ample use of substandard vocabulary, slang and jargon is also a distinctive feature of amateur online film reviews, which is a significant factor in influencing a young audience. The findings of the research expand the theory of mass information discourse and may be applied in the teaching of lexicology, stylistics, discourse and text studies in higher education institutions.

Литература

1. Ахренова Н. А. Функционально-стилистические доминанты языка интернета //Ученые записки национального общества прикладной лингвистики, 2018. - №. 3. - С. 93-113.
2. Брежнева Д. Д. Жанрово-стилистические и когнитивные особенности кинорецензии как вида массово-информационного дискурса (на материале современной британской прессы): автореф. на соиск. ученой степ. канд. филол. наук: 10.02.04 – германские языки. М., 2013. - 27 с.
3. Булгакова Ю. С. О некоторых особенностях выражения отрицательных эмоций средствами фразеологии / Ю. С. Булгакова // Актуальные проблемы теории и практики межкультурной коммуникации / Московский государственный областной

университет, Институт лингвистики и межкультурной коммуникации, Факультет романо-германских языков, Кафедра английской филологии; отв. ред. Э. А. Сорокина. Москва: Московский государственный областной университет, 2010. - С. 16-20.

4. Галиуллина О. Р. Прагмалингвистические и стилистические особенности англоязычной сетевой кинорецензии // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. №1. [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pragmalingvisticheskie-i-stilisticheskie-osobennosti-angloyazychnoy-setevoy-kinoretsenzii (дата обращения: 06.08.2022).
5. Гаранина Э.Ю. Оценочность в жанре кинорецензии // Вестник КемГУ. - 2013. №2. - С. 28-33.
6. Герасименко И.Е. Эмотивность как лингвистическая категория / И.Е. Герасименко, О.М. Тютрина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 13.2 (117.2). С. 23-25. [Электронный ресурс] URL: https://moluch.ru/archive/117/32368/ (дата обращения: 06.08.2022).
7. Кононова И.В., Клепикова Т.А., Кленова Е.А. Способы выражения позиции автора в англоязычной сетевой кинорецензии //Дискурс. – 2021. – Т. 7. – №. 6. – С. 132-145.
8. Сорокина Ю.С. Психотерапевтическая лексика в современном разговорном языке (на материале публикаций англоязычных и русскоязычных социальных сетей) / Ю. С. Сорокина // Актуальные вопросы современной лингвистики: Материалы IX Региональной научно-практической конференции (с международным участием), Москва, 24 сентября 2021 года / Редколлегия: М.Н. Левченко (отв. ред.), О.О. Сорокина (отв. сек.). – Москва: Московский государственный областной университет, 2022. С. 128-131.
9. Степанова Н.Ю. Экспрессивный потенциал стилистических приемов, реализующих языковую избыточность, в художественном тексте //Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2017. – №. 2. – С. 69-74.
10. Стопа А.В. Жанровые особенности рецензии и интернет-отзыва: сравнительно-сопоставительный анализ // Ratio et Natura. Серия: Языкознание, 2020. № 2(2). [Электронный ресурс] URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46450584_86853158.pdf (дата обращения: 06.12.2022).

11. Яхина А.М. и др. Категория оценочности: дистинктивный и дефиниционный аспекты //Редакционная коллегия. – 2017. – С. 216-217.
12. Bulgakova Yu.S. The language of leadership: analyzing public speeches of Presidents (literature review) / Yu. S. Bulgakova, V. P. Shabanova, A. A. Eliseeva // Leadership for the Future Sustainable Development of Business and Education: 2017 Prague Institute for Qualification Enhancement (PRIZK) and International Research Centre (IRC) “Scientific Cooperation” International Conference, Prague, 12–15 сентября 2017 года / Prague Institute for Qualification Enhancement. Prague: Springer-Verlag GmbH, 2018. P. 69-77.

References

1. Akhrenova, N.A. *Funktsional'no-stilisticheskie dominanty yazyka interneta* [Functional and stylistic dominants of the language of the Internet] //*Uchenye zapiski natsional'nogo obshchestva prikladnoy lingvistiki,* [Scientific proceedings of the National Society for Applied linguistics] 2018. №. 3. – pp. 93-113 (in Russian).
2. Brezhneva, D. D. *Zhanrovo-stilisticheskie i kognitivnye osobennosti kinoretsenzii kak vida massovo-informatsionnogo diskursa (na materiale sovremennoy britanskoy pressy)* [Genre-stylistic and cognitive features of a film review as a type of mass information discourse]: avtoref. na soisk. uchenoy step. kand. filol. nauk: 10.02.04 – Germanic languages. M., 2013. 27 p. (in Russian).
3. Bulgakova Yu. S. *O nekotorykh osobennostyakh vyrazheniya otritsatel'nykh emotsiy sredstvami frazeologii* [On some peculiarities of expressing negative emotions by means of phraseology], Moscow: *Moskovskiy gosudarstvennyy oblastnoy universitet* [Moscow region state university], 2010. pp. 16-20. (in Russian).
4. Galiullina O.R. *Pragmalingvisticheskie i stilisticheskie osobennosti angloyazychnoy setevoy kinoretsenzii* [Pragmalinguistic and stylistic features of an English online review] // *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya.* [Bulletin of Samara University. History, Pedagogy, Philology] 2021. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pragmalingvisticheskie-i-stilisticheskie-osobennosti-angloyazychnoy-setevoy-kinoretsenzii (date of reference: 06.08.2022) (in Russian).
5. Garanina E.Yu. Otsenochnost' v zhanre kinoretsenzii [Evaluativity in the genre of film review] // *Vestnik KemGU* [Bulletin of Kemerovo State University] - 2013. №2. pp. 28-33. (in Russian).

6. Gerasimenko I.E. *Emotivnost' kak lingvisticheskaya kategoriya* [Emotivity as a kinguistic category] / I.E. Gerasimenko, O.M. Tyutrina. // *Molodoy uchenyy*. [Young Scientist], 2016. № 13.2 (117.2). pp. 23-25. URL: https://moluch.ru/archive/117/32368/ (date of reference: 06.08.2022) (in Russian).
7. Kononova I.V., Klepikova T.A., Klenova E.A. *Sposoby vyrazheniya pozitsii avtora v angloyazychnoy setevoy kinoretsenzii* [Expressing the author's position in the English-language network film review]. Discourse, 2021. Vol. 7. №. 6. pp. 132-145. DOI: 10.32603/ 2412-8562-2021-7-6-132-142 (in Russian).
8. Sorokina Yu.S. *Psikhoterapevticheskaya leksika v sovremennom razgovornom yazyke (na materiale publikatsiy angloyazychnykh i russkoyazychnykh sotsial'nykh setey*) [Psychotherapeutic lexis in modern spokern language (based on English and Russian social media publications)] // *Aktual'nye voprosy sovremennoy lingvistiki : Materialy IX Regional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsii (s mezhdunarodnym uchastiem)* [Current issues of modern linguistics: Proceedings of the IX Regional Scientific Conference (with international participation)], Moscow: *Moskovskiy gosudarstvennyy oblastnoy universitet* [Moscow region state university], 2022. pp. 128-131. (in Russian).
9. Stepanova N.Yu. *Ekspressivnyy potentsial stilisticheskikh priemov, realizuyushchikh yazykovuyu izbytochnost', v khudozhestvennom tekste* [Expressive potential of linguistic redundancy at the syntactic-stylistic level of a literary text] // *Uchenye zapiski natsional'nogo obshchestva prikladnoy lingvistiki*. [Scientific proceedings of the National Society for Applied linguistics], 2017. №. 2. pp. 69-74. (in Russian).
10. Stopa A.V. *Zhanrovye osobennosti retsenzii i internet-otzyva: sravnitel'no-sopostavitel'nyy analiz* [Genre features of internet reviews: a comparative analysis] // Ratio et Natura. Seriya: Yazykoznanie, 2020. № 2(2). URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46450584_86853158.pdf (date of reference: 06.12.2022). (in Russian).
11. Yakhina A.M. et al. *Kategoriya otsenochnosti: distinktivnyy i definitsionnyy aspekty* [The category of evaluativity: distinctive and definitive aspects] //Redaktsionnaya kollegiya, 2017. pp. 216-217. (in Russian).
12. Bulgakova Yu.S. The language of leadership: analyzing public speeches of Presidents (literature review) / Yu. S. Bulgakova, V. P. Shabanova, A. A. Eliseeva // Leadership for the Future Sustainable Development of

Business and Education / Prague Institute for Qualification Enhancement. Prague: Springer-Verlag GmbH, 2018. P. 69-77. (in English).

КОГНИТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 81-139

Вишнякова Ольга Дмитриевна
Olga Vishnyakova
Липгарт Андрей Александрович
Andrey Lipgart
Мартюшова Наталья Олеговна
Natalia Martyushova

Memory studies: преимущества и перспективы филологического подхода

Memory studies: philological approach advantages and perspectives

Аннотация. *Проблемы изучения человеческой памяти, представленные научной областью Memory studies, являются актуальными для многих наук и имеют междисциплинарный характер. Проблематика данной научной области является значимой с точки зрения лингвистических и собственно филологических исследований. Хранение и передача информации культурного характера являются важнейшими свойствами знаков естественного человеческого языка. Репрезентация образов прошлого и настоящего, а также перспектива конструирования будущего осуществляется посредством языка, выступающего как первичная и всеобъемлющая семиотическая система, на уровне соответствующих текстов. Среди многообразия различных дискурсов особое место принадлежит литературно-художественному пространству, которое является уникальной средой хранения фрагментов реальности, присутствующих в человеческой памяти, как коллективной, так и индивидуальной. Филологический анализ художественного текста позволяет обнаружить и изучить специфику актуализации языковых значений, их соотнесенность с действительностью определенного хронологического периода, а также особенности стилистического использования языковых средств в целях создания особого эстетического эффекта, в соответствии с канонами своего времени. Уникальные характеристики эпохи выявляются путем проникновения в социально-исторический и глобальный филологический вертикальный контекст литературно-художественного произведения, путем изучения интертекстуальных явлений, отражающих связь времен и специфические характеристики реализации языкового знака в диахроническом аспекте. Мир художественной литературы выступает как бесконечный инференционный процесс и особая среда хранения индивидуальной и коллективной памяти человека. Филологический подход к изучению явлений памяти как хранилища человеческого опыта в широком смысле может рассматриваться в качестве неотъемлемой части исследовательского процесса в области Memory studies, вносящей вклад в развитие ее методологических оснований.*

Abstract*. Problems represented by the Memory studies scientific field are relevant for a number of sciences and possess interdisciplinary character. The scope of interest of the scientific area in question is also significant in terms of linguistic and philological research proper.*

Storage and transmission of cultural information are the most important properties of linguistic sign. Representation of images of the past and present is carried out through language, considered to be a primary semiotic system, at the level of corresponding texts. Among discourse varieties literary art occupies a special place due to its unique ability to preserve fragments of reality that exist in human memory, both collective and individual. Philological analysis of literary texts enables one to investigate peculiarities of linguistic meaning actualization and the process of its correlation with the reality at a certain chronological period, as well as peculiarities of linguistic means stylistic use in order to create certain aesthetic effect in accordance with contemporary canons. Unique characteristics of the epoch are concerned with penetrating into the socio-historical and global philological vertical context of works of literary art as well as analyzing intertextual phenomena that reflect the connection of times and the specifics of a linguistic sign realization as referred to its diachronic aspect. The world of fiction being represented as an endless inferential process can be regarded as a kind of storage medium for closely interacting individual and collective memory issues. The philological approach to the study of memory phenomena as a repository of human experience can be considered as an integral part of the research process in the field of Memory studies and contributes to the development of its methodological foundations.

Ключевые слова: *филологический анализ, вертикальный контекст, интертекстуальность, языковой знак, Memory studies*

Keywords: *philological analysis, vertical context, intertextuality, linguistic sign, Memory studies*

Введение

Исследования памяти (Memory studies) как гуманитарного направления в большинстве случаев рассматриваются в терминах междисциплинарного подхода и, по мнению ученых, все еще характеризуются недостаточной эмпирической базой и недостаточно четко структурированным методологическим аппаратом [Kansteiner, 2002**;** Roediger, Wertsch, 2008]. Данная ситуация, по-видимому, обусловлена тем фактом, что объединение всей совокупности методик и инструментария, относящегося к различным сферам междисциплинарности, не представляется возможным в том виде, в каком это осуществимо в каждой конкретной области знания в отдельности. В гуманитарных науках принято считать, что основными направлениями исследовательского процесса в сфере изучения памяти являются социально-исторический, феноменологический, функциональный, информационный, процессо-релятивистский подходы, подход, основанный на постулатах постструктуралистской концепции [Нечаева, 2020; Рикёр, 2004; Keightley, 2010; Keightley, Pickering, 2013]. Несмотря на тот факт, что целым рядом исследователей внесен определенный вклад в изучение процессов хранения культурной информации на уровне

ее фиксации в человеческой памяти и последующего воспроизведения на уровне текстов [Лотман, 2000; Grabes, 2005; Rigney, Erll, 2006], следует подчеркнуть, что основная проблематика в Memory studies в течение последних лет подлежала рассмотрению в терминах других гуманитарных наук и в весьма незначительной степени подвергалась анализу с лингвистических и собственно филологических позиций. Вместе с тем, учитывая функциональные возможности языкового знака и языка в целом по хранению и передаче культурной информации в социуме, представляется актуальным осуществление научного исследования с учетом перспектив и возможностей лингвистического и более широко - филологического анализа. Язык, наряду с другими носителями коллективной памяти, является наиболее важным конструктом и репрезентантом образов прошлого и настоящего, включая перспективу конструирования будущего, в плане хранения и воспроизведения как коллективно, так и индивидуально значимой информации.

Язык как хранитель культурного опыта

Слово, анализируемое с точки зрения формирования и воплощения культурного опыта языкового коллектива, может отражать специфику и пути сохранения памяти социума, осуществлять ее содержательное согласование с современным состоянием человеческого общества и выявлять степень возможной интерпретируемости, в зависимости от условий актуализации языкового значения в том или другом «месте хранения» культурной памяти. В этом плане особую роль играют как лингвистические, так и экстралингвистические факторы, способствующие процессу смыслового становления знака. Рассмотрение памяти в терминах культуры и коммуникации, обусловливающее возможности представленного на вербальном уровне активного смыслообразования как в синхронии, так и в диахронии, позволяет выявить специфику использования моделей памяти [Barnier, Sutton, 2008] в различных социальных и исторических контекстах. Интерпретация и корректировка в области освоения продуктов памяти в значительной мере зависит от способности коммуникантов использовать естественный человеческий язык в различных сферах его применения. Понимание культуры как непосредственного хранилища опыта

прошлого, коллективного интеллекта и коллективной памяти отражает динамику процессов изучения памяти и затрагивает такие категории, как воспоминание, забвение, селективный выбор, интерпретация, способность одних воспоминаний коррелировать с другими. Тематика Memory studies, особенно на начальных этапах становления, в значительной степени связана с эмоционально выраженными культурно-историческими сюжетами, имеющими политическую окраску (например, мировая война, геноцид и др.). Медиа-пространство представляет собой наиболее тщательно разработанный пласт с точки зрения исследований памяти как результата интерпретационных процессов [Kitch, 2008; Zelizer, 2008; Вишнякова, Мартюшова, 2022], где важнейшая роль принадлежит особенностям использования языкового потенциала для решения различных коммуникативных задач [Тер-Минасова, 2013].

Нарратив как базовая категория Memory studies

В большинстве случаев авторы исследований памяти обращаются к более нейтральным темам, рассматривая специфику и прикладные аспекты анализа в сфере изучения объектов с точки зрения осмысления их использования как репрезентантов опыта прошлого, его нарративов в целях формирования оценки настоящего и конструирования будущего. Продуктивной в этой связи представляется идея о первичности нарративов по отношению к остальным носителям коллективной памяти как ее хранителям и, соответственно, первичном характере репрезентирующей данные нарративы системе естественного языка. В качестве еще одной актуальной проблемы выступает вопрос о соотношении коллективно признанных и индивидуальных нарративов. Коллективно признанные нарративы выступают как основа формирования коллективной (memory collected) и «над-индивидуальной» коллективной (memory collective) памяти [Halbwachs, 1980 (1950); Kansteiner, 2002; Olick and Robbins, 1998]. Индивидуальные нарративы различного характера требуют определенной социальной переработки в целях своего признания [Vansina, 2006].

Отметим также, что употребление термина «нарратив», получившего распространение в аналитическом поле Memory studies, включающем изучение последовательностей и

взаимосвязей различных событий, охватывает исключительно широкую область исследуемого материала. Причем, по нашему мнению, с точки зрения филолога-аналитика «нарративное пространство» Memory studies может подразумевать широкий охват всей совокупности речевых произведений различных стилей и жанров, направленных на реализацию как эксплицитно, так и имплицитно представленной повествовательной информации, что, например, может получить свое логическое продолжение на уровне собственно дискурсивных исследований. Жанровая проблематика заслуживает особого внимания с точки зрения анализа памяти в терминах литературоведческого процесса, включающего такие аспекты исследования, как жанры памяти (memory genres), автобиографические мемуары (genre memories), литературные жанры как носители памяти (the memory of literary genres) [Erll, Nünning, 2005]. М.М. Бахтин отмечал специфику существования жанра как автономной динамической категории, соотносимой как с прошлым, так и с настоящим [Бахтин, 2002 (1929): 61]. Рассмотрение механизмов памяти, мест и способов ее хранения (в том числе как источника информации, освоенной в целях фиксации старого знания и порождения на его основе знания нового), алгоритмов и методов анализа и конструирования нарративов в соответствии с определенными литературными канонами и социально-культурными параметрами осуществляется современными исследователями на материале различных дискурсов, что позволяет говорить о расширении рамок исследования в области Memory studies и углублении анализа в области лингвокреативных преобразований, развития литературно-художественной образности, с учетом широкого спектра различных языковых и экстралингвистических факторов.

«Дух времени» в художественной литературе: отражение и стимул

Литературно-художественный мир выступает в качестве особой среды для сохранения как коллективной, так и индивидуальной памяти, и целенаправленного манипулирования ее ресурсами. Дискурс художественной литературы обусловливает динамику существования памяти как бесконечного инференционного процесса, подчиненного

реализации замысла автора и его трансляции. В то же время именно художественный дискурс может быть рассмотрен как одно из наиболее надежных мест хранения культурной памяти социума, консервирующих «дух времени»: неповторимые особенности эпохи находят свое выражение в специфике сосуществования языковых знаков в данном отрезке литературно-художественного континуума, обладающем уникальными свойствами. Важнейшей проблемой в этом плане является вопрос о взаимодействии концептуальных систем адресанта и адресата (автора и читателя/слушателя), с учетом особенностей формирования и способов выражения взглядов автора, а также с точки зрения значимых для филологического анализа социально-исторического и глобального филологического вертикального контекста [Ахманова, Гюббенет, 1977]. Как известно, понятие вертикального контекста, предложенное в 70-х годах прошлого столетия О.С. Ахмановой и ее последователями, в целом может быть определено как объективно заложенная в данном литературном произведении (или литературном направлении) информация историко-филологического характера, понимание которой требует владения определенными фоновыми знаниями. Специалисты подчеркивают важность данных категорий для изучения эстетического воздействия, оказываемого литературно-художественным произведением, а также отмечают факт неразрывного единства информации историко-филологического характера и системы построения литературно-художественной образности на основе соответствующего стилистического использования языковых средств. Особое место в процессе исследования занимают источники происхождения элементов вертикального контекста англоязычного литературно-художественного пространства и подвергаемые анализу его репрезентанты - литературные аллюзии, цитаты, реалии и т.д. с точки зрения специфики их употребления в художественном тексте [Гюббенет, 1991: 6-7]. В этом плане следует выделить проблематику, связанную с развитием способности восприятия элементов вертикального контекста (vertical context awareness) и умения определять его филологическую и социально-историческую специфику (vertical context competence),

распознавать определенный «голос эпохи», что позволяет осуществить переход к понятию глобального вертикального контекста, играющего важную роль в процессе установления связи времен [Там же: 38-39, 79].

Тщательный филологический анализ художественного произведения в терминах единства реализации вертикального контекста и тесно связанных с ним особенностей создания атмосферы художественной образности для достижения особого стилистического эффекта позволяет подойти к наиболее сложному аспекту Memory studies, где реконструкции и дальнейшему осмыслению подвергаются не только факты информативного характера, но и реализуемый в словесной ткани художественного текста экспрессивно-эмоционально-оценочный фон той эпохи, к которой может быть отнесено то или другое литературное творение. В то же время в данном случае не следует забывать и об индивидуальном стиле автора, индивидуальной манере апеллировать к элементам вертикального контекста и способам их включения в словесно-художественную ткань литературного произведения, что еще раз подтверждает правомерность тезиса о дифференцированном подходе к индивидуальной и коллективной памяти, где могут наблюдаться как гармония, так и противоречия в восприятии и толковании одних и тех же событий и явлений, немаловажная роль в процессе репрезентации которых, безусловно, принадлежит соответствующему репертуару языковых средств.

По мнению исследователей, адекватная интерпретация словесно-художественного творчества обусловлена знанием контекста эпохи, в которую жил и творил автор данного литературного произведения. Так, в процессе интерпретации текстов и воссоздания биографии Шекспира, вызывающей и по сей день огромное количество вопросов и версий, важная роль принадлежит рассмотрению тех социально-исторических особенностей, характеризующих шекспировскую эпоху, которые легли в основу творчества великого мастера и послужили объективным стимулом для создания его бессмертных произведений. Смена власти, религиозное противостояние, жестокие казни, сопровождавшие исторические события любой степени значимости, непреходящая конфликтная ситуация, в

которой существовало население Англии того периода, независимо от социального уровня его представителей, периферийный характер эстетических и интеллектуальных поисков на фоне бесконечного решения проблем собственного выживания и другие знаковые характеристики шекспировской эпохи в общей совокупности могут квалифицироваться как те внешние условия, которые способствовали появлению произведений Шекспира [Липгарт, 2017, 2018]. Все они в разной степени могут рассматриваться как хранители своего времени, по-разному отражающие его черты, иногда сквозь призму других эпох, одновременно сохраняя свои неповторимые особенности в языке, в тональности повествования, в конструировании образов, в зеркальном отражении происходящего на уровне виртуального мира и реального эмоционально-оценочного посыла.

Интертекст как «место хранения» памяти. Вертикальный контекст и интертекст

В самом литературно-историческом процессе находит отражение динамический характер памяти [Лотман, 2000: 614-622; 673-675]. Память как основа и хранилище интертекстуальности может рассматриваться на различных уровнях репрезентации, включая алгоритмы создания словесных текстов, реализацию стилистических приемов, стратегии и способы построения образа, механизмы вербального воплощения концептуальных структур и культурных сценариев [Вишнякова, 2002], обладающих свойством инвариантности. Интертекст, будучи элементом мирового художественного пространства, может быть представлен на различных уровнях репрезентации в разных семиотических системах, важнейшей из которых является естественный человеческий язык. Литературно-художественное творчество как источник интертекстуальности, воплощающей в себе память литературы, характеризуется множеством приемов и способов актуализации предшествующих текстов и творческих алгоритмов, позволяющих проследить влияние самых разнообразных традиций, относящихся к области таких понятий, как «искусство памяти», «места памяти», «театр памяти», схемы конструирования мира [Йейтс, 1997; Переходцева, 2012; Erll, Nünning, 2005; Lachmann, 2008].

Может быть приведено множество примеров реализации интертекстуальных включений, иллюстрирующих связь прошлого и настоящего, а также их экстраполяцию на построение будущего. В данном случае важно подчеркнуть факт сохранения контекста эпохи создания художественного текста, что может проявляться даже в незначительных и имплицитно представленных деталях как в идейном и содержательном отношениях, так и на уровне языкового выражения. Данный подход, основанный на изучении специфики реализации языковых значений на основе диалектики синхронии и диахронии, позволяет осуществить расшифровку заложенных в тексте смыслов и обнаружить их источник, маркированный «духом времени». Так, в поэме Т.С. Элиота “The Waste Land” («Бесплодная земля»), одной из важнейших концептуальных линий которой является философское осмысление взаимосвязи времен, представление вечной трихотомии «прошедшее – настоящее – будущее» на разных уровнях репрезентации, интертекстуальности принадлежит особая роль: перед читателем предстает мощный пласт мировой и английской литературы, на котором основываются значимые отправные точки и эпизоды поэмы, в ряде случаев подкрепляемые идентичностью ситуаций, действий и способов речевого выражения, реализуемых в виде единичных цитат, аллюзий и более протяженных текстов, как, например, в случае отсылки к маркируемой близким по смыслу вопросительным предложением ситуации в пьесе Дж. Уэбстера или к реализации словосочетания the sylvan scene в описании рая у Дж. Мильтона. Особая роль в поэме принадлежит реминисценциям, связанным с творчеством Шекспира [Вишнякова, 2003: 28-29].

Таблица 1. Примеры интертекстуальных включений в поэме Т.С. Элиота «Бесплодная земля» (английская литература)

1	“What is the wind doing?” (T.S. Eliot. The Waste Land)	“Is the wind in that door still?” (John Webster. The Devil’s Law Case)
2	Huge sea-wood fed with copper Burned green and orange, framed by the coloured stone, In which sad light a carved dolphin swam.	So on he fares, and to the border comes Of Eden, where delicious Paradise, Now nearer, crowns with the enclosure green,

	Above the antique mantel was displayed As though a window gave upon the sylvan scene The change of Philomel, by the barbarous king So rudely forced… (T.S. Eliot. The Waste Land)	As with the rural mound, the champaign head Of a steep wilderness, whose hairy sides With thicket overgrown, grotesque and wild, Access denied; and overhead upgrew Insuperable height of loftiest shade, Cedar, and pine, and fir, and branching palm, A sylvan scene, and, as the ranks ascend Shade above shade, a woody theatre Of stateliest view. Yet higher than their tops The verdurous wall of Paradise upsprung, Which to our general sire gave prospect large Into his neither empire neighbouring round. (John Milton. Paradise Lost)
3	Here, said she, Is your card, the drowned Phoenician Sailor, (Those are pearls that were his eyes. Look!) …… Fear death by water. (T.S. Eliot. The Waste Land)	Full fathom five thy father lies, Of his bones are coral made: Those are pearls that were his eyes, Nothing of him that doth fade, But doth suffer a sea-change Into something rich and strange: Sea-nymphs hourly ring his knell. (W. Shakespeare. The Tempest**)**
4	The Chair she sat in, like a burnished throne, Glowed on the marble, where the glass Held up by standards wrought with fruited vines From which a golden Cupidon peeped out (Another hid his eyes behind his wing) Doubled the frames of sevenbranched candelabra Reflecting light upon the table as The glitter of her jewels rose to meet it,	The barge she sat in, like a burnish'd Throne Burnt on the water: the poop was beaten gold, Purple the sails: and so perfumed that The winds were love-sick. With them the oars were silver, Which to the tune of flutes kept stroke, and made The water which they beat, to follow faster; As amorous of their strokes. For her own person, It beggar'd all description, she did lie In her pavilion, cloth of gold, of tissue,

	From satin cases poured in rich profusion. (T.S. Eliot. The Waste Land)	O'er-picturing that Venus, where we see The fancy out-work Nature. On each side her, Stood pretty dimpled boys, like smiling Cupids, With divers colour'd fans whose wind did seem, To glow the delicate cheeks which they did cool, And what they undid did. (W. Shakespeare. The Tragedy of Antony and Cleopatra)
5	Goodnight Bill. Goodnight Lou. Goodnight May. Goonight. Ta ta. Goonight. Goonight. Good night, ladies, goodnight, sweet ladies, good night. (T.S. Eliot. The Waste Land)	I hope all will be well. We must be patient: but I cannot choose but weep, to think they should lay him i' the cold ground. My brother shall know of it: and so I thank you for your good counsel. – Come, my coach! – Good-night, ladies; good-night, sweet ladies; good-night, good-night. (W. Shakespeare. Hamlet, Prince of Denmark.)

Явление интертекстуальности с точки зрения изучения процессов понимания очевидно соотносимо с понятием вертикального контекста, основанного на владении информацией историко-филологического и эстетического характера, позволяющей адекватно интерпретировать литературно-художественное произведение в плане заложенных в нем смыслов. В терминах памяти литературы интертекстуальность может рассматриваться как динамический стимул литературного развития, с учетом появления новых способов языкового выражения, определяющих поступательный характер отражения «духа времени» в художественном тексте.

Заключение

Таким образом, филологический подход к анализу языковых и внеязыковых фактов как важных элементов, определяющих сущность процессов хранения информации в человеческой памяти, является неотъемлемой частью Memory studies как новой научной области, обогащая и конкретизируя ее методологию и процедуры исследования. Язык как всеобъемлющая семиотическая система, будучи средством

хранения и передачи информации, обладает вместе с тем огромным потенциалом по ее созданию, интерпретации и дальнейшему манипулированию. Указанные свойства находят отражение в различных дискурсивных практиках и разновидностях, служащих материалом для анализа в сфере гуманитарных наук, рассматривающих фиксируемые на уровне человеческой памяти участки реальности в качестве объекта изучения. Литературно-художественное творчество может быть представлено как особая среда хранения человеческой памяти, включающая, наряду с другими, эмоциональные и эстетические характеристики определенного хронологического периода. В данном случае филология, объединяющая в себе собственно языковедческие и литературоведческие аспекты исследования, предстает как научная основа для понимания роли языка в процессе фиксации и аккумулирования информации в коллективной и индивидуальной памяти человека.

Литература

1. Ахманова О.С., Гюббенет И.В. «Вертикальный контекст» как филологическая проблема // Вопросы языкознания. 1977. № 3. С. 47–54.
2. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Augsburg: Im Werden Verlag, 2002. 167 с.
3. Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство /на материале современного английского языка. М.: МАКС Пресс, 2002. 380 с.
4. Вишнякова О.Д. Функциональные особенности языкового знака в языке и речи (на материале современного английского языка): автореф. дис. … д-ра филол. наук. М., 2003. 49 с.
5. Вишнякова О.Д., Мартюшова Н.О. Коллективная память о прошедших событиях в лингвистическом освещении: опыт анализа речей членов королевской семьи Великобритании // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2022. Т. 8. № 3. С. 3-19. https://doi.org/10.18413/2313-8912-2022-8-3-0-1
6. Гюббенет И.В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста. М.: Изд-во Московского ун-та, 1991. 205 стр.
7. Йейтс Ф. [Yates F.] Искусство памяти / пер. с англ. Е.В.Малышкина. СПб.: Университетская книга, 1997. 479 с.

8. Липгарт А.А. Исторический контекст жизни и творчества Уильяма Шекспира. Часть 1 // Stephanos. 2017. Т. 2. № 6 (26). С. 130-140. https://doi.org/ 10.24249/2309-9917-2017-26-6-130-140
9. Липгарт А.А. Исторический контекст жизни и творчества Уильяма Шекспира (часть вторая). Правление королевы Елизаветы I // Stephanos. 2018. № 2. С. 9-30. https://doi.org/10.24249/2309-9917-2018-28-2-9-30
10. Лотман Ю.М. Семиосфера. Спб.: «Искусство-СПб», 2000. 704 с.
11. Нечаева А.А. Теоретико-методологические подходы к коллективной памяти в мемори стадиз. DISCOURSE. 2020. Т. 3. С. 46-62. https://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-3-46-63
12. Переходцева О.В. Концепции памяти в современном западном литературоведении // Вестник Пермского университета. 2012. Вып. 1 (17). С. 157-164.
13. Рикёр П. Память, история, забвение. М.: Издательство гуманитарной литературы, 2004. 728 с.
14. Тер-Минасова С.Г. Судьбы языков и культур в эпоху глобализации // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. 2013. N 1 (1). С. 124 – 134.
15. Barnier A., Sutton J. From individual to collective memory: Theoretical and empirical perspectives // Memory. 2008. 16 (3). P. 177-182. https://doi.org/10.1080/09541440701828274
16. Eliot T.S. The Waste Land: a facsimile and transcript of the original drafts including the annotations of Ezra Pound. San Diego: Harcourt Brace, 1994. 149 p.
17. Erll A., Nünning A. Where Literature and Memory Meet: Towards a Systematic Approach to the Concepts of Memory used in Literary Studies // Literature, Literary History and Cultural Memory / ed. by Herbert Grabes. Nar: Tübingen, 2005. Vol. 21. P. 261–294.
18. Grabes H. Literature, Literary History and Cultural memory. Gunter Narr Verlag, 2005. 378 p.
19. Halbwachs M. The Collective Memory. N.Y.: Harper & Row Colophon Books, 1980 (1950). 196 c.
20. Kansteiner W. Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies // History and Memory. 41. 2002. P. 149-276. https://doi.org/10.1111/0018-2656.00198
21. Keightley E. Remembering research: memory and methodology in the social sciences // International journal of social research methodology. 2010. 13 (1). P. 55-70. https://doi.org/10.1080/13645570802605440
22. Keightley E., Pickering M. (eds). Research methods for memory studies. Edinburgh University Press: UK, 2013. 264 p.

23. Kitch C. Placing journalism inside memory—and memory studies // Memory Studies. 2008. 1(3). P. 311-320. https://doi.org/ 10.1177/1750698008093796
24. Lachmann R. Memory and Literature: intertextuality in Russian Modernism. Minneapolis & London: University of Minnesota Press, 1997. 436 p.
25. Milton J. Paradise Lost. Penguin Books, 1996. 313 p.
26. Olick J. K., Robbins J. Social memory studies: From collective memory to the historical sociology of mnemonic practices // Annual Review of Sociology, 1998. P. 105-140. https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.105
27. Rigney A., Erll A. Literature and the Production of Cultural Memory // Special issue of EJES: European Journal of English Studies. 2006. Vol. 10. Iss. 2. P. 111–115. https://doi.org/ 10.1080/13825570600753394
28. Roediger H. L., Wertsch J. V. Creating a new discipline of memory studies // Memory Studies. 2008. 1(1). P. 9-22. https://doi.org/10.1177/1750698007083884
29. Shakespeare W. The Complete Works. / All of Comedies, History Plays, and Tragedies, and all of the Poetry, including the Sonnets. – NY: Gramercy Books, 1975. 1230 p.
30. Vansina J. Oral Tradition. A Study in Historical Methodology. New Brunswick-London. Aldine Transaction. 2006. 226 p.
31. Webster John. The Devil’s Law Case (New Mermaid Anthology). Kindle Edition, 2011. 176 p.
32. Zelizer B. Why memory's work on journalism does not reflect journalism's work on memory // Memory Studies. 2008. 1 (1). P. 79-87. https://doi.org/ 10.1177/1750698007083891

References

1. Akhmanova O.S., Gyubbenet I.V. «Vertikal'nyy konteksT» kak filologicheskaya problema // Voprosy yazykoznaniya. 1977. № 3. С. 47–54.
2. Bakhtin M.M. Problemy poetiki Dostoyevskogo. M.: Augsburg: Im Werden Verlag, 2002. 167 с.
3. Vishnyakova O.D. Yazyk i kontseptual'noye prostranstvo /na materiale sovremennogo angliyskogo yazyka. M.: MAKS Press, 2002. 380 s.
4. Vishnyakova O.D. Funktsional'n·yye osobennosti yazykovogo znaka v yazyke i rechi (na materiale sovremennogo angliyskogo yazyka): avtoref. dis. … d-ra filol. nauk. M., 2003. 49 s.
5. Vishnyakova O.D., Martyushova N.O. Kollektivnaya pamyat' o proshedshikh sobytiyakh v lingvisticheskom osveshchenii: opyt analiza

rechey chlenov korolevskoy sem'i Velikobritanii // Nauchnyy rezul'tat. Voprosy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiki. 2022. T. 8. № 3. S. 3-19. https://doi.org/10.18413/2313-8912-2022-8-3-0-1

6. Gyubbenet I.V. Osnovy filologicheskoy interpretatsii literaturno-khudozhestvennogo teksta. M.: Izd-vo Moskovskogo un-ta, 1991. 205 str.
7. Yyeyts F. [Yates F.] Iskusstvo pamyati / per. s angl. YE.V. Malyshkina. SPb.: Universitetskaya kniga, 1997. 479 c.
8. Lipgart A.A. Istoricheskiy kontekst zhizni i tvorchestva Uil'yama Shekspira. Chast' 1 // Stephanos. 2017. T. 2. № 6 (26). S. 130-140. https://doi.org/ 10.24249/2309-9917-2017-26-6-130-140
9. Lipgart A.A. Istoricheskiy kontekst zhizni i tvorchestva Uil'yama Shekspira (chast' vtoraya). Pravleniye korolevy Yelizavety I // Stephanos. 2018. № 2. S. 9-30. https://doi.org/10.24249/2309-9917-2018-28-2-9-30
10. Lotman Yu.M. Semiosfera. Spb.: «Iskusstvo-SPB», 2000. 704 s.
11. Nechayeva A.A. Teoretiko-metodologicheskiye podkhody k kollektivnoy pamyati v memori stadiz. DISCOURSE. 2020. T. 3. C. 46-62. https://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-3-46-63
12. Perekhodtseva O.V. Kontseptsii pamyati v sovremennom zapadnom literaturovedenii // Vestnik Permskogo universiteta. 2012. Vyp. 1 (17). S. 157-164.
13. Rikër P. Pamyat', istoriya, zabveniye. M.: Izdatel'stvo gumanitarnoy literatury, 2004. 728 s.
14. Ter-Minasova S.G. Sud'by yazykov i kul'tur v epokhu globalizatsii // Uchen·yye zapiski Natsional'nogo obshchestva prikladnoĭ lingvistiki. 2013. N 1 (1). S. 124 – 134.
15. Barnier A., Sutton J. From individual to collective memory: Theoretical and empirical perspectives // Memory. 2008. 16 (3). R. 177-182. https://doi.org/10.1080/09541440701828274
16. Eliot T.S. The Waste Land: a facsimile and transcript of the original drafts including the annotations of Ezra Pound. San Diego: Harcourt Brace, 1994. 149 p.
17. Erll A., Nünning A. Where Literature and Memory Meet: Towards a Systematic Approach to the Concepts of Memory used in Literary Studies // Literature, Literary History and Cultural Memory / ed. by Herbert Grabes. Nar: Tübingen, 2005. Vol. 21. P. 261–294.
18. Grabes H. Literature, Literary History and Cultural memory. Gunter Narr Verlag, 2005. 378 p.

19. Halbwachs M. The Collective Memory. N.Y.: Harper & Row Colophon Books, 1980 (1950). 196 s.
20. Kansteiner W. Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies // History and Memory. 41. 2002. R. 149-276. https://doi.org/10.1111/0018-2656.00198
21. Keightley E. Remembering research: memory and methodology in the social sciences // International journal of social research methodology. 2010. 13 (1). P. 55-70. https://doi.org/10.1080/13645570802605440
22. Keightley E., Pickering M. (eds). Research methods for memory studies. Edinburgh University Press: UK, 2013. 264 r.
23. Kitch C. Placing journalism inside memory—and memory studies // Memory Studies. 2008. 1(3). P. 311-320. https://doi.org/ 10.1177/1750698008093796
24. Lachmann R. Memory and Literature: intertextuality in Russian Modernism. Minneapolis & London: University of Minnesota Press, 1997. 436 p.
25. Milton J. Paradise Lost. Penguin Books, 1996. 313 p.
26. Olick J. K., Robbins J. Social memory studies: From collective memory to the historical sociology of mnemonic practices // Annual Review of Sociology, 1998. P. 105-140. https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.105
27. Rigney A., Erll A. Literature and the Production of Cultural Memory // Special issue of EJES: European Journal of English Studies. 2006. Vol. 10. Iss. 2. P. 111–115. https://doi.org/ 10.1080/13825570600753394
28. Roediger H. L., Wertsch J. V. Creating a new discipline of memory studies // Memory Studies. 2008. 1(1). P. 9-22. https://doi.org/10.1177/1750698007083884
29. Shakespeare W. The Complete Works. / All of Comedies, History Plays, and Tragedies, and all of the Poetry, including the Sonnets. – NY: Gramercy Books, 1975. 1230 p.
30. Vansina J. Oral Tradition. A Study in Historical Methodology. New Brunswick-London. Aldine Transaction. 2006. 226 r.
31. Webster John. The Devil’s Law Case (New Mermaid Anthology). Kindle Edition, 2011. 176 p.
32. Zelizer B. Why memory's work on journalism does not reflect journalism's work on memory // Memory Studies. 2008. 1 (1). R. 79-87. https://doi.org/ 10.1177/1750698007083891

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА

УДК 81-119

Гаврилова Юлия Викторовна
Julia Gavrilova

Лексико-грамматический анализ текста в Кардиффской грамматике

Lexical and grammar analysis of texts in Cardiff grammar

Аннотация. *Статья посвящена исследованию вопросов анализа текста в рамках идей Кардиффской грамматики. Актуальность исследования связана с тем, что данное течение в современном языкознании является актуальным продолжением системно-функционального направления, разработанного во второй половине XX века британцем Майклом Халлидеем, последователем основателя Лондонской школы языкознания Джона Фёрса. Как понятно из названия, данное грамматическое течение возникло благодаря усилиям ученых из Кардиффского университета и связано прежде всего с именем Робина Фосетта. Новизна работы базируется на том обстоятельстве, что автор не только характеризует основные особенности нового направления, изложенных в трудах самого Фосетта, но также обращает внимание на публикации, написанные как совместно Фосеттом с другими лингвистами, так и уже его учениками. Материалом послужили публикации Фосетта и его учеников. Методы включают сопоставительный и описательно-исторический. Целью работы выступает выявление основных новых характеристик метода по сравнению с Сиднейской моделью, как сейчас именуют теорию Халлидея. Результаты представлены в ряде таблиц. Выводы свидетельствуют о практической направленности Кардиффского направления, что вполне в русле традиционного подхода к лингвистическим идеям у британцев. Кроме того, Кардиффский подход, с одной стороны, интерпретирует исходную модель Халлидея, с другой стороны, расширяет и дополняет её. В Кардиффской грамматике используется лексико-грамматический подход к анализу текста. Параллельно с идеей Халлидея о потенциале значения в Кардиффской модели используется потенциал формы. Происходит дальнейшая разработка понятия значения, предложенного ещё Ферсом в середине XX века.*

Abstract. *The article deals with analyzing the problems of text analysis in Cardiff grammar. The relevance of the research is due to the fact that the approach is a modern version of systemic-functional linguistics, developed by Michael Halliday, a forerunner of the founder of London school of linguistics John Firth. As it is clear from the name the grammar approach appeared due to effort of the scholars from Cardiff university and is linked to the name of Robin Fawcett. The novelty of the paper is based upon the fact that the author not only characterizes the key features of the grammar described in Fawcett's publications, but also draws attention to the papers written by Fawcett together with other scholars and also his students. The material for the research is constituted by works written by Fawcett himself and his students. The methods are descriptive and comparative-historical ones. The aim of the article is revealing basic new characteristics of the method in comparison with Sydney model as now the original Halliday's theory is now called. The results are given in tables. The conclusions signify the practical application of Cardiff approach which follows the tradition of British linguists. Moreover, on the one hand, Cardiff method interprets the basic model by Halliday and, on the other hand, it*

develops and extends it. In Cardiff grammar lexical and grammar approaches to text analysis are employed. Along with Halliday's idea about meaning potential in Cardiff grammar form potential is used. Finally, the concept of meaning introduced by Firth in the middle of the 20th century is further developed.

Ключевые слова: *грамматика, дискурс, анализ текста, значение, контекст*
Key words: *grammar, discourse, text analysis, meaning, context*

Введение

Как известно, в XX веке элементы предложения подверглись еще более детальному по сравнению с прошлыми периодами развития языкознания анализу и описанию, а также шёл процесс лексикализации грамматики. Структура предложения в XX веке исследовалась с применением компонентного, дистрибутивного и трансформационного видов анализа. Было подробно исследовано само понятие *структура* (clause) лингвистами английской системной и дескриптивно-функциональной грамматик.

Отечественный лингвист В.А. Гуреев в диссертации отмечает, что «в первой половине XX века традиционная грамматика из строго нормативной постепенно становится дескриптивно-нормативной. <...> «Смягчение» ее позиций связано с появлением работ более высокого научного уровня, отражающих результаты теоретических исследований в области английской грамматики, с тем влиянием, которое они оказали на развитие английской грамматической традиции. Эти работы иногда объединяют под общим названием «классической научной грамматики» <…> она ориентирована на описание грамматической системы языка в целом и даёт характеристику его синхронного состояния» [Гуреев, 2001: 202].

В нашей статье речь пойдет о дальнейшей разработке идей системно-функционального лингвистического направления, представленного в настоящее время «Кардиффской грамматикой». В этой связи следует назвать имя профессора Школы английского языка, коммуникации и философии (School of English, Communication and Philosophy) Кардиффского университета (University of Cardiff) Робина Фосетта (Robin Fawcett, 1937 года рождения), так как именно он является автором рассматриваемого нами в настоящей статье современного и активно развивающегося направления.

Постановка проблемы

Кардиффская грамматика – не что иное, как более современная версия системно-функционального направления Майкла Халлидея, ныне часто называемого Сиднейской грамматикой. Каким образом оформилось данное направление, и кто его автор? Рассмотрим основные работы учёного и назовём имена его последователей.

Робин Фосетт является частым гостем различных научных конференций за рубежом и имеет опыт преподавания в более, чем 21 стране мира, среди которых, например, Аргентина, Австралия, Бельгия, Австрия, Канада, Китай, Финляндия, Франция, Германия, Индия, Голландия, Венгрия, Италия, Япония, Новая Зеландия, Португалия, Нигерия, Сингапур, США.

Еще в 1974 году он основал проводимое ежегодно научное мероприятие под названием Международный системно-функциональный конгресс (International Systemic Functional Congress) и был председателем организационного комитета конгресса в период с 1975 по 1988 годы.

Основным предметом научных интересов Фосетта является разработка новой версии системно-функциональной грамматики для XXI века, часто называемой «Кардиффской грамматикой» (Cardiff Grammar) по названию университета, с котором связана карьера Фосетта. Согласно данным сайта Кардиффского университета, эта разновидность системной грамматики представляет собой «основной компонент эксплицитной, когнитивно-интерактивной модели коммуницирующего сознания (a major component of an explicit cognitive-interactive model of a communicating mind)» [электронный ресурс]. В статье мы рассмотрим те новые идеи и методы лингвистического описания, которые появились и весьма успешно применяются на практике для анализа текста. Идеи Фосетта поддержали и другие исследователи-лингвисты, далеко за пределами Кардиффа.

Целью нашего исследования стало уточнение основных особенностей анализа текста в рамках модели, разработанной в Кардиффском университете. Будет также проведено сопоставление идей Кардиффской модели и Сиднейской грамматики, как сейчас называют системно-функциональную теорию Майкла Халлидея.

Материал и методы исследования

Итак, Кардиффская модель обеспечивает выявление основных различий между порождением и пониманием текстов, основывается на корпусных данных, включает в себя вероятные черты в системе выбора между различными значениями в зависимости от контекста, включает компоненты анализа более высокого порядка, которые предопределяют большую часть тех выборов, с которыми сталкивается человек в процессе создания сложного и полифункционального языкового текста.

Предполагается, что результаты этой работы вносят существенный вклад в общее, описательное языкознание и компьютерную лингвистику. Результаты представляют собой 2 основных типа: первый тип – это интегрированная компьютерная модель порождения синтаксиса, лексики, интонации и пунктуации английского языка с мультифункциональной семантикой, а второй тип - это дополнительные модели высших компонентов системы порождения естественного языка и служат введением в лексико-грамматику. Результаты второго типа исследований дают возможность публикации наиболее полного описания английского языка, которое уже применимо к детальному анализу любого английского текста с точки зрения формы и значения. Системно-функциональная грамматика, а особенно Кардиффская грамматика, уже позволяет более полно описывать английский язык по сравнению с другими научными подходами. Когда речь идёт о сформулированных постулатах подхода на письме, то здесь отметим, что его взгляды нашли отражение в целом ряде научных работ.

Материалом нашего исследования поэтому послужили опубликованные научные произведения Фосетта и его последователей. **Методы** исследования включают эмпирический, сопоставительный и сравнительно-исторический.

Так, среди публикаций Фосетта следует назвать, например, такие: «Приглашение в системно-функциональную лингвистику через Кардиффскую грамматику» (Invitation to Systemic Functional Linguistics Through the Cardiff Grammar) [Fawcett, 2008], «Демонстрация Генезиса: большого семантически-основанного системно-функционального генератора» (Demonstration of GENESYS: a very large semantically based

systemic functional generator) [Fawcett, 1990], «Теория синтаксиса в системно-функциональной лингвистике» (A Theory of Syntax for Systemic Functional Linguistics) [Fawcett, 2000].

Наиболее поздняя из трех названных работ посвящена рассмотрению основных концепций системной лингвистики, актуальных в XXI веке и, опираясь на новейшие исследования, концентрируется на структуре предложения в английском языке, демонстрируя мультифункциональную природу языка и показывая, каким образом структуры являются результатом выбора между значениями. Книга является неким «расширением» (extension) теоретических позиций Халлидея, так как вводит новые важные элементы и одновременно предлагает некое «упрощение» (simplification) оригинальной теории, так как показывает, каким образом множество значений, содержащихся в предложении, могут быть выражены одной структурой.

Книга Фосетта «Теория синтаксиса в системно-функциональной лингвистике» [Fawcett, 2000] описывает и анализирует альтернативные подходы, существующие внутри системно-функционального подхода, а также предлагает критический взгляд на оригинальную «Сиднейскую» теорию.

Применение Кардиффской модели на практике. Последователи Фосетта

Как мы помним, лингвистические исследования британских учёных ещё начиная с периода 60-х годов XX века отличались строго практической направленностью. Они не создавали теорий только лишь ради формулировки фундаментальных положений. Напротив, британцы всегда испытывали насущную необходимость изучать конкретные языки, множество языков, причём языков самых разнообразных групп. Такая возможность у них сложилась, как мы знаем, исторически, благодаря достаточно длительному периоду существования Британской империи, а значит, и доступу ко множеству языков.

Поэтому если говорить о применении Кардиффской системы на практике и возможности проведения грамматических исследований непосредственно на её базе, то следует назвать статью Фосетта 2011 года «Семантическая система категории наклонения в английском языке» (A Semantic System Network for

Mood in English) [электронный ресурс]. В ней автор называет основным способом применения системы возможность анализа центрального аспекта значений текстов. С этой точки зрения анализ устных текстов представляется наиболее ценным, так как именно в речи используются различные аспекты наклонения, а поскольку устный дискурс наиболее активно применяется в пьесах, фильмах и языке художественной литературы, то категории наклонения предоставляют ценное описательное средство для анализа литературной стилистики. Вторым типом текстового анализа, где можно применить систему категории наклонения, является анализ диалогов в средствах массовой информации.

Основным же отличием в рассмотрении категории значения в Кардиффской и Сиднейской моделях можно считать то обстоятельство, что, согласно Кардиффской модели, анализ категории наклонения проводится с опорой на значение, а в Сиднейской модели работа ведётся на уровне формы.

Как мы уже говорили выше, идеи Фосетта были поддержаны лингвистами и поэтому перейдём к краткому обзору работ соратников и последователей учёного.

Рассмотрению категории переходности (transitivity) в функциональной грамматике посвящена недавно опубликованная статья преподавателя университета Суонси (University of Swansea) Линн Виктории Бартли (Leanne Victoria Bartley) под названием «Тестирование категории переходности: обзор Сиднейской и Кардиффской моделей» (Putting transitivity to the test: a review of the Sydney and Cardiff models) [Bartley, 2018].

В исследовании Бартли проводится сопоставление применения категории переходности в двух грамматиках. Переходность (transitivity) в системно-функциональной грамматической модели рассматривается с двух позиций, каждая из которых предлагает альтернативное объяснение того, как мы используем язык для выражения нашего внутреннего и внешнего опыта.

Бартли приводит семантические роли по Сиднейской и Кардиффской моделям. Они представлены в таблицах ниже.

Semantic roles in the Sydney Transitivity Model (Halliday and Matthiessen)

Material	Mental	Relational	Verbal	Behavioural	Existential
Actor Goal Beneficiary: Recipient Beneficiary: Client Scope Initiator	Senser Phenomenon	Carrier Attribute Attributor Identifier Identified Assigner	Sayer Receiver Verbiage Target	Behaver Behaviour	Existent

Semantic roles in the Cardiff Grammar Transitivity Model (Fawcett, Neale)

Action	Mental	Relational	Influential	Environ mental	Event-relating
Agent Affected Carrier Created Range Manner	(Affected) Emoter Agent (Agent or Affected) Cognizant (Agent or Affected) Perceiver Phenomenon	(Agent or Affected Carrier) Attribute Location (Affected) Source (Affected) Path (Affected) Destination Possessed Matchee	Agent Affected Phenomenon Created-Phenomenon	Attribute	Carrier Phenomenon Created-Phenomenon

Хотя Кардиффская грамматика, будучи по сути версией структурно-функционального направления, в общем и целом, основана на принципах оригинальной концепции Халлидея, она представляет собой обновлённую её версию, так как учитывает новейшие достижения лингвистической науки. Кроме того, она носит прикладной характер.

Фосетт разрабатывал положения своей теории в начале XXI века уже не в одиночку, а совместно со своей ученицей, лингвистом Эми Неале (Amy Neale), которая защитила диссертацию по компьютерной лингвистике на тему “More delicate transitivity: extending the process type system networks for English to include full semantic classifications" в 2002 году под его руководством. Однако эта грамматическая модель все же пока является менее известной, чем оригинальная концепция Халлидея. В настоящее время Эми Неале занимает пост руководителя отдела по бизнес-развитию, инновациям и предпринимательству в колледже Королевы Марии Лондонского

университета (Queen Mary College, University of London) [электронный ресурс].

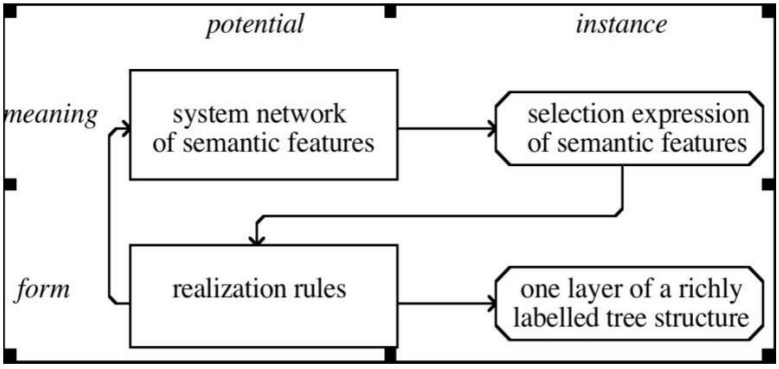
Сравнение Кардиффской и Сиднейской моделей

Сиднейская и Кардиффская грамматики сходны в том, что любое высказывание всегда сочетает в себе три основных компонента: процесс (глагольная группа, verbal group), участник высказывания (номинальная группа, nominal group) и обстоятельство (наречие или предложная группа, an adverbial or prepositional phrase). Например, все компоненты будет содержать в себе фраза *He got up again*.

Обстоятельственные элементы опциональны, а участник и процесс обязательны в составе предложений. При этом Сиднейская и Кардиффские грамматики расходятся в трактовках элементов обстоятельства и участника. Так, зачастую то, что Сиднейская модель рассматривает как обстоятельство, Кардиффская модель может рассматривать как участника. Например, предложение *They had behaved well* либо содержит элемент участник (participant) по Кардиффской модели, либо обстоятельство (circumstance) по Сиднейской.

Оригинальная модель Халлидея у Фосетта предложена в виде следующей схемы.

Рисунок 1. Оригинальная модель Халлидея



В Кардиффской грамматике используется лексико-грамматический подход к анализу текста. Параллельно с идеей Халлидея о потенциале значения (meaning potential) в

Кардиффской модели используется потенциал формы (form potential). Этот потенциал содержит компонент реализации (realization component) и перечень правил реализации (set of realization rules), необходимых для определения того, как реализуются значения в системе высказываний.

Значения же в Кардиффской грамматике реализуются в устном дискурсе посредством модели: единицы высказывания + синтаксис + интонация (items + syntax + intonation), а в письменном дискурсе – единицы высказывания + синтаксис + пунктуация (items + syntax + punctuation). Единицы высказывания определяются в устном дискурсе посредством сегментной фонологии, а в письменном дискурсе при помощи орфографии.

Гипотаксис (hypotaxis) в грамматике Халлидея рассматривается как «встраивание» (embedding) у Фосетта, т.е. как единица, заполняющая элементы другой единицы. Например, косвенная речь – это просто элемент, встраиваемый в предложение. Кардиффская грамматика выделяет гораздо больше видов вспомогательных глаголов, с чем связано решение одновременно многих задач синтаксиса.

В честь многочисленных заслуг Фосетта по разработке системно-функциональной грамматики и языкознания, и в связи с его 80-м юбилеем в Кардиффском университете 12-13 января 2017 года состоялся Кардиффский симпозиум (Cardiff Symposium 2017) под названием «Влияния и возможности. В честь профессора Робина Фосетта» (Influences and Opportunities. In Honour of Professor Robin Fawcett).

Выводы

Как показало проведённое нами исследование, Кардиффский подход, с одной стороны, интерпретирует исходную модель Халлидея, с другой стороны, расширяет и дополняет её.

В Кардиффской грамматике используется лексико-грамматический подход к анализу текста. Параллельно с идеей Халлидея о потенциале значения (meaning potential) в Кардиффской модели используется потенциал формы (form potential). Происходит дальнейшая разработка понятия значения, предложенного ещё Ферсом в середине XX века.

Этот потенциал содержит компонент реализации (realization component) и перечень правил реализации (set of realization rules), необходимых для определения того, как реализуются значения в системе высказываний.

Кардиффский подход носит чисто практический характер.

Литература

1. Гуреев В.А. Учение о частях речи в английской грамматической традиции. … дис. докт. филол. наук. М., 2001. 412 с.
2. Bartley L.V. Putting transitivity to the test: a review of the Sydney and Cardiff models // Functional Linguistics, vol.5: 4, 2018. [электронный ресурс]. URL: https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/s40554-018-0056-x.pdf
3. Professor Robin Fawcett, overview. [Электронный ресурс]. URL: https://www.cardiff.ac.uk/people/view/135187-fawcett-robin
4. Fawcett R.P. Invitation to Systemic Functional Linguistics Through the Cardiff Grammar. 3rd Edition. – Engels: Equinox Publishing Ltd., 2008. 192 p.
5. Fawcett R.P. Demonstration of GENESYS: a very large semantically based systemic functional generator. // Coling 90. Proceedings of the 13th Conference on Computational Linguistics, vol.1, August 1990. Pp. 47-49.
6. Fawcett R.P. A Theory of Syntax for Systemic Functional Linguistics. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2000. 360 p.
7. Fawcett R.P. A Semantic System Network for Mood in English [электронный ресурс]. URL:https://www.academia.edu/34732546/A_semantic_system_network_for_MOOD_in_English_and_some_complementary_system_networks
8. Neale A. Process Types and Participant Roles in the English Clause. – London: Equinox, 2020. 224 p.

References

1. Gureev V.A. Uchenie o chastyah rechi v anglijskoj grammaticheskoj tradicii. … dis. dokt. filol. nauk. M., 2001. 412 s.
2. Bartley L.V. Putting transitivity to the test: a review of the Sydney and Cardiff models // Functional Linguistics, vol.5: 4, 2018. [электронный ресурс]. URL: https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/s40554-018-0056-x.pdf
3. Professor Robin Fawcett, overview. [Электронный ресурс]. URL: https://www.cardiff.ac.uk/people/view/135187-fawcett-robin

4. Fawcett R.P. Invitation to Systemic Functional Linguistics Through the Cardiff Grammar. 3rd Edition. – Engels: Equinox Publishing Ltd., 2008. 192 p.
5. Fawcett R.P. Demonstration of GENESYS: a very large semantically based systemic functional generator. // Coling 90. Proceedings of the 13th Conference on Computational Linguistics, vol.1, August 1990. Pp. 47-49.
6. Fawcett R.P. A Theory of Syntax for Systemic Functional Linguistics. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2000. 360 p.
7. Fawcett R.P. A Semantic System Network for Mood in English [электронный ресурс]. URL:https://www.academia.edu/34732546/A_semantic_system_network_for_MOOD_in_English_and_some_complementary_system_networks
8. Neale A. Process Types and Participant Roles in the English Clause. – London: Equinox, 2020. 224 p.

СПИСОК АВТОРОВ

Веретенников Антон Сергеевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и лингвистики, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский университет "МЭИ"

E-mail: veretenni@gmail.com

Гаврилова Юлия Викторовна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой рекламы, связей с общественностью и лингвистики, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский университет "МЭИ"

E-mail: march1378@yandex.ru, GavrilovaYV@mpei.ru

Евграфова Юлия Александровна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и лингвистики, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

E-mail: yu.evgrafova@mail.ru

Казакова Ирина Владимировна – старший преподаватель кафедры Рекламы, связей с общественностью и лингвистики, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

E-mail: KazakovaIV@mpei.ru

Косиченко Елена Федоровна – профессор кафедры Рекламы, связей с общественностью и лингвистики, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

E-mail: KosichenkoYF@mpei.ru

Курилов Сергей Николаевич – доцент кафедры Рекламы, связей с общественностью и лингвистики, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «МЭИ»
E-mail: KurilovSN@mpei.ru

Миньяр-Белоручева Алла Петровна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков, Исторический факультет, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»
E-mail: ostvera@mail.ru

Мурашова Екатерина Павловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области политических наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный лингвистический университет»; доцент кафедры иностранных языков, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «МЭИ»
E-mail: catrin-skr-77@mail.ru

Нефедова Любовь Аркадьевна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой немецкого языка, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический государственный университет».
E-mail: la.nefedova@mpgu.su

Сергиенко Полина Игоревна – кандидат филологических наук, преподаватель кафедры английского языка для гуманитарных факультетов, Факультет иностранных языков и регионоведения, Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»
E-mail: poserg@bk.ru

Скуратов Игорь Владимирович – доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой романской филологии, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет просвещения»
E-mail: iv.skuratov@mgou.ru

Панкратова Александра Владимировна – кандидат философских наук, доцент по кафедре дизайна, заведующий кафедрой дизайна, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «МЭИ»
E-mail: sashaoscar@mail.ru

Полякова Наталия Владимировна - кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романской филологии, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет просвещения»
E-mail: nv.polyakova@mgou.ru

Романов Алексей Аркадьевич – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики, заслуженный деятель науки Российской Федерации, почетный работник высшего профессионального образования РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет»
E-mail: romanov_tgsha@mail.ru

Романова Лариса Алексеевна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры дошкольной педагогики и психологии, Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет»
E-mail: romanov_tgsha@mail.ru

Сорокина Юлия Сергеевна – доцент кафедры английской филологии, заместитель декана факультета романо-германских языков ФГБОУ ВО МГОПУ (Московский государственный областной педагогический университет), аспирант кафедры германской филологии факультета романо-германских языков, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет просвещения»
E-mail: ius.sorokina@mgou.ru

Уважаемые коллеги!

Национальное общество прикладной лингвистики (НОПриЛ) сообщает о начале приема статей для следующего номера научно-исследовательского журнала «Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики (НОПриЛ)».

В журнале публикуются статьи, рецензии и библиографические обзоры, информация о конференциях, семинарах и круглых столах по следующей тематике:

1. Теория и практика преподавания языков на всех уровнях
2. Устный и письменный перевод
3. Лексикография
4. Терминоведение и терминография
5. Социолингвистика
6. Психолингвистика
7. Язык средств массовой информации
8. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация
9. Стилистика и анализ дискурса
10. Информационно-коммуникационные технологии в прикладной лингвистике
11. Языковая ситуация в различных регионах мира.

О журнале

Научный журнал «Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики (НОПриЛ)» освещает результаты исследований в разных областях гуманитарного знания, связанных с изучением языка в его прикладных аспектах и на широком фоне культурной, социальной, политической жизни народов, на нем говорящих, т.е. «мира изучаемого языка», без знания которого невозможно ни международное, ни межкультурное общение.

Издание зарегистрировано в **Международном центре ISSN,** входит в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Печатная версия журнала зарегистрирована в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзоре), Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-52630 от 25 января 2013 года.

Каждый из выпусков журнала направляется в Российскую книжную палату, которая осуществляет рассылку журнала

«Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики (НОПриЛ)» в Российскую государственную библиотеку и другие ведущие библиотеки, образовательные и научные учреждения Российской Федерации.

Качество публикуемых статей контролируется редколлегией, в состав которой входят ведущие ученые, возглавляющие научные секции Национального общества прикладной лингвистики. Редакционная коллегия оставляет за собой право отклонить заявку на публикацию по результатам отзывов рецензентов.

Авторы несут ответственность за точность и достоверность содержащихся в их материалах сведений научного и энциклопедического характера.

Поступившие в редакцию материалы возврату не подлежат.

По всем вопросам, касающимся публикации статей в журнале «Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики», просьба обращаться на электронный адрес редакционной коллегии журнала limw.editor@gmail.

Требования к оформлению статьи

По всем вопросам, касающимся публикации статей в журнале «**Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики**», просьба обращаться на электронный адрес редакционной коллегии журнала limw.editor@gmail.com.

Все статьи, поступающие в редакцию, должны быть оформлены строго в соответствии с требованиями. Статьи, оформление которых не соответствует предъявляемым требованиям, рассматриваться не будут.

Статья должна быть оформлена в соответствии с изложенными ниже требованиями и содержать указанные ниже пункты:

1. **УДК** Просьба указать развернутый шифр УДК статьи.
2. **Объем статьи**

Средний рекомендуемый объем статьи — 0,5 п.л. (что соответствует 12 страницам текста в 1,5 интервала при шрифте 14 Times New Roman), но допустима и меньшая, и большая длина с учетом информативности текста. Редакционный совет оставляет за

собой право делать сокращения в статье (по согласованию с автором) или рекомендовать автору расширить статью.

3. Название статьи

Название статьи отражает предмет и тему статьи, основную цель (вопрос), поставленную автором для раскрытия темы.

4. Аннотация

Статья сопровождается аннотацией (примерно 200-250 слов) на русском и английском языках. Аннотация должна быть **структурирована:** давать представление об исследовании, актуальности, новизне, цели, материалах и методах, результатах, выводах.

Англоязычная версия аннотации представляет собой резюме статьи (Aim, Matherials and Methods, Results, Conclusions), и также включает 200-250 слов.

5. Список ключевых слов

Необходимо указать ключевые слова - 5-6, способствующих индексированию статьи в поисковых системах. Ключевые слова должны попарно соответствовать на русском и английском языке.

6. Содержание статьи

Статья должна быть структурирована (Введение, постановка проблемы, Основная часть, Заключение)

Введение – постановка рассматриваемого вопроса, актуальность, краткий обзор научной литературы по теме, четкая постановка цели работы.

Основная часть статьи должна быть разбита на пронумерованные разделы, имеющие содержательные названия. Возможны подразделы. Она должна содержать описание материала и методов исследования, описание проведенного анализа и полученные результаты.

Заключение – основные выводы исследования.

7. Оформление ссылок в тексте

Ссылки на источники в тексте с указанием фамилии автора, года издания и цитируемой страницы заключаются в квадратные скобки [Иванов 1990: 25; Петров 2001; см. также: Сидоров 2002; 2003 и др.].

8. Литература/ References

Список использованной литературы дается в алфавитном порядке, начиная с русскоязычных работ. В списке литературы ссылки на русскоязычные источники оформляются в соответствии с

ГОСТ Р. 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». В нем обязательно указывается год и место издания, издательство и общее количество страниц источника (для статей, напр.: С. 23-35; для монографий, напр.: — 256 с.)

Если источник имеет DOI, он указывается в конце ссылки

Ссылки на интернет-источники размещаются с полным указанием электронного адреса [Игнатенко URL: http://www.ec-dejavu.net/f/Fraud_Islam.html]. Автор несет ответственность за точность приводимых в его статье цитат и правильность оформления ссылок на источники.

ИСТОЧНИКИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ необходимо транслитерировать, используя для автоматической транслитерации программу BGN (Board of Geographic Names) на сайте http://www.translit.ru.

Прилагается также перевод списка литературы на английский язык. При этом название всей книги (монографии, диссертации, сборника статей, журнала) приводится также по-русски латинским шрифтом.

Образец:

Romanova, N.N., Filippov, A.V. *Stilistika i Stili* [Stylistics and Style]. M.: FLINTA, 2006. – 405 pp. (in Russian).

Liu Juan. Symbolism of Colour in Russian and Chinese Culture // *Inostrannyie yazyki v vysshei shkole* [Foreign Languages in Higher Education]. Ryazan: RSU named for S.A. Esenin, № 1(20) 2012, pp.94-98 (in Russian).

9. Сведения об авторах

Предоставляются следующие сведения:

- фамилия, имя, отчество автора (полностью, буква «ё» не должна заменяться на «е»);
- учёная степень, звание, должность и место работы (с точным названием кафедры и вуза);
- информация о месте учебы аспиранта либо соискательства автора (кафедра, вуз);
- адрес с почтовым индексом, все возможные средства связи, удобные для быстрого согласования правки (e–mail).

Научно-исследовательский журнал

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Национальное общество прикладной лингвистики

Коллектив авторов

Подписано в печать 06.03.23. Формат 60x90/16
Заказ № 29. Тираж 1000 экз.
Типография Академии акварели и изящных искусств
art-tipografia.ru
117133, Москва, ул. Академика Варги, 15
Тел.: (495) 531-55-55
academy.andriaka.ru