



НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**ВОПРОСЫ  
ЖУРНАЛИСТИКИ,  
ПЕДАГОГИКИ,  
ЯЗЫКОЗНАНИЯ**

---

**ISSUES  
IN JOURNALISM,  
EDUCATION,  
LINGUISTICS**

16+

Том 40, № 4

# ВОПРОСЫ ЖУРНАЛИСТИКИ, ПЕДАГОГИКИ, ЯЗЫКОЗНАНИЯ

2021. Том 40, № 4

До 2020 г. журнал издавался под названием «Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки».

Основан в 1995 г. Журнал включен в Перечень ВАК рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук (10.01.00 – литературоведение, 10.02.00 – языкознание, 13.00.00 – педагогические науки). Журнал зарегистрирован в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ).

**Учредитель:** Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

**Издатель:** НИУ «БелГУ», Издательский дом «БелГУ». Адрес редакции, издателя: 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85.

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА

### Главный редактор

*Прохорова О.Н.*, доктор филологических наук, профессор, директор института межкультурной коммуникации и международных отношений НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

### Ведущий редактор

*Ерошенкова Е.И.*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики педагогического института НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

### Заместители главного редактора:

*Короченко А.П.*, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Ирхин В.Н.*, доктор педагогических наук, профессор кафедры теории и методики физической культуры педагогического института НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Багана Ж.*, доктор филологических наук, профессор кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации института межкультурной коммуникации и международных

### Ответственный секретарь

*Тарасова С.И.*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики педагогического института НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

### Члены редколлегии:

*Александрова О.В.*, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английского языкознания филологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, (г. Москва, Россия)

*Асташова Н.А.*, профессор, доктор педагогических наук, заведующий кафедрой художественного воспитания Брянского государственного университета им. И.Г. Петровского (г. Брянск, Россия) отношений НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Белозерцев Е.П.*, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры общей и социальной педагогики Воронежского государственного педагогического университета (г. Воронеж, Россия)

*Дускаева Л.Р.*, профессор, доктор филологических наук, заведующий кафедрой медиалингвистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, руководитель комиссии медиалингвистики при Международном комитете славистики (г. Санкт-Петербург, Россия)

*Ермаков С.С.*, доктор педагогических наук, профессор кафедры физического воспитания Харьковской государственной академии дизайна и искусств (г. Харьков, Украина)

*Жиро К.*, доктор философии, профессор Барселонского Автономного университета, директор Департамента средств массовой информации, коммуникации и культуры (г. Барселона, Испания)

*Исаев И.Ф.*, доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики педагогического института НИУ «БелГУ», г. Белгород, Россия)

*Людвиг Х.*, доктор философии, профессор института педагогики Вестфальского университета им. Вильгельма (г. Мюнстер, Германия)

*Нагорный И.А.*, доктор филологических наук, профессор института иностранных языков Цицилинского университета, профессор (г. Чанчунь, Китай)

*Перси У.*, доктор филологии, профессор Университета Бергамо (г. Бергамо, Италия)

*Подымова Л.С.*, профессор, доктор педагогических наук, заведующий кафедрой психологии образования Московского педагогического государственного университета (г. Москва, Россия)

*Полонский А.В.*, профессор, доктор филологических наук, заведующий кафедрой журналистики НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Порхомовский В.Я.*, профессор, доктор филологических наук, главный научный сотрудник Института языкознания РАН, (г. Москва, Россия)

*Пстыга А.*, профессор, доктор филологии, заведующий кафедрой русского языка и переводоведения Гданьского университета (г. Гданьск, Польша)

*Риё Ж.*, доктор филологических наук, профессор кафедры французского языка и литературы Университета София Антиполис, (г. Ницца, Франция)

*Стоянова Е.В.*, профессор, доктор филологии, заведующий кафедрой русского языка Шуменского университета им. Епископа Константина Преславского, (г. Шумен, Болгария)

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-77958 от 19.02.2020.

Выходит 4 раза в год.

Выпускающий редактор Л.П. Котенко. Корректура, компьютерная верстка и оригинал-макет О.Г. Томусяк. Гарнитуры Times New Roman, Arial, Itrast. Уч.-изд. л. 16,3. Дата выхода 30.12.2021. Оригинал-макет подготовлен отделом объединенной редакции научных журналов НИУ «БелГУ». Адрес: 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- 417 **Каминченко Д.И.**  
Интернет-СМИ и социальные медиа: анализ информационных повесток дня
- 431 **Меринов В.Ю.**  
Особенности моделирования социальных отношений в публицистике Д.И. Фонвизина
- 442 **Пстыга А.**  
Мультимодальность медиатекста в новом коммуникативном пространстве (наблюдения и замечания)
- 451 **Семашкина Н.С.**  
Аксиологические трансформации в корпоративных изданиях: проблема дегуманизации медиаконтента

### ПЕДАГОГИКА

- 460 **Ахметов С.И.**  
Моделирование развития личности обучающегося средствами цифровых образовательных ресурсов
- 467 **Куренкова Т.Н., Толканов К.А., Иванюта Д.В., Литвиненко Е.В., Новичков Д.Е.**  
Комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающая формирование цифровой компетентности с учетом персонифицированных траекторий развития
- 476 **Шаруева Е.В.**  
Социальное признание как фактор формирования профессионального имиджа учителя

### ЯЗЫКОЗНАНИЕ

- 486 **Волошина Т.Г., Зуева Е.А., Нерубенко Н.В., Фисунова Н.В.**  
Грамматические средства выражения эмоционально-экспрессивного компонента в текстах англоязычных СМИ
- 497 **Гречухина З.Р.**  
Многозначность как основа синкретизма предлогов
- 510 **Молодкин А.М., Контрерас С. Х. О., Михайлова Е.Н.**  
Языковые трансформации в ходе контактного взаимодействия
- 520 **Мадинян Е.И.**  
Лексико-семантическое поле «движение вперед» в англоязычном деловом дискурсе
- 534 **Позднякова Е.Ю.**  
Экспериментальное исследование дискурсивного поля имени
- 545 **Чумак-Жунь И.И., Ковалева С.В.**  
Лингвопрагматические компоненты текстов народно-поэтического дискурса (на материале текстов народных заговоров)
- 554 **Царева Н.А.**  
Особенности выражения метатекста в лирике Б.Л. Пастернака: аспект номинационно-синтаксического семиозиса

# ISSUES IN JOURNALISM, EDUCATION, LINGUISTICS

## 2021. Volume 40, No. 4

Until 2020, the magazine was published with the name "Belgorod State University Scientific bulletin. Humanities series".

Founded in 1995

The journal is included into the List of Higher Attestation Commission of peer-reviewed scientific publications where the main scientific results of dissertations for obtaining scientific degrees of a candidate and doctor of science should be published (10.01.00 – literary criticism, 10.02.00 – linguistics, 13.00.00 – pedagogical sciences). The journal is introduced in Russian Science Citation Index (ПИНЦ).

**Founder:** Federal state autonomous educational establishment of higher education «Belgorod National Research University».

**Publisher:** Belgorod National Research University «BelSU» Publishing House.

Address of editorial office, publisher: 85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russia.

### EDITORIAL BOARD OF JOURNAL

#### Chief Editor

*Prokhorova, O.N.*, Doctor of Philology, Professor, Director of the Institute of Intercultural Communication and International Relations (Belgorod, Russia)

#### Commissioning editor

*Eroshenkova, E.I.*, Associated Professor of the Department of Pedagogy, Belgorod National Research University (Belgorod, Russia)

#### Deputies of chief editor:

*Prohorova, O.N.*, Director of Institute of Intercultural Communication and International Relations, Doctor of Philological Sciences, Professor, Belgorod National Research University (Belgorod, Russia)

*Korochensky, A.P.*, Doctor of Philological Sciences, Professor, Belgorod National Research University (Belgorod, Russia)

*Irkhin, V.N.*, Professor of Department of Pedagogy, Doctor of Pedagogical Sciences, Belgorod National Research University (Belgorod, Russia)

*Baghana, J.*, Professor of the Department of Romance and Germanic Philology and Intercultural Communication of the Institute of Intercultural Communication and International Relations, Doctor of Philology, Professor of National University "BelSU" (Belgorod, Russia)

#### Executive secretary

*Tarasova, S.I.*, Associated Professor of the Department of Pedagogy, Belgorod National Research University (Belgorod, Russia)

#### Members of Editorial Board:

*Aleksandrova, O.V.*, Head of the Department of English linguistics of the philological faculty of Lomonosov Moscow state University, doctor of philological Sciences, Professor (Moscow, Russia)

*Astashova, N.A.*, Head of the Department of Art Education of the Bryansk State University named after I.G. Petrovsky, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Bryansk, Russia)

*Belozertsev, E.P.*, Honored Scientist of the Russian Federation, Professor of the Department of General and Social Pedagogy, Voronezh State Pedagogical University, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Voronezh, Russia)

*Duskaeva, L.R.*, Professor, doctor of Philology, head of the Department of media linguistics of the Higher school of journalism and mass communications of Saint Petersburg state University (Saint Petersburg, Russia), head of the Commission of media linguistics under the International Committee of Slavistics

*Ermakov, S.S.*, Professor of the Department of Physical Education of Kharkov State Academy of Design and Arts, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Kharkov, Ukraine)

*Giro, X.*, Ph. D., Professor of the Barcelona Autonomous University, Director of the Department of Media, Communication and Culture (Barcelona, Spain)

*Isaev, I.F.*, Head of Department of Pedagogics Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Belgorod National Research University (Belgorod, Russia)

*Ludwig, H.*, professor of The University of Münster, doctor of philosophy (Muenster, Germany)

*Nagorny, I.A.*, professor of the Institute of Foreign Languages of Jilin University, Doctor of Philology, Professor (Changchun, China)

*Persi U.*, Doctor of Philology, Professor University of Bergamo (Bergamo, Italy)

*Podymova, L.S.*, Head of the Department of Psychology of Education, Moscow State Pedagogical University, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Moscow, Russia)

*Polonskiy, A.V.*, Head of the Department of Journalism of Belgorod National Research University, Doctor of Philology, Professor (Belgorod, Russia)

*Porkhomovsky, V.Y.*, Chief Researcher of the Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Philology, Professor (Moscow, Russia)

*Pstyga, A.*, Professor, doctor of Philology, head of the Department of Russian language and translation studies at the University of Gdansk (Gdansk, Poland)

*Rieu, J.*, Professor of the Department of French Language and Literature, University of Sofia Antipolis, Professor, Doctor of Philology (Nice, France)

*Stoyanova, E.V.*, Head of the Department of Russian Language of Shumen University. named after bishop Konstantin Preslavsky, Doctor of Philology, Professor (Shumen, Bulgaria)

The journal is registered in Federal service of control over law compliance in the sphere of mass media and protection of cultural heritage. Certificate of registration of mass media ЭЛ № ФС 77-77958 от 19.02.2020. Publication frequency: 4 /year

Commissioning Editor L.P. Kotenko. Pag Proofreading, computer imposition O.G. Tomusyak. Page layout by P.V. Goleusov. Typefaces Times New Roman, Arial, Impact. Publisher's signature 16,3. Date of publishing 30.12.2021. The layout was pre-pared by the Department of the joint editorial Board of scientific journals of NRU "BelSU". Address: 85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russia

## CONTENTS

### JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

- 417 **Kaminchenko D.I.**  
Online Media and Social Networks: Agenda Analysis
- 431 **Merinov V.Y.**  
Features of Modeling Social Relations in Publicism D.I. Fonvisina
- 442 **Pstyga A.**  
Multimodality of Media Text in New Communication Space (Observations and Comments)
- 451 **Semashkina N.S.**  
Axiological Transformations in Corporate Media: The Issue of Dehumanization of Media Content

### PEDAGOGICS

- 460 **Akhmetov S.I.**  
Modeling the Development of a Student's Personality by Means of Digital Educational Resources
- 467 **Kurenkova T.N., Tolkanov K.A., Ivanyuta D.V., Litvinenko E.V., Novichkov D.E.**  
A Complimentary Model of Support for Teaching Staff and Students of Pedagogical Universities that Ensures the Formation of Digital Competence Taking Into Account Personalized Development Trajectories
- 476 **Sharueva E.V.**  
Social Recognition as a Factor in the Formation of the Professional Image of a Teacher

### LINGUISTICS

- 486 **Voloshina T.G., Zuiyeva E.A., Nerubenko N.V., Fisunova N.V.**  
Grammatical Means of the Emotional-Expressive Component's Representation in the English Media Texts
- 497 **Grechukhina Z.R.**  
Polysemy as the Basis of Syncretism of Prepositions
- 510 **Molodkin A.M., Contreras S.J.O., Mikhailova E.N.**  
Language Transformations During Contact Interaction
- 520 **Madinyan E.I.**  
Lexical-Semantic Field "Moving Forward" in English Business Discourse
- 534 **Pozdnyakova E.U.**  
Experimental Study of the Discursive Field of a Proper Name
- 545 **Chumak-Jun I.I., Kovaleva S.V.**  
Linguopragmatic Components of the Texts of Folk-Poetic Discourse (Based on the Texts of Folk Spells)
- 554 **Tsaryova N.A.**  
Features of Expression of Metatext in Lyrics B.L. Pasternak: Aspect of Nomination-Yntaxic Semiosis



# ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

---

УДК 32.019.52

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-417-430

## Интернет-СМИ и социальные медиа: анализ информационных повесток дня

**Каминченко Д.И.**

Национальный исследовательский Нижегородский  
государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
Россия, 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23  
E-mail: ert1fg2@rambler.ru

**Аннотация.** Функционирующие в публичном поле общественные, политические и медийные акторы формируют свою информационную повестку дня в условиях активного сетевого взаимодействия друг с другом. Несмотря на пласт научных работ по теме информационной повестки дня, анализу отражения в повестках дня различных СМИ значимых для общества тем, представленных в социальных медиа, не уделено достаточного внимания. Цель исследования – выявить тематические пересечения в содержании сетевых медийных повесток дня (в том числе между собой) и повесток социальных медиа. Теоретико-концептуальную основу исследования составляет теория установления информационной повестки дня (agenda-setting theory). В результате выявлено, что содержание новостных повесток дня интернет-издания Lenta.ru и социальных медиа пересекается по теме происшествий. Результаты исследования могут быть использованы как при проведении последующих исследований в этой предметной области, так и представителями СМИ при выстраивании ими новостной политики.

**Ключевые слова:** информационная повестка дня, сетевые СМИ, социальные медиа, сравнительный анализ, новостные заголовки

**Для цитирования:** Каминченко Д.И. 2021. Интернет-СМИ и социальные медиа: анализ информационных повесток дня. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 417–430. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-417-430

---

## Online Media and Social Networks: Agenda Analysis

**Dmitriy I. Kaminchenko**

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod,  
23 Gagarin Avenue, Nizhnij Novgorod 603950, Russian Federation  
E-mail: ert1fg2@rambler.ru

**Abstract.** Public, political and media actors functioning in the public field form their information agenda in conditions of active network interaction with each other. Despite the layer of scientific papers on the topic of the information agenda, not enough attention has been paid to the analysis of the reflection in the agendas of various media of topics significant to society presented in social media. The purpose of the study is to identify thematic intersections in the content of network media agendas (including among themselves) and social media agendas. The theoretical and conceptual basis of the research is the theory of setting an information agenda (agenda-setting theory). As a result, it was revealed that the content of the news agendas of the online edition Lenta.ru and social media intersects on the topic of incidents. The



results of the study can be used both when conducting subsequent research in this subject area, and by media representatives when building their news policy.

**Keywords:** Informational agenda, online-media, social media, comparative analysis, news headlines.

**For citation:** Kaminchenko D.I. 2021. Online Media and Social Networks: Agenda Analysis. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 417–430 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-417-430

## Введение

В условиях цифровизации современного общества, когда информация становится важнейшим компонентом всего общественного и политического функционирования, вопросы, посвященные содержанию, формированию и изменению информационной повестки дня приобретают особую актуальность. Акторы, выполняющие доминирующую роль в ходе процессов содержательно-смыслового наполнения информационной повестки дня, становятся особенно влиятельными в публичном пространстве, реализуя свои интересы с помощью подобного инструмента информационного воздействия. В содержательно-смысловом отношении в информационно-новостную повестку дня интегрируются определенные нарративы и дискурсы, нацеленные на оказание направленного воздействия на общество и политических субъектов. Характер и результаты подобного воздействия могут расходиться с изначальными целевыми установками общественных и политических субъектов, влияющих на новостную повестку дня и кодирующих определенные смыслы в общее содержание текстов новостей и новостных заголовков. Среди факторов, оказывающих непосредственное влияние на подобные эффекты, следует выделить как специфику и морфологию самих новостных сюжетов и сопровождающих их текстов (новостей и их заголовков), так и особенности общественного и политического сознания, от которых зачастую и зависит восприятие информационных импульсов, закладываемых в новостных текстах.

Контроль над формированием информационной повестки дня и транслируемыми в ней когнитивными смыслами исторически был важнейшей задачей общественных и политических акторов, стремящихся к доминированию в публичном пространстве. В условиях современной сетевизации общества, вызванной стремительным распространением интернет-технологий, произошло значительное увеличение числа медийных субъектов, занимающихся созданием и распространением информации на широкие слои аудитории. Кроме того, активное участие в формировании и распространении новостных сюжетов и текстов принимают граждане, непрофессиональные журналисты, что в науке обозначается таким термином, как «гражданская журналистика». Ученые также обращают внимание на то, что в современном обществе «можно определить новые типы медийного производства: производители контента и распространители контента», причем если ранее обозначенные модусы были интегрированы внутри одной редакции, то в условиях возрастающей роли цифровых медиа указанные модусы все более удаляются друг от друга [Ефанов, Степанченко, 2019, с. 71].

В результате подобных трансформаций публичного поля произошли и изменения в содержании самой информационной повестки дня. Сегодня становится крайне затруднительным выявить некую относительно унифицированную медийную повестку дня, так как различные акторы (медийные, общественные, политические) по-разному влияют на ее формирование. Неслучайно ученые отмечают наличие разных типов повестки дня [Пономарев, 2010; Сазонов, 2010; Лушанкин, 2017], говоря, например, о существовании в текущих реалиях взаимосвязанной (interrelated) публичной повестки дня [Bentivegna et al., 2020]. Среди основных свойств современной информационной повестки выделяют, например, ее фрагментарность [Назаров, 2013; Дорошук, 2019].

Существование различных, децентрализованных и фрагментарных медийных повесток дня не устраняет проблему, сформировавшуюся вместе с появлением самих СМИ: проблему отражения интересов и мнений общества и значимых для него вопросов в содержании медийной повестки. Указанная проблема актуальна и в условиях широкого разнообразия СМИ, представленного в современном информационном обществе.

### Обзор литературы

Изучению информационной повестки дня уделено немало внимания со стороны научного сообщества. С.С. Лушанкин предлагает рассматривать в качестве повестки дня «наиболее важные вопросы, значимость которых установлена и подтверждена всеми либо большинством акторов» [Лушанкин, 2017, с. 461]. Как пишет Л.Н. Тимофеева, информационная повестка дня – это «своеобразная градация тем и событий, которые общество через СМИ считает наиболее важными» [Тимофеева, 2020, с. 67]. Понятие «информационная повестка дня», по мнению А.С. Сумской и П.Ф. Сумского, следует трактовать, как «перечень включенных продюсерами тем в программы» и «своеобразное "информационное меню" для аудитории» [Сумская, Сумской, 2018, с. 585]. Процесс же установления повестки дня, согласно Я. Грошек и М.К. Грошек, часто позиционируется как технологический результат действий журналистов и редакторов по отсеиванию различной информации [Groshek, Groshek, 2013, p. 16].

Установление и анализ возможных типологий информационных повесток дня также вызывает немалый интерес со стороны научного сообщества. Например, Т.Г. Сазонов выделяет личностную, межличностную и общественную повестки дня [2010, с. 156]. Вместе с тем наиболее популярной является типология, подразделяющая все информационные повестки дня на политическую, общественную и медийную. При этом ключевыми маркерами, позволяющими типологизировать информационные повестки дня, являются субъект, формирующий перечень наиболее актуальных тем и смыслов, [Лушанкин, 2017, с. 458] и само содержание повестки дня [Пономарев, 2010, с. 62].

Политическая, общественная и медийная повестки дня тесно взаимосвязаны между собой. Знаменитый теоретик Максвелл МакКомбс отмечает, что то, как человек думает и что он говорит о тех или иных общественных вопросах напрямую зависит от того, как эти вопросы представлены в СМИ. Более того, конкретные аспекты/атрибуты определенного вопроса, которые презентуются в СМИ как значимые аспекты/атрибуты этого вопроса, становятся значимыми и для общественного сознания [McCombs, 2015, p. 51]. По мнению А.А. Казакова, «публичная "повестка дня" складывается преимущественно под воздействием СМИ, а политическая – под влиянием интересов и намерений руководства государства либо же сил, способных диктовать ему свои условия» [Казаков, 2012, с. 140].

О воздействии субъектов политики на СМИ и содержательно-смысловую компоненту медийной повестки дня (отмечая при этом такое понятие, как «политическая ресурсность СМИ»), пишут в своей работе А.А. Казаков и А.С. Карев [2020, с. 92]. В одном из своих исследований А.А. Ефанов прослеживает влияние медийной картины дня (на региональном уровне) на общественный интерес к региональным выборам и готовность граждан прийти на избирательные участки для голосования в день выборов [Ефанов, 2017, с. 36]. Вопросы пересечения трех обозначенных выше типов повесток дня во многом отражены и в работе А. Серона, в которой он стремится оценить взаимосвязь между особенностями потребления новостей в Интернете и склонностью гражданина выражать доверие политическим институтам [Ceron, 2015, p. 488]. В.А. Конвэй, К. Кенски и Д. Вэнг, опираясь на проведенный анализ предварительного голосования в ходе избирательной кампании перед выборами президента США в 2012 году, сделали вывод о том, что политические лидеры по-прежнему полагаются зачастую на традиционные СМИ, но есть определенные темы, по которым ленты сообщений политических кандидатов в Twitter смогли





повлиять и даже в некоторой степени предсказать информационную повестку дня ряда популярных газет [Conway et al., 2015, p. 364]. Особую актуальность анализ взаимосвязи разных повесток дня приобретает в контексте дискуссий о том, какое влияние интернет-технологии оказывают на демократические процессы, институты и процедуры [Moreno-Gil et al., 2021; Coleman, 2015].

Научно-исследовательский интерес вызывает и сравнительный анализ содержания информационных повесток дня СМИ, причем ученые сравнивают между собой содержание и специфику новостных повесток дня как одного вида СМИ (например, интернет-версий газет [Dimitrova, Neznanski, 2006], так и разных видов СМИ (например, телевидения, газет, сетевых интернет-СМИ [Geiß, 2020]). Отдельный интерес вызывает и сравнительный анализ новостных повесток дня СМИ и социальных медиа, транслирующих общественную реакцию на происходящие и освещаемые в СМИ события [Meraz, 2009; Judina, Platonov, 2019; Каминченко, 2020а; Каминченко, 2020б]. Ученые отмечают, что социальные сети и цифровая коммуникация позволяют людям находить все более дискуссионные темы и вопросы [Katz, 2018]. В дальнейшем они становятся частью общественной повестки дня. Как пишет Ш. Мерец, интернет-платформы независимых блогов перераспределяют влияние в сфере формирования информационной повестки дня между традиционными СМИ и гражданскими СМИ. По его мнению, интернет-платформы поддержки блогов придают гражданам больше возможностей для оказания влияния на процессы формирования новостной повестки дня [Meraz, 2009, p. 701].

В контексте восприятия обществом отдельных тем СМИ (т.е. взаимодействия на уровне индивидуального и коллективного сознания общественной и медийной повесток дня) обратим внимание и на существующий интерес ученых к теме соотношения содержания новостей и комментариев к ним со стороны интернет-аудитории. О. Кольцова и О. Нагорный полагают, что в отличие от опросов аудитории и общих опросов общественного мнения, разделы комментариев на веб-сайтах СМИ дают пользователям возможность выразить свое мнение в любой форме, которую они выбирают, по вопросам, которые они считают важными. Последствия такой новой формы публичного самовыражения для процессов формирования медийной повестки дня еще только предстоит полностью понять [Koltsova, Nagornyy, 2019, p.145].

В заключение отметим, что сравнению содержания информационных повесток дня различных СМИ между собой, а также с повесткой дня социальных медиа (особенно в российской научной литературе) уделено еще недостаточно внимания со стороны научного сообщества. Кроме того, одной из наиболее актуальных научно-исследовательских задач по-прежнему остается необходимость теоретико-концептуального осмысления роли современных социальных медиа в процессе формирования информационной повестки дня СМИ. Данная работа направлена на восполнение существующего пробела в обозначенной предметной области. Цель проводимого исследования – выявить тематические пересечения содержания сетевых медийных повесток дня (в том числе – между собой) и повестки дня общества, которая представлена в современных социальных медиа.

Основные задачи исследования: анализ содержания повесток дня популярных сетевых СМИ (на примере издания «Газета.ru» и Lenta.ru) с последующим установлением наличия/отсутствия тематических пересечений между ними; выявление наиболее популярных новостей (из тех, что размещаются в разных СМИ) среди пользователей современных социальных медиа; сравнительный анализ тематического содержания повесток дня сетевых СМИ и наиболее популярных новостей в социальных медиа.

### **Материалы и методы исследования**

Концептуальную основу работы составляет теория установления информационной повестки дня (agenda-setting theory). По мнению Ш. Мереца, она сформировалась как теория, включающая в себя ряд тематических компонентов, среди которых атрибутивный

компонент (или второй уровень повестки дня), психологический компонент (объясняет эффекты установления повестки дня на индивидуальном уровне (потребность в ориентации), акцент на процессах образования повестки дня и объяснение собирательного феномена взаимосвязанной, срединной медийно-новостной повестки (*interrelated agenda*) [Meraz, 2009, p. 683]. Представляя процесс формирования медийной повестки дня в структурно-функциональном ключе, М. МакКомбс выделяет 3 основных элемента данного процесса: (1) ключевые внешние источники новостей (например, политические лидеры и партии), (2) взаимодействие различных СМИ между собой (нередко обозначаемое как срединная, взаимосвязанная повестка (*interrelated agenda*) и (3) социальные нормы и традиции журналистики (определяющие основные правила при окончательном складывании содержания повестки дня СМИ) [McCombs, 2015, p. 112].

Основным эмпирическим методом в данном исследовании стал ненаправленный качественно-количественный контент-анализ. Его применение обосновано поставленными в работе задачами.

Информационный массив для проведения анализа составили новостные заголовки популярных сетевых интернет-изданий «Газета.ру»<sup>1</sup> и Lenta.ru<sup>2</sup>, а также наиболее популярные новостные заголовки в социальных медиа (по данным новостного агрегатора MediaMetrics<sup>3</sup>). Уточним, что изучаемые новостные заголовки (популярные в социальных медиа) – это те заголовки новостей, которые публиковались разными СМИ и затем просматривались пользователями социальных медиа. Новостные заголовки являются аналитической единицей проводимого контент-анализа, а единицей счета выступают наиболее часто встречающиеся во всем информационном массиве лексемы.

Построение корпуса данных информационного массива для исследования осуществлялось в течение всего периода мониторинга новостных заголовков, опубликованных в указанных СМИ и социальных медиа в течение 63 дней, за период с 10 марта по 10 мая 2021 года. Ежедневно (в течение указанного промежутка времени) после 21:00 (на наш взгляд, к обозначенному времени новостная повестка дня в целом становится окончательно сформированной) в таблицу заголовков новостных текстов рассматриваемых средств массовой информации и социальных медиа отбирались по 10 последних (по времени их опубликования к моменту проведения наблюдения) новостных заголовков. Общее количество проанализированных заголовков новостей составило 1 890, что, по нашему мнению, является достаточным количеством текстовых объектов для целей исследования. Обработка результатов мониторинга (текстовый анализ) и визуализация итогов (построение облака тегов) осуществлены с помощью программы PolyAnalyst 6.5. По итогам проведения текстового анализа и визуализации его результатов авторами исследования осуществлен сравнительный анализ содержательно-смысловых компонентов информационных повесток дня СМИ и социальных медиа.

### Результаты исследования

Текстовый анализ заголовков новостей, размещенных на официальном сайте интернет-издания «Газета.ру», позволил выявить наиболее часто используемые в них лексемы. Результаты представлены в табл. 1 и на рис. 1. Необходимо заметить, что облако тегов выполняет в данном случае важную задачу ввиду того, что его содержание позволяет более точно установить тематику рассматриваемой новостной повестки дня. Чем более крупным и выделенным шрифтом отмечено то или иное слово в облаке тегов, тем чаще это слово используется в текстах заголовков новостей.

<sup>1</sup> Газета.ру. URL: <https://www.gazeta.ru/> (дата обращения: 10.05.2021)

<sup>2</sup> Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/> (дата обращения: 10.05.2021)

<sup>3</sup> MediaMetrics. URL: <https://mediametrics.ru/rating/ru/online.html> (дата обращения: 10.05.2021)

Таблица 1  
 Table 1

Частота встречаемости отдельных слов в новостных заголовках интернет-издания «Газета.ru»  
 Frequency of occurrence of individual words in news headlines of "Gazeta.ru"

Слово	Количество новостных заголовков, где встречается слово
матч	24
посольство	17
санкция	16
дело	15
глава	14
дипломат	11
чемпион	10
совещание	10
дом	10
россиянин	8
граница	8
президент	8

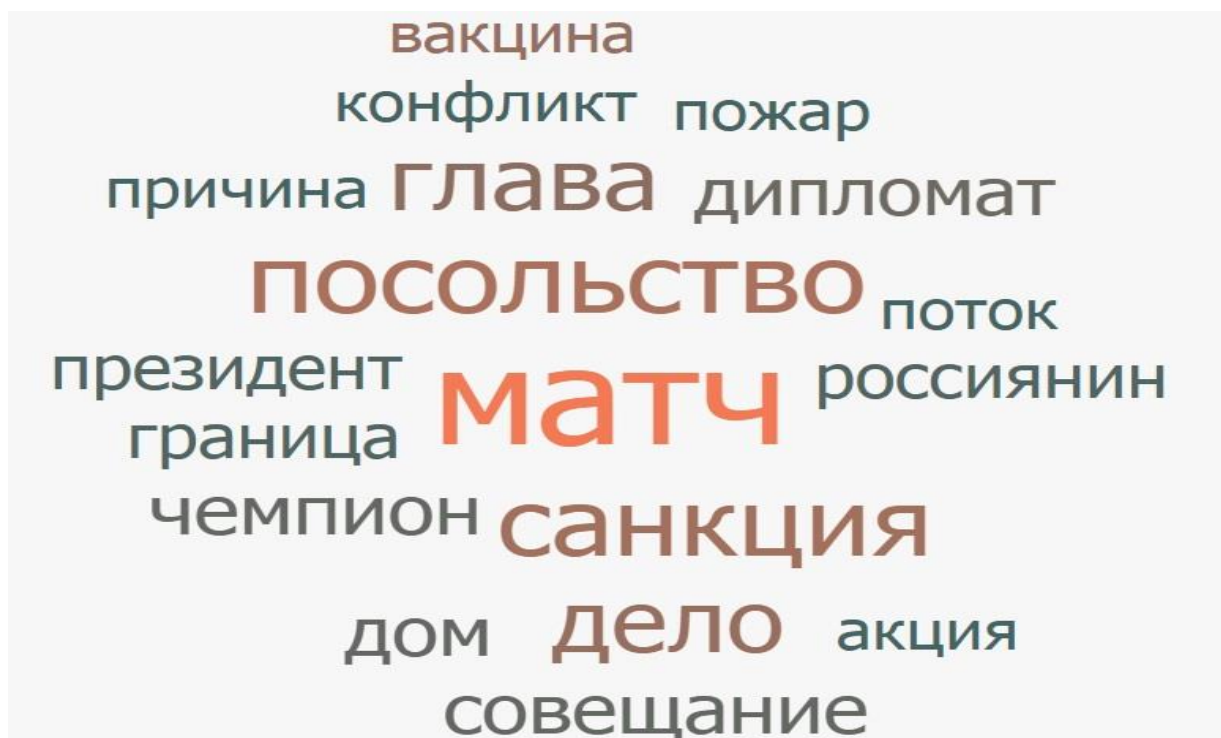


Рис. 1. Облако ключевых слов в новостных заголовках интернет-издания «Газета.ru»  
 Fig. 1. Cloud of keywords in the news headlines of "Gazeta.ru"

Лексемы, которые чаще остальных использованы в заголовках новостей интернет-издания Lenta.ru, представлены в табл. 2 и в облаке тегов на рис. 2.

Таблица 2  
Table 2

Частота встречаемости отдельных слов в новостных заголовках интернет-издания Lenta.ru  
Frequency of occurrence of individual words in news headlines of "Lenta.ru"

Слово	Количество новостных заголовков, где встречается слово
россиянин	32
женщина	13
матч	12
мужчина	12
дом	12
гибель	11
доктор	10
намерение	9
видео	9
глава	9
президент	9
победа	9

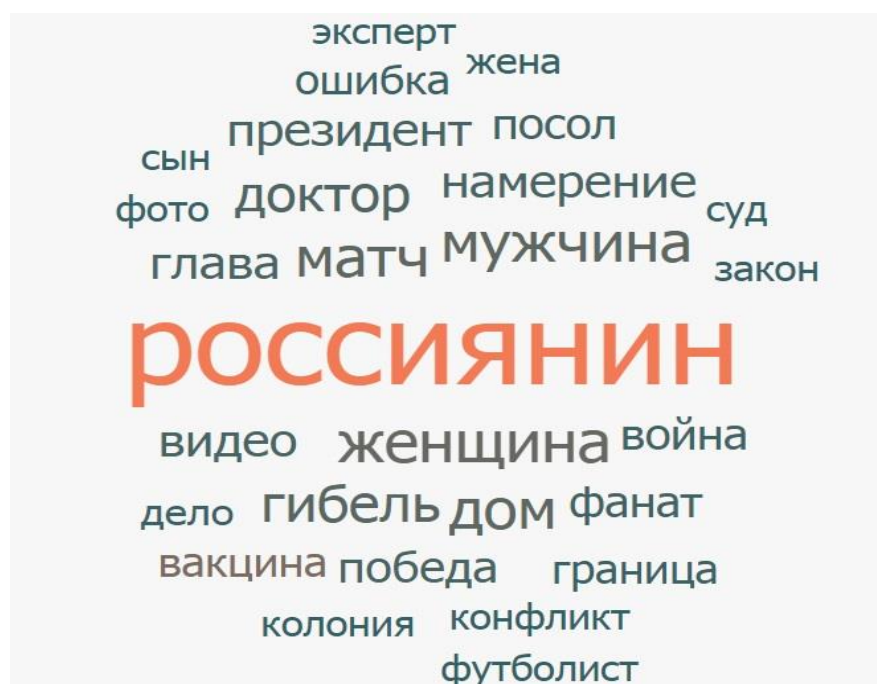


Рис. 2. Облако ключевых слов в новостных заголовках интернет-издания Lenta.ru  
Fig. 2. Cloud of keywords in the news headlines of "Lenta.ru"

Наиболее часто встречающиеся лексемы в популярных в социальных медиа заголовках новостей представлены в табл. 3 и на рис. 3.

Таблица 3  
Table 3

Частота встречаемости отдельных слов в наиболее популярных в социальных медиа новостных заголовках (по данным «MediaMetrics»)  
 Frequency of occurrence of individual words in the most popular news headlines in social networking sites (according to "MediaMetrics")

Слово	Количество новостных заголовков, где встречается слово
женщина	41
область	37
мужчина	24
мальчик	16
гибель	16
девочка	15
видео	15
сын	14
дом	13
актер	12
подросток	11
собака	10

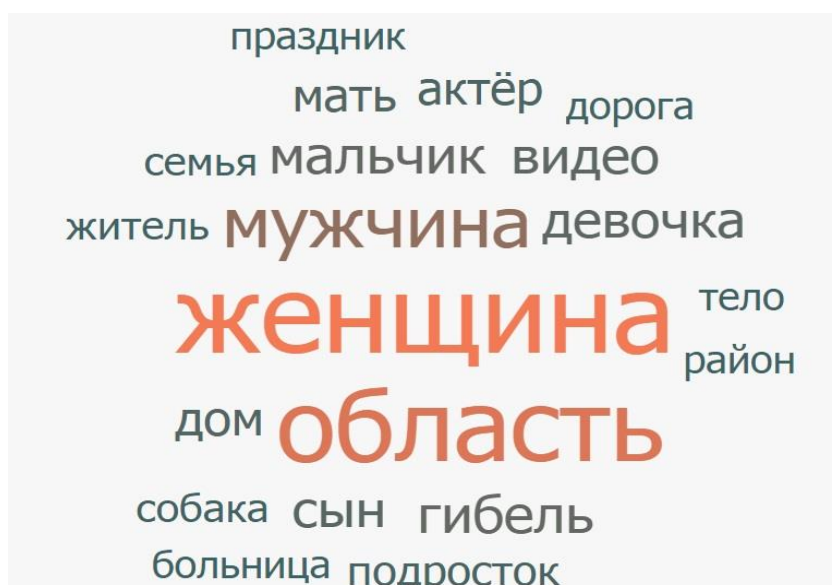


Рис. 3. Облако ключевых слов в наиболее популярных в социальных медиа новостных заголовках (по данным MediaMetrics)

Fig. 3. Cloud of keywords of the most popular news headlines on social networking sites (according to MediaMetrics)

Необходимо обратить внимание на то, что в таблице представлены статистические данные только по наиболее часто встречаемым лексемам, поэтому при суммировании данных образуется не общее количество всех проанализированных сообщений-заголовков, а только их часть.

### Обсуждение результатов

На основе представленных результатов можно сделать ряд выводов.

Во-первых, проведенный текстовый анализ и построенное облако тегов позволяют выделить лексему «матч» как наиболее часто встречаемую в новостных заголовках интернет-издания «Газета.ru». Данная лексема используется в основном в контексте футбольных новостей. Отметим существенное преобладание по частоте использования в заголовках новостей обозначенной лексемы по сравнению с другими словами. Вторым по популярности словом, согласно данным частотного анализа, стало слово «посольство». Новостные заголовки, содержащие указанное слово, как правило, посвящены межгосударственным отношениям России и других стран (США, Украина, Испания, Польша, Словакия, Румыния, Швеция). Особое внимание уделено теме возникшей напряженности в дипломатических отношениях России с одной стороны и Чехии и Словакии – с другой (в частности, заголовки новостей посвящены вопросу о сокращении численности дипломатического корпуса на территории государств). Третья по частоте встречаемости в новостных заголовках лексема – «санкция». Зачастую она используется в заголовках, посвященных теме ограничений, предпринимаемых рядом зарубежных государств и межгосударственных объединений в отношении России (как в отношении отдельных компаний и предприятий, так и в отношении отдельных граждан). Встречается и тема санкций по отношению к Республике Беларусь. Обобщая результаты анализа текстов новостных заголовков «Газета.ru», обратим внимание на преобладание спортивной (прежде всего футбольной) и политической тематик (причем в первую очередь внешнеполитической по отношению к России). Анализ содержания облака тегов дополняет сделанные выводы, так как на облаке тегов представлены такие слова, как «матч», «чемпион», которые относятся исключительно к спортивной тематике новостей. Кроме того, на облаке тегов особенно выделены (размером и цветом шрифта) слова «посольство», «дипломат», «глава», «санкция», которые нередко относятся именно к политической (причем в большинстве случаев – к внешнеполитической) тематике.

Во-вторых, наиболее популярным (причем с существенным отрывом от других слов) в новостных заголовках интернет-издания Lenta.ru стало слово «россиянин». Абсолютное большинство заголовков новостей, где встречается слово «россиянин», посвящено тематике «Путешествия и туризм» (в частности, говорится об особенностях отдыха в Турции, Сочи и т.д.) и «Происшествия» (в основном преобладает хроника событий внутри России). Заметно реже среди данных новостных заголовков (содержащих слово «россиянин») встречаются заголовки, в которых задействована тематика распространения коронавирусной инфекции, экономическая и внешнеполитическая тематики. На втором по частоте встречаемости месте среди заголовков новостей Lenta.ru находится слово «женщина», а сами заголовки в основном относятся к двум тематикам – «Культура» и «Происшествия». С небольшим отставанием от данного слова по частоте встречаемости в новостных заголовках расположены слова «матч» (тематика заголовков – преимущественно футбольные соревнования), «мужчина» (среди тематики соответствующих заголовков преобладают тематики «Происшествия» и «Культура») и лексема «дом» (в заголовках новостей с этим словом преобладают тематики «Происшествия», «Внешняя политика» и «Культура»). Вместе с тем подчеркнем, что именно слово «россиянин» абсолютно доминирует по частоте встречаемости в новостных заголовках Lenta.ru.

Любопытно, что на облаке тегов практически никак не представлены слова, которые тематически характеризовали бы заголовки новостей как сообщения по теме путеше-



ствий и туризма (например, «отпуск», «тур», «отель», «курорт» и т.п.). Вместе с тем на облаке тегов представлены слова, зачастую используемые в политическом контексте – «президент», «посол», «война», «граница», причем данные слова используются прежде всего во внешнеполитическом (по отношению к России) смысле либо в международно-политическом (т.е. в контексте внутренней или внешней политики зарубежных государств). Кроме того, на облаке тегов отражены и слова, относящиеся к спортивной тематике – «матч» (данное слово выделено по отношению к другим словам), «футболист», «победа» – что свидетельствует о широкой представленности указанной тематики в новостных заголовках Lenta.ru. Анализ облака тегов показывает эффективность данного инструмента в контексте обобщения результатов текстового анализа, так как он качественно дополняет и корректирует выводы, полученные на основе изучения текстов. В целом наиболее популярными тематиками новостных заголовков изучаемого сетевого СМИ стали следующие темы: «Путешествия и туризм», «Происшествия», «Политика» (преимущественно внешняя и международная) и «Спорт».

В-третьих, наиболее часто встречаемыми словами в популярных среди пользователей социальных медиа заголовках новостей (опубликованными разными СМИ) стали слова «женщина», «область» и «мужчина», причем первые два слова существенно чаще остальных представлены в новостных заголовках социальных медиа. Тематикой заголовков, в которых представлено слово «женщина», в подавляющем большинстве случаев является тематика происшествий в России. Новостные заголовки, где встречается слово «область» также посвящены в первую очередь теме происшествий в российских регионах. Более того, и в заголовках новостей, содержащих слово «мужчина», существенно преобладает тематика происшествий (причем также в российских регионах). Обобщая специфику тематического содержания наиболее популярных в социальных медиа новостных заголовков, отметим оцутимое доминирование темы происшествий (прежде всего применительно к внутрироссийским событиям). Это находит свое подтверждение и на облаке тегов (например, в нем представлены такие слова, как «гибель», «тело», «житель», «район»). Кроме того, и другие слова, отображенные на облаке тегов, нередко используются в заголовках по тематике происшествий.

В-четвертых, сравнивая содержание информационных повесток дня обозначенных в работе сетевых СМИ и социальных медиа, отметим, что новостные повестки дня интернет-издания Lenta.ru и социальных медиа пересекаются между собой благодаря наличию в них новостных заголовков по теме происшествий. Впрочем, если в социальных медиа данная новостная тематика занимает господствующее положение среди всего информационного корпуса изученных заголовков новостей, то в Lenta.ru она является одной из ряда других наиболее распространенных (вместе с такими тематиками, как «Путешествия и туризм», «Политика», «Спорт»), то есть не занимает господствующего положения, как в случае с тематиками новостной повестки социальных медиа. Обращает на себя внимание отсутствие значительных пересечений в новостных повестках дня социальных медиа и интернет-издания «Газета.ru» (так как абсолютно доминирующая в социальных медиа тематика «Происшествия» практически не представлена в рассмотренном информационном массиве новостных заголовков данного сетевого СМИ).

Подчеркнем, что пользователей социальных медиа интересует новостной контент, посвященный происшествиям именно в России, в ее регионах. Это демонстрирует запрос общества на новостные сюжеты, связанные с внутрироссийскими событиями. В свою очередь, отмечаем, что большинство из тех новостных заголовков интернет-издания Lenta.ru, которые посвящены тематике «Происшествия», также связаны именно с событиями внутри российского государства (доминирующее по частоте употребления в заголовках новостей данного сетевого СМИ слово – «россиянин»). Одним из возможных объяснений указанных тенденций может быть проявление общероссийской гражданской идентичности. Если популярность среди новостного контента социальных медиа внутрироссийской тематики «Происшествия» свидетельствует о проявлении гражданской идентичности обще-

ства, то активное использование слова «россиянин» в заголовках новостей сетевого СМИ может говорить о действиях данного представителя СМИ, которые способны сформировать и/или укрепить гражданскую идентичность. Впрочем, данные выводы требуют проведения более детальной проверки и последующих исследований.

В-пятых, на содержательном уровне новостные повестки дня двух рассмотренных сетевых изданий (Lenta.ru и «Газета.ru») пересекаются в таких тематических точках, как спортивная и политическая тематики, причем в случае со спортивной тематикой преобладают новостные заголовки по теме футбольных соревнований. В случае же с политической тематикой в обоих сетевых СМИ доминируют темы внешнеполитического (отношения России с зарубежными государствами) и международно-политического (внутренняя политика зарубежных стран и их взаимоотношения между собой и с международными организациями) плана.

### Выводы

Текстовый анализ новостных заголовков сетевых СМИ и визуализация его результатов (в форме облака тегов) позволили сделать выводы о наиболее часто используемых в заголовках новостей лексемах и об основных тематиках, к которым могут быть отнесены изученные заголовки. Кроме того, обозначенный вид анализа (и визуализация его результатов в виде облака тегов) позволил выявить слова, чаще остальных встречающиеся в новостных заголовках, которые наиболее популярны в современных социальных медиа. Это позволило провести сравнительный анализ повесток дня двух интернет-СМИ (Газета.ru и «Lenta.ru») и социальных медиа, а также двух новостных повесток дня указанных сетевых СМИ между собой.

Результаты сравнительного анализа, в свою очередь, продуцируют ряд вопросов. В частности, один из них – это вопрос о том, в какой степени новостная повестка дня сетевых интернет-СМИ должна/может соответствовать тематике наиболее популярных новостей в социальных медиа. Очевидно, что при составлении новостного контента крупные информационные сетевые СМИ не могут отбирать новости исключительно по одной тематике, которая занимает абсолютно доминирующее положение среди наиболее популярных новостей в социальных медиа (текстовый анализ показал, что это тематика происшествий). Новостная повестка таких интернет-СМИ, как «Газета.ru» и Lenta.ru насыщена сюжетами различных тем (в этом отношении она носит политематический характер), что в целом отвечает требованиям современного сетевого общества, в котором наблюдается фрагментарность и мозаичность информационного поля. С другой стороны, популярность новостей определенной тематики в социальных медиа, ввиду степени их распространенности в современном российском обществе, свидетельствует и о популярности в самом обществе новостей по данной тематике. Производители и распространители контента должны учитывать этот фактор, так как он может сыграть важнейшую роль в изменении показателей рейтинга средств массовой информации, которые они представляют.

Еще один вопрос заключается в причинах популярности в социальных медиа новостей, связанных с темой происшествий в России, ее регионах. В качестве одной из возможных причин можно указать резонансность событий, заголовки новостей о которых активно читают пользователи социальных медиа. Вместе с тем, учитывая, что пользователей социальных медиа интересует новостная тематика именно внутривососсийских событий, вполне возможно, что еще одной причиной данного интереса является отражение общероссийской гражданской идентичности. В данном случае она проявляется в заинтересованности российских пользователей социальных медиа в прочтении и изучении новостных заголовков, посвященных событиям, происходящим на территории российского государства. Впрочем, подчеркнем, данные выводы требуют проведения более детального анализа.

Данное исследование может стать значимым уточняющим звеном в построении соответствующих теоретических конструктов, отражающих структурно-функциональные особенности той роли, которую выполняют социальные медиа в обозначенном процессе.



### Список литературы

1. Дорожук Е.С. 2019. Повестка дня как фактор формирования лояльности аудитории регионального телеканала: коммуникационный аспект. В кн.: Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения. Коммуникации в медиаиндустрии: акторы, технологии, тренды. Сборник материалов круглого стола Международного научного форума, г. Санкт-Петербург, 18–19 апреля 2019 года. В 2-х т. Т.1. Под ред. В.В. Васильевой. СПб., СПбГУ: 96–98.
2. Ефанов А.А. 2017. Освещение предвыборных кампаний в СМИ и электоральный интерес. Информационное общество, 1: 36–40.
3. Ефанов А.А., Степанченко В.А. 2019. Влияние поколения Z на функционирование института медиа: прогностическая модель. Информационное общество, 3: 69–72.
4. Казаков А.А. 2012. Теоретико-методологический потенциал категории «медийная повестка дня»: возможности и ограничения. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения, 71 (1): 138–143. DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu4.2012.1.21>
5. Казаков А.А., Карев А.С. 2020. Политическая ресурсность региональных СМИ в современной России (на примере ГТРК «Саратов»). Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология, 20 (1): 91–95. DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-1-91-95>
6. Каминченко Д.И. 2020а. Взаимодействие средств массовой информации и общества: анализ информационных повесток дня. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 39 (4): 533–544. DOI: 10.18413/2712-7451-2020-39-4-533-544.
7. Каминченко Д.И. 2020б. Информационные повестки дня общества и СМИ: сравнительный анализ. Медиаскоп, 4. DOI: 10.30547/mediascope.4.2020.3
8. Лушанкин С.С. 2017. Категория «повестка дня» в структуре политического процесса: Понятие «политической повестки дня» и модели её формирования. Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения, 1 (4): 456–465.
9. Назаров М.М. 2015. К вопросу о фрагментации современного медиаландшафта: теория и эмпирические результаты. Информационное общество, 2-3: 91–100.
10. Пономарев Н.Ф. 2010. Фрейминг медиаповестки дня и типология медиафреймов. Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология, 3 (9): 62–69.
11. Сазонов Т.Г. 2010. «Информационная повестка дня»: блоги приходят на смену традиционным СМИ? Известия Южного федерального университета. Филологические науки, 3: 152–160.
12. Сумская А.С., Сумской П.Ф. 2018. Моделирование теленовостей в контексте информационной политики телеканала. Вопросы теории и практики журналистики, 7 (4): 581–598. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(4).581-598
13. Тимофеева Л.Н. 2020. Новая социальность в информационной повестке дня: роль старых и новых медиа. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология, 2: 64–69.
14. Ceron A. 2015. Internet, news, and political trust: The difference between social media and online media outlets. Journal of computer mediated communication, 5 (20): 487–503. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12129>
15. Coleman S. 2015. Can the Internet strengthen democracy. Polity Press, 142 p.
16. Conway B.A., Kenski K., Wang D. 2015. The rise of Twitter in the political campaign: searching for intermedia agenda-setting effects in the Presidential primary. Journal of computer mediated communication, 4 (20): 363–380. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12124>
17. Dimitrova D.V., Neznanski M. 2020. Online journalism and the war in cyberspace: a comparison between U.S. and international newspapers. Journal of computer mediated communication, 1 (12): 248–263. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00324.x>
18. Geiß S. 2020. Self-inflicted deprivation? Quality-as-sent and quality-as-received in German news media. Media and Communication, 3 (8): 304–320. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3139>
19. Groshek J., Groshek M.K. 2013. Agenda trending: reciprocity and the predictive capacity of social networking sites in intermedia agenda setting across topics over time. Media and Communication, 1 (1): 15–27. DOI: 10.12924/mac2013.01010015

20. Judina D., Platonov K. 2019. Newsworthiness and the public's response in Russian social media: A comparison of state and private news organizations. *Media and Communication*, 3 (7): 157–166. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1910>
21. Katz J.E. 2018. Commentary on news and participation through and beyond proprietary platforms in an age of social media. *Media and Communication*, 4 (6): 103–106. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1743>
22. Koltsova O., Nagornyy O. 2019. Redefining media agendas: Topic problematization in online reader comments. *Media and Communication*, 3 (7): 145–156. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1894>
23. McCombs M. 2015. *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. The 2nd edition. Polity Press, 209 p.
24. Meraz Sh. 2009. Is There an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(14): 682–707. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x>
25. Moreno-Gil V., Ramon X., Rodríguez-Martínez R. 2021. Fact-checking interventions as counteroffensives to disinformation growth: standards, values, and practices in Latin America and Spain. *Media and Communication*, 1(9): 251–263. DOI: [10.17645/mac.v9i1.3443](https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3443)

### References

1. Doroshchuk E.S. 2019. *Povestka dnya kak faktor formirovaniya loyal'nosti auditorii regional'nogo telekanala: kommunikatsionny aspekt* [Agenda as a Factor in Forming Audience Loyalty of a Regional TV Channel: Communication Aspect]. In: *Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chteniya* [Media in the modern world. 58th Petersburg Readings]. *Kommunikatsii v mediaindustrii: aktery, tekhnologii, trendy* [Communication in the media industry: actors, technologies, trends]. Collection of materials of the round table of the international Scientific forum, St. Petersburg, April 18-19, 2019. In 2 vols. Vol. 1. Under the editorship of V.V. Vasilyeva. SPb., Publ. SPbGU: 96–98.
2. Efanov A.A. 2017. *Osveshhenie predvybornykh kampanij v SMI i jelektoral'nyj interes* [Media Coverage of Election Campaigns and Electoral Interest]. *Informacionnoe obshchestvo*, 1: 36–40.
3. Efanov A.A., Stepanchenko V.A. 2019. *Vlijanie pokolenija Z na funkcionirovanie instituta media: prognosticheskaja model'* [The Influence of Generation Z on the Functioning of the Media Institute: A Predictive Model]. *Informacionnoe obshchestvo*, 3: 69–72.
4. Kazakov A.A. 2012. The Theoretic and Methodological Potential of the Term “Mass Media-agenda”: Possibilities and Limits. *Science Journal of Volgograd State University. History. Area Studies. International Relations*, 17 (1): 138–143. (in Russian) DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu4.2012.1.21>
5. Kazakov A.A., Karev A.S. 2020. Political Resource Potential of Regional Mass Media in Modern Russia (Exemplified by State Tele- and Radio Company “Saratov”. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 20 (1): 91–95 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-1-91-95>
6. Kaminchenko D.I. 2020a. Interaction of mass Media and Society: agenda Analysis. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 39 (4): 533–544 (in Russian). DOI: [10.18413/2712-7451-2020-39-4-533-544](https://doi.org/10.18413/2712-7451-2020-39-4-533-544)
7. Kaminchenko D.I. 2020b. *Informatsionnye povestki dnya obshchestva i SMI: sravnitel'nyy analiz* [Information agendas of society and the media: a comparative analysis]. *Mediascope*, 4. DOI: [10.30547/mediascope.4.2020.3](https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2020.3)
8. Lushankin S.S. 2017. Category “Agenda” in the Structure of the Political Process: The Concept of “Political Agenda” and the Model of Its Formation. *Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations*, 1 (4): 456–465 (in Russian).
9. Nazarov M.M. 2015. *K voprosu o fragmentatsii sovremennogo medialandshafta: teoriya i empiricheskie rezul'taty* [On the issue of fragmentation of the modern media landscape: theory and empirical results]. *Informacionnoe obshchestvo*, 2-3: 91–100.
10. Ponomarev N.F. 2010. Types of Media Frames. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 3 (9): 62–69 (in Russian).
11. Sazonov T.G. 2010. *"Informatsionnaya povestka dnya": blogi prikhodyat na smenu traditsionnym SMI* [The Information Agenda: Are Blogs Replacing Traditional Media]? *Proceedings of southern federal university. Philology*, 3: 152–160 (in Russian).



12. Sumskaia A.S., Sumskoj P.F. 2018. Modeling of TV News in the Context of Information Policy of a Television Channel. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 4: 581–598 (in Russia). DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(4).581-598
13. Timofeeva L.N. 2020. Novaya sotsial'nost' v informatsionnoy povestke dnya: rol' starykh i novykh media [New sociality in the information agenda: the role of old and new media]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Istoriya. Politologiya. Sotsiologiya*, 2: 64–69.
14. Ceron A. 2015. Internet, news, and political trust: The difference between social media and online media outlets. *Journal of computer mediated communication*, 5 (20): 487–503. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12129>
15. Coleman S. 2015. *Can the Internet strengthen democracy*. Polity Press, 142 p.
16. Conway B.A., Kenski K., Wang D. 2015. The rise of Twitter in the political campaign: searching for intermedia agenda-setting effects in the Presidential primary. *Journal of computer mediated communication*, 4 (20): 363–380. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12124>
17. Dimitrova D.V., Neznanski M. 2020. Online journalism and the war in cyberspace: a comparison between U.S. and international newspapers. *Journal of computer mediated communication*, 1 (12): 248–263. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00324.x>
18. Geiß S. 2020. Self-inflicted deprivation? Quality-as-sent and quality-as-received in German news media. *Media and Communication*, 3 (8): 304–320. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3139>
19. Groshek J., Groshek M.K. 2013. Agenda trending: reciprocity and the predictive capacity of social networking sites in intermedia agenda setting across topics over time. *Media and Communication*, 1 (1): 15–27. DOI: 10.12924/mac2013.01010015
20. Judina D., Platonov K. 2019. Newsworthiness and the public's response in russian social media: A comparison of state and private news organizations. *Media and Communication*, 3 (7): 157–166. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1910>
21. Katz J.E. 2018. Commentary on news and participation through and beyond proprietary platforms in an age of social media. *Media and Communication*, 4 (6): 103–106. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1743>
22. Koltsova O., Nagornyy O. 2019. Redefining media agendas: Topic problematization in online reader comments. *Media and Communication*, 3 (7): 145–156. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1894>
23. McCombs M. 2015. *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. The 2nd edition. Polity Press, 209 p.
24. Meraz Sh. 2009. Is There an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(14): 682–707 DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x>
25. Moreno-Gil V., Ramon X., Rodríguez-Martínez R. 2021. Fact-checking interventions as counteroffensives to disinformation growth: standards, values, and practices in Latin America and Spain. *Media and Communication*, 1(9): 251–263. DOI: 10.17645/mac.v9i1.3443

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Каминченко Дмитрий Игоревич**, кандидат политических наук, доцент кафедры политологии Института международных отношений и мировой истории национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Dmitry I. Kaminchenko**, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of Political Science, Institute of International Relations and World History, N.I. Lobachevsky National Research Nizhny Novgorod State University, Nizhny Novgorod, Russia



УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-431-441

## Особенности моделирования социальных отношений в публицистике Д.И. Фонвизина

**Меринов В.Ю.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85  
E-mail: merinov@bsu.edu.ru

**Аннотация.** Автор полагает, что Фонвизин, искренне считавший себя человеком прогрессивных взглядов, оказался не готов к столкновению с европейской реальностью, переживающей один из периодов кризиса традиционалистской культуры и бурного становления новых социальных отношений, более свойственных уже следующему этапу развития Европы: индустриальному, урбанистическому и т.п. Анализ представленных в письмах из-за рубежа моделей социального поведения внутри хронотопов улицы, дома и театра позволил выявить его глубинные, мировоззренческие позиции. Суть этих позиций состоит в том, что основой социального порядка русский сатирик считал четкое сословное разделение, исполнение каждым человеком своей сословно-социальной роли, свойственной для традиционалистского типа культуры. Трансформацию моделей социального поведения, нарушения и ослабление границ между социальными группами он воспринял как предвестники крушения моральных основ современного ему общества.

**Ключевые слова:** Фонвизин, Просвещение, русская публицистика XVIII века, модели социального поведения, публицистический хронотоп, моральная деградация

**Для цитирования:** Меринов В.Ю. 2021. Особенности моделирования социальных отношений в публицистике Д.И. Фонвизина. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 40 (4): 431–441. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-431-441

---

## Features of Modeling Social Relations in Publicism D.I. Fonvisina

**Valery Y. Merinov**

Belgorod National Research University  
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russian Federation  
E-mail: merinov@bsu.edu.ru

**Abstract.** The author believes that Fonvizin, who sincerely considered himself a man of progressive views, was not ready for a collision with European reality, which is going through one of the periods of the crisis of traditionalist culture and the rapid formation of new social relations, more characteristic of the next stage of European development: industrial, urban, etc. Analysis of the models of social behavior presented in letters from abroad within the chronotopes of the street, house and theater made it possible to reveal his deep, worldview positions. The essence of these positions is that the Russian satirist considered the basis of the social order to be a clear class division, the performance by each person of his class-social role, characteristic of the traditionalist type of culture. He perceived the transformation of models of social behavior, violations and weakening of boundaries between social groups as harbingers of the collapse of the moral foundations of contemporary society.

**Key words:** Fonvizin, Enlightenment, Russian journalism of the 18th century, models social of behavior. publicistic chronotope, moral degradation.

**For citation:** Merinov V.Y. 2021. Features of Modeling Social Relations in Publicism D.I. Fonvisina. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 431–441 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-431-441

---



Правота... не допускает поселиться в его [государя] голову несчастной и нелепой мысли, будто бог создал миллионы людей для ста человек.

*Д.И. Фонвизин.  
Рассуждение о непременных  
государственных законах*

Беспримерной его щедрости едва ли можно найти подражателей. Из девяти тысяч душ крестьян, пожалованных ему императрицею, он подарил четыре тысячи трем секретарям, кои находились при нем по иностранным делам.

*Д.И. Фонвизин.  
Жизнь графа Никиты Ивановича Панина*

### Введение

Д.И. Фонвизин – один самых популярных и узнаваемых русских драматургов-сатириков. Кроме драматургии, Фонвизин известен своими переводами иностранной публицистики, собственным творчеством на социальную тематику, а также письмами, имеющими более широкий круг распространения, «...нежели семейный и дружеский...» [Степанов, 1986, с. 220]. Публицистичность – важнейшая черта творчества Д.И. Фонвизина. Собственно, жанры (включая сатирические, с их «обличительно-проповедническим характером ...» [Горнфельд, 1890–1907, с. 331]), выбираемые им для публичного высказывания, предполагают постановку острых животрепещущих социальных проблем, активную социальную позицию автора, отстаивание собственных социально-политических идеалов и ценностей.

В истории литературы и публицистики фигура Фонвизина вызывает споры. С одной стороны, автор «Недоросля» виделся носителем идеалов свободы и гуманизма. А.С. Пушкин в «Евгении Онегине» отзывался о нем так: «Сатиры смелый властелин / ...друг свободы», упоминая о Фонвизине в этом же контексте и в других своих сочинениях [Томашевский, 1990, с. 62], а В.Г. Белинский в «страшной картине французского общества», созданной в письмах драматурга, увидел «начало Французской революции» [Белинский, 1956, с. 205]. Эта же линия была продолжена и доведена практически до своего предела в советском литературоведении. Такие авторитетные авторы, как П.Н. Берков [1947], Д.Д. Благой [1960], Г.А. Гуковский [1947; 1999], Н.В. Коршунова [2005], Л.И. Кулакова [1966], Г.М. Макогоненко [1969], К.В. Пигарев [1954] настаивали на едва ли не революционном характере творчества Фонвизина. Так, Г.М. Макогоненко полагал, что «...обличая уродства социальной жизни... и показав истинное лицо российского помещика... [Фонвизин] продолжил эту борьбу дворянских просветителей с идеологией крепостников...» [Макогоненко, 1969, с. 229].

Вместе с тем параллельно приведенной позиции существовала точка зрения, оценивающая вклад Фонвизина в революционное движение, скажем так, более сдержанно. Среди авторов, отстаивающих ее, в XIX столетии выделяется фигура исследователя литературы и поэта П.А. Вяземского, создателя историко-биографического труда «Фонвизин». Отмечая определенные противоречия между произведениями, созданными им в России и в Европе, он писал: «Дома бич предрассудков, ревнитель образованности и успехов разума, Фонвизин путешественник смотрит на все глазами предрассудка и только что не гласным образом, а отрицательными умствованиями, проповедует выгоду невежества» [Вяземский, 1848]. В какой-то степени в XX в. советский публицист и критик

С.Б. Рассадин [1980; 1985; 2001; 2008] продолжил рассматривать творчество Фонвизина под этим же углом зрения, считая, что политические взгляды сатирика сочетали консервативные и передовые идеи. В 1999 году А. Зорин заявил, что «мера оппозиционности, скажем Фонвизина... оказывается существенно преувеличена» [Зорин, 1999, с. 10]. В.И. Моряков высказался еще более определенно, в каком-то смысле переводя разговор с языка идейного на социально-философский: «Неприятие Фонвизиным нарождавшегося во Франции буржуазного общества свидетельствует, на наш взгляд, что западноевропейская концепция личности как свободного субъекта сознательной волевой деятельности не стала основой его убеждений. Он еще... в значительной степени был подчинен по большей части архаичному российскому социуму, отождествлен со своей социальной ролью» [Моряков, 2011, с. 65].

Творчество Фонвизина пришлось на период колоссального слома в западной цивилизации традиционалистского типа культуры. Нединамичное, аграрное, пассивно-потребительское, корпоративно-коллективистское, религиозное, иерархическое (ориентированное на вертикальные социальные связи), «закрытое» (К. Поппер) «сословно-классовое» (В.П. Илюшечкин), «эгалитарное, ранжированное и стратифицированное» (М. Фрид) общество трансформировалось в общество современного («открытого» (К. Поппер), «рационального» (М. Вебер) «техногенного» (В.С. Степин), «городского» (М.С. Каган)) типа (урбанистическое, индустриальное, политическое, активистское, самоорганизующееся, личностно ориентированное и т.п.).

Конечно, процесс этот нелинейный, сложный, неоднородный занимает не одно столетие и продолжается по сей день. Демократические революции второй половины XVIII в. в Северной Америке и Франции продемонстрировали проективную способность граждан самим формировать новые политические институты, изменять контуры властных отношений. Однако сами революции, как правило, только юридически и политически закрепляют те новые социальные отношения, нормы, правила социального поведения и т.п., которые складываются и накапливаются постепенно, десятилетиями и столетиями. Об этом, собственно, идея К. Маркса об исторических формациях, основное внимание в которой оказалось уделено проблеме трансформации одной формации в другую. Маркс, не единожды говоря о революции как «локомотиве истории», все же вполне справедливо указывал на то, что процесс перехода имеет длительный плавный эволюционный характер. Маркс подчеркивал то, что новые отношения различного типа (конечно, в первую очередь, «производственные» и «отношения собственности», но и, учитывая взаимосвязанность общественных процессов, финансовые, социальные и др., а также изменения идеологических и мировоззренческих основ общества – «надстройки») исподволь меняют прежнюю роль классов, отдельных слоев населения, групп, как бы «прорастают» сквозь старую, изживающую себя «общественно-экономическую формацию» и служат главными движущими «производительными» силами истории [Маркс, 1959, с. 7].

Именно эти перемены в социальном поведении людей в XVIII–XIX вв., воспринимаемые в том числе в своем конфликтном измерении (у Маркса как «борьба антагонистических классов»), в первую очередь беспокоили и заставляли размышлять европейских интеллектуалов. Особенно сложно было выявлять причины и последствия происходящих перемен выходцам из тех культур, которые находились на периферии мировых культурных тенденций. С одной стороны, новые отношения, модели поведения бросались им в глаза, сказывалась разница культур, с другой – они не слишком соответствовали идеальным представлениям о Порядке, пусть даже и новом. Несмотря на знакомство с передовыми гуманистическими идеями и даже на декларативном уровне разделяя их, они оставались преимущественно в пространстве социальных представлений и норм архаической, традиционалистской культуры, в рамках которой, к примеру, крестьянин являлся лишь «элементом земельной собственности» [Майданский, 2008, с. 151]. К тому же нельзя от-

рицать и групповые (классовые – К. Маркс) интересы, в той или иной степени влиявшие на восприятие и оценку этих новых явлений.

Социально-политические взгляды Фонвизина как в драмах, так и в письмах из-за рубежа наиболее наглядно раскрываются в конструировании им социальных отношений внутри локальных хронотопов (от др. гр. Chronos – время и topos – место, пространство, «время-пространство»). «Всякое вступление в сферу смыслов, – писал М.М. Бахтин, – свершается только через ворота хронотопов» [Бахтин, 2000, с. 56]. Как правило, в записках путешественника (письмах-отчетах о путешествии) хронотоп занимает крайне важное место. Причем в хронотоп фонвизинских писем входит не только «хронотоп дороги, гостиницы, замка», о которых говорил М. Бахтин, собственно и формирующий жанровую специфику, но и территориально локализованные хронотопы города, городской улицы, аристократического дома, театра, дающие представление о стране, в целом. Именно зафиксированные автором особенности социального поведения в этих хронотопах, по нашему мнению, в наибольшей мере передают отношение автора к новым явлениям культуры. Рассмотрим три из них: это хронотопы городской улицы, дома и театрального пространства.

### Городская улица

Нужно сказать, что основное внимание Фонвизина приковано к городскому пространству, что, конечно, неслучайно. Французская городская улица – одно из наиболее впечатливших Фонвизина социальных пространств. Именно в городе проходящие изменения явлены в своем наиболее публичном, заметном даже для стороннего наблюдателя виде. В определенном смысле именно улица становится катализатором культурных изменений, распространяющихся и на другие социальные пространства. Похоже, что для Фонвизина улица стала местом и символом грандиозной эпической битвы, развернувшейся между третьим сословием (горожанами) и аристократией. Сам тон посланий не оставляет сомнений в том, что русский путешественник считает, что эта битва аристократами уже фактически проиграна или, во всяком случае, очень близка к их безоговорочному поражению, что в системе ценностей Фонвизина равно катастрофе и моральной деградации общества.

Так, по мнению Фонвизина, городская улица концентрирует в себе худшие качества современного западного общества, одновременно являющиеся характерными признаками Франции и общества французского как европейского культурного лидера. Так, заметными (физически, на уровне обоняния) индикаторами общественного регресса становятся грязь и запах нечистот, на которые автор писем чрезвычайно концентрируется и постоянно обращает внимание, так что для читателя они становятся чуть ли не визитной карточкой Франции: «...въехали мы во Францию. Первый город Ландо, крепость знатная. При въезде в город ошибла нас мерзкая вонь, так что мы не могли уже никак усомниться, что приехали во Францию. Словом, о чистоте не имеют здесь нигде ниже понятия, и кто не хочет задохнуться, тот, конечно, окна не отворяет. <...> Потом приехали мы в Бресс... коего жители также по уши в нечистоте...», «...надлежит зажать нос, въезжая в Лион, точно так же как и во всякий французский город» [Фонвизин, 1959, с. 420]. Запах закрепляется за французами, как и неприятный запах за еврейскими местечками, – еще один постоянный спутник путешественника. Между тем для Фонвизина важно заявить, что проблема имеет рукотворный характер и указать на виновника этой антисанитарии. Это простые горожане. Именно они превращают город в пространство социального беспорядка, разрушенной иерархии, «изволят лить» помой прямо «...из окон на улицу», там же «господа французы обжигают свинью» [Фонвизин, 1959, с. 420]. Причиной такого девиантного поведения является безнаказанность горожан. Горожане не слишком опасаются властей, они ведут себя на улицах совершенно бесцеремонно, как единственные их хозяева, так, как будто эта территория принадлежит исключительно им, а не является территорией, над которой должны властвовать и контролировать те, кому это полагается по праву рождения и их социальному статусу, то есть высшие круги и полиция, представляющая со-

словное государство. Французская полиция бездействует («...пустила бы наша полиция среди Миллионной улицы опаливать свинью!» [Фонвизин, 1959, с. 420], а ведь ею так «хвалятся французы» (автор иронизирует над предметом гордости французов). Бессилие сословной власти, неспособность ее навести в городах порядок, исправить возмутительные социальные практики, произвол третьего сословия являются для Фонвизина первым симптомом общественного неблагополучия. Подобный же стиль поведения отмечается автором и в других городских хронотопах. Так, физическая нечистоплотность города становится прелюдией и символом всеобщей моральной распушенности и упадка, также неустанно изобличаемыми автором «Недоросля».

Одним из значимых для Фонвизина событий, оставившим у него двойственное чувство, и, в определенном смысле, поставившее автора писем в тупик, становится celebration юбилея Вольтера. Часть этого действия разворачивается именно на улице. В этот день улица оказывается в буквальном смысле захваченной третьесословной толпой, не встречая ни малейшего сопротивления или хоть какого-нибудь контроля со стороны власти. Горожане при этом невероятно активны, для их описания, как правило, применяются глаголы интенсивного физического действия. Они сами пишут сценарий встречи, определяют правила поведения участников и расставляют политические акценты: «народ закричал: «des flambeaux, des flambeaux!» (Факелов, факелов! (франц.)) ...велели кучеру ехать шагом, и бесчисленное множество народа с факелами провожало его до самого дома, крича непрестанно: «Vive Voltaire!» (Да здравствует Вольтер! (франц.))» [Фонвизин, 1959, с. 442]. Горожане, не стесняясь, говорят от имени всей Франции: «Прими, Вольтер, венок, который тебе дарят; прекрасно заслужить его, когда Франция тебе его преподносит». По сути, они устанавливают альтернативную социальную иерархию, проявляя тем самым свою социально-политическую субъектность. Вольтер становится моральным и социальным центром, его встречают как нового мессию, несут на руках, а Фонвизин сравнивает горожан с религиозной сектой.

В формировании этой новой альтернативной социально-властной реальности активно участвуют лидеры общественного мнения – великие французские просветители, философы-энциклопедисты – Жан Лерон Д'Аламбер (член Парижской академии наук, Французской Академии, Лондонского королевского общества, Петербургской академии и многих других академий) и Дени Дидро (писатель, драматург, создатель многотомника «Энциклопедия, или Толковый словарь наук, искусств и ремёсел», иностранный почётный член Петербургской академии наук и т.д.). Об этом с нескрываемой тревогой пишет Фонвизин. В свете идей Просвещения, как живые носители концепций социальной справедливости, равенства, законности, политической гражданственности, защитники простых людей и т.д., они вполне закономерно связываются Фонвизиним с улицей, представлены как ее органическая часть. При этом проявления новых стратегий социального поведения, свидетелем которых стал русский сатирик, настолько пугают его, что он видит в этом, как правило, одни негативные стороны. Величайшие социальные мыслители, оставившие свой след в истории мировой политической мысли и социальных движений, авторы «Великой Французской энциклопедии» упоминаются в крайне уничижительном контексте, во множественном числе («Д'Аламберты, Дидероты...») и разоблачаются как «уличные шарлатаны» и даже «...хуже их...»: «... – в своем роде такие же шарлатаны, каких видел я всякий день на бульваре; все они народ обманывают за деньги, и разница между шарлатаном и философом только та, что последний к сребролюбию присоединяет беспримерное тщеславие...» [Фонвизин, 1959, с. 481]. Не гнушается русский автор и, ради дискредитации их образа, использовать и довольно спорные портретные характеристики: «...Из всех ученых удивил меня Д'Аламберт. Я воображал лицо важное, почтенное, а нашел премизерную фигуру и преподленькую физиономию» [Фонвизин, 1959, с. 448]. Сама улица предстает как сборище шарлатанов, дураков и другого праздного люда: «...народ... весьма скотино-



ват... куча людей, а по середине шарлатана... смешит дураков шутками... словом народ праздный и заезывается охотно, а притом весьма грубый» [Фонвизин, 1959, с. 428].

Фонвизин фиксирует и вопиющие отступления от социальных норм и иерархии самими верхами. Так, к примеру, офицер в нарушение сословного этикета «...шатается без слуги» [Фонвизин, 1959, с. 429]. Принц крови ведет себя как простой человек, говорит «...грубо, произнося слова отрывисто», ходит «...переваливаясь, разинув рот, не смотря ни на кого», толкает «...всякого, с кем встретится», смеется «...без малейшей причины, сколько сил есть громче» [Фонвизин, 1959, с. 483]. Пример элиты заразителен для других представителей элиты: «...все молодые люди подражают его [принца] тону...» [Фонвизин, 1959, с. 483].

Под водительством по сути самозванцев и брошенные на произвол судьбы властями, забывшими свой сословный долг и принципы (этические и поведенческие), города и улицы сдаются охлосу, превращаются в пространство праздности и нравственной деградации: «Развращение нравов дошло до той степени, что подлый поступок не наказывается уже и презрением. Честнейшие действительно люди не имеют нимало твердости отличить бездельника от доброго человека», «...деньги есть первое блаженство здешней земли... Божество его – деньги. Из денег нет труда, которого б не поднял, и нет подлости, которой бы не сделал» [Фонвизин, 1959, с. 481].

### Театр

Театр становится одним из главных символов этого драматического превращения. Он фактически сливается с улицей, предстает как общее пространство безответственности и лени: «И действительно, всякий день здесь праздник. Видя с утра до ночи бесчисленное множество людей в непрерывной праздности, удивиться надобно, когда что здесь делается. <...> Все столько любят забавы, сколько труды ненавидят; а особливо черной работы народ терпеть не может... Не упоминая о садах, всякий день пять театров наполнены» [Фонвизин, 1959, с. 475].

Границы между улицей и театром, как и между улицей и домом весьма условны. Народ – символ улицы – размыкает герметичность социальных миров (к примеру, Французской академии). Горожане стирают границы между улицей и не улицей. В сцене чествования Вольтера горожане «с непрестанными восклицаниями» препровождают его в Академию (там писателя и драматурга выбирают во временные директора) и в театр, соединяя пространства улицы и публичного заведения. В театре уличная публика, разрывая границы между партером и сценой, отменяя заранее подготовленный сценарий (нарушая театральную субординацию), присваивает себе право определять повестку событий. Так же, как и на улице, партер активно одобряет происходящее «громким рукоплесканием, продолжавшимся близ четверти часа», аплодирует «с великим криком» и при этом «велит» актерам повторить чтение стихов. Дальнейшие события только способствуют нарастанию тревожности русского путешественника. В театре автором посланий фиксируется опасная, по его мнению, субъектность третьего сословия. Так, публика оказывает Вольтеру знаки почета и уважения, скорее достойные правящего и отмеченного славой монарха (бюст, лавровый венок), нежели простого писателя. Фонвизин с явным беспокойством отмечает, как условная жизнь сцены сливается с реальной жизнью улицы. Условность и театральность действия в определенной степени снимается выходом процессии на улицу, что переводит эту ситуацию в гораздо более серьезный социальный регистр.

Тот же партер включает в поле своего зрения и в зону своей эмоциональности ложу, поступки представителей высших сословных групп, громко аплодируя не только нарушительно сословных правил дюку дэ Бурбону, посмевавшему вызвать на дуэль принца крови, но и самому принцу, не побоявшемуся повести себя храбро и ответить за свою оплошность. Вертикальные границы между социальным верхом и низом предстают как слабые. Конечно, сохраняется формальная граница (пространственная между партером и

балконом), но она становится проницаемой для публичного высказывания, проявления эмоций. Сквозь нее проникают шум, аплодисменты, крики, вовлекающие жизнь верхов в публичное открытое пространство, демократизируя пространство театра («...публика, сведав, что они дрались, обернулась к их ложе и аплодировала им с несказанным восхищением, крича: браво, браво, достойная кровь Бурбона!» [Фонвизин, 1959, с. 440]).

Театральная ложа еще, по крайней мере раз, становится пространством нарушения норм и разложения в случае, когда она «...наполнена была лучшими людьми города», а приставленный часовой, «...соскучив стоять на своем месте, отошел от дверей, взял стул и, поставя его рядом со всеми сидящими знатными особами, сел тут же смотреть комедию, держа в руках свое ружье» [Фонвизин, 1959, с. 488]. Позиция автора очевидна: хотя бы в ложе, как в элитарном пространстве, должны соблюдаться сословные порядки. Отсюда вполне объяснимая реакция: «Удивила меня дерзость солдата...» [Фонвизин, 1959, с. 488]. Однако еще больше удивляет русского писателя полное отсутствие, как ему кажется, должной реакции со стороны правящего класса: «Подле него сидел майор его полка и кавалер св. Людовика. Удивила меня дерзость солдата и молчание его командира, которого взял я вольность спросить: для чего часовой так к нему присоседился? "C'est qu'il est curieux de voir la comedie" [Потому, что ему любопытно смотреть комедию (франц)], – отвечал он с таким видом, что ничего странного тут и не примечает» [Фонвизин, 1959, с. 488].

Другая сцена в театре, переходящая на улицу, описанная в письмах Фонвизина, становится еще более ярким свидетельством проявления субъектности и солидарности горожан, а также их способности противостоять действиям сословной власти. В этом случае происходит прямое столкновение правящей и подвластной социальных групп. Пространство театра оказалось слепком социального пространства, разделенного на зоны социального престижа и влияния (партер и ложа). Партер претендует на большую роль в распределении социального влияния. При этом он дискредитируется со стороны ложи, куда, собственно, перебирается сам автор, как пространство Хаоса: «бешенства», «бунта», «нахальства», насилия и запугивания («насильство партера... грозили все вверх дном поставить» [Фонвизин, 1959, с. 435]). Здесь «принуждают», правят низкие чувства – безнаказанность, хамство, невоздержанность, бескультурие («этакого крика в наших кулачных боях, я чаю, не бывало... Какой поднялся визг от дам!» [Фонвизин, 1959, с. 435]).

В ответ на требование партера, трактуемое как безумное упрямство и наглое притязание («...Кричали, что они не выйдут из партера, не видав требуемого танца» [там же]), власть рассердившись, проявляя твердость, и решив «не потворствовать нахальству партера», прибегает к арестам и насилию в отношении: «...остервенелого народа... вбежали гренадеры... Самых задорных стали хватать за ворот и отсылать в городскую тюрьму» [Фонвизин, 1959, с. 436]. Упорядочивание хаотического пространства социального низа приходит извне и сверху. Быстро и решительно, к явному удовольствию Фонвизина, в театре наводится порядок с помощью вооруженного караула («...по повелению графа, вбежали в партер человек с пятнадцать гренадер с обнаженными палашами и закричали, чтоб в один момент все шли из партера или рубить будут» [Фонвизин, 1959, с. 435]), так смятение против правительства и бунт закончились [Фонвизин, 1959, с. 435]. Не скрывает Фонвизин и злорадство по поводу поражения горожан: «Вся храбрая сволочь, которая за минутой пред тем грозила театр поставить вверх ногами, бежала сломя голову вон: один давил другого и в четверть часа все выбежали вон, чем дело и закончилось» [Фонвизин, 1959, с. 435].

Между тем, проиграв сражение, народ не собирался сдаваться, что явилось полной неожиданностью для русского сатирика. «Боевые действия» перенесли на улицу. Здесь Фонвизин столкнулся с маловлиятельным в традиционном обществе феноменом – феноменом демократического потребителя. Ключом к народной победе становятся деньги или потерянная театром прибыль, ставшая действенным рычагом демократического влияния в формирующемся обществе нового типа. Горожане, проявляя недюжинные навыки граж-

данской солидарности, объявляют бойкот театру, вынуждая его директора «со слезами» просить власти остановить войну против народа, приносящего основную прибыль. Финал этой драмы оставляет Фонвизина в некоторой растерянности: «не знаю, что-то будет сегодня» [Фонвизин, 1959, с. 436].

### Дом

Признаки упадка особенно бросаются в глаза в последнем бастионе сословного общества – французском аристократическом доме. Среди таковых Фонвизин выделяет «невежливостное» поведение слуг. Так лакеи не считают нужным вставать и снимать шляпы перед представителями высшего: «...Лакеи здешние такие неучи, что в самых лучших домах быв впущены в переднюю, кто бы не прошел мимо, дама или мужчина, ниже с места не тронутся и, сидя, не снимают шляп...», «с крайней неучтивостью» ведут себя даже с представляющим «королевскую особу», проходящим «мимо этих скотов...» [Фонвизин, 1959, с. 429]. Другие слуги, по мнению Фонвизина, также нарушают сословный этикет. Они не спешат выполнять неоплаченную и, вероятно, не обговоренную в договоре работу. Работники выдвигают свои требования и ограничения, тем самым как бы, разрывая общую волю правящей группы, в отношении нижестоящих по социальной лестнице: «... а слуги их... надвинув на глаза шляпу, кроме своего господина не смотрят ни на кого... Буде же нет лакея, то несчастный хоть умри с голоду... А соседа твоего лакей, как ни проси, тарелки твоей не примет: *je ne sers que mon maître* [кроме своего господина, я никому не служу]», «...услуга за столом очень дурна. Я, когда в гостях обедаю (ибо никогда не ужинаю), принужден обыкновенно вставать голодный», «...кавалеры святого Людовика, люди заслуженные... ходят с тарелкою около сидящих и просят, чтоб кушанье на тарелку им положили. Как скоро съест, то побежит в переднюю к поставленному для мытья посуды корыту, сам, бедный, тарелку свою вымоет...» [Фонвизин, 1959, с. 430]. Образцом «правильного» социального поведения служат русские крепостные, готовые услужить любому представителю элиты: «Фишер и Петрушка одеты у меня в ливрее и за столом служат. Я предпочитаю их двум нанятым французам, которых нельзя и уговорить, чтоб, кроме меня, приняли у кого-нибудь тарелку» [Фонвизин, 1959, с. 430].

Вся домашняя жизнь французской аристократии, включая и поведение, представляется Фонвизину напрочь лишенной сословного достоинства. Так, маркиза Fraigeville, нарушая сословные принципы, «...изволит обедать на поварне против очага», то есть там, где едят слуги [Фонвизин, 1959, с. 432]. Причиной такого, по мнению автора, падения нравов является не только бедность французского высшего сословия, но прежде всего потеря стыда, непонимание значимости своего социального положения в структуре сословного общества: «Она без всякого стыда отвечала мне, что как нет у нее за столом людей посторонних, то для экономии, чтоб не разводить огня в камине столовой комнаты, обедает она на поварне, где на очаге огонь уже разведен. Жаловалась мне, что дрова очень дороги и что она одною поварнею чувствительный убыток терпит» [Фонвизин, 1959, с. 432].

Бедность элиты, вынужденная экономия на мелочах вызывают лишь высокомерные замечания небогатого по меркам своего отечества русского путешественника о преимуществах жизни помещиков в крепостной России: «Спрашивал я, для чего вина и воды не ставят перед кувертами? Отвечали мне, что и это для экономии: ибо-де примечено, что коли бутылку поставить на стол, то один всю ее за столом выпьет, а коли не поставить, то бутылка на пять персон становится. Подумай же, друг мой, из какой безделицы делается экономия: здесь самое лучшее столовое вино бутылка стоит шесть копеек, а какое мы у нас пьем — четыре копейки. Со всем тем для сей экономии не ставят вина в самых знатнейших домах. Клянусь тебе, по чести моей, что как ты живешь своим домиком, то есть как ты пьешь и ешь, так здесь живут первые люди; а твоего достатка люди рады б к тебе в слуги пойти. Отчего же это происходит? <...> видя на мне соболий сюртук, на который я полошил золотые петли и кисти. Всякий француз подходит ко мне и, поглядев на обшлаг,

вне себя бывает от восхищения... Перстень мой, который вы знаете и которого лучше бывают часто у нашей гвардии унтер-офицеров, здесь в превеликой славе. Здесь бриллианты только на дамах, а перстеньки носят маленькие», «не понимаю. У нас все дороже; лучшее имеем отсюда втридорога, а живем в тысячу раз лучше. Если б ты здесь жила так, как в Москве живешь, то б тебя почли презантною и пребогатою особою <...> Смешно вздумать, каких здесь обо мне мыслей и по тому одному, что у меня в камине огонь не переводится. И а une fortune immense! C'est un senateur do Russie! Quel grand seigneur! [У него громадное состояние! Это русский сенатор! Большой вельможа! (франц.)]» [Фонвизин, 1959, с. 432].

В круг зрения путешественника попадает и белье (столовое и нательное): «Белье столовое во всей Франции так мерзко, что у знатных праздничное несравненно хуже того, которое у нас в бедных домах в будни подается. Оно так толсто и так скверно вымыто, что гадко рот утереть. Я не мог не изъявить моего удивления о том, что за таким хорошим столом вижу такое скверное белье. На сие в извинение сказывают мне, que cela ne se mange pas [это не едят (франц.)] и что для того нет нужды быть белью хорошему», «Какое белье! Боже! Ты видишь, чем мы принуждены утираться! Подумай, друг мой, что, кроме толстоты салфеток, дыры на них защиты голубыми нитками!», «Я остолбенел, увидя, какие на них рубашки! Не утерпел я, чтоб не спросить их: для чего к такой дерюге пришивают они тонкие прекрасные кружева? На сие, в извинение, сказали мне, que cela ne se voit pas [этого не видно снаружи (франц.)]» [Фонвизин, 1959, с. 430].

Довершает картину разложения французской знати их готовность пойти в услужение (то есть, работать) к русским аристократам: «...каждый французский дворянин, при всей своей глупой гордости, почтет за великое себе счастье быть принятым гувернером к сыну нашего знатного господина... Множество из них мучили меня неотступными просьбами достать им такие места в России» [Фонвизин, 1959, с. 484].

### Заключение

Подведем краткий итог. Мы полагаем, что в письмах Фонвизина отразились двойственность и расколотость мироощущения русского дворянина-интеллигента XVIII столетия. С одной стороны, будучи приверженцем просвещенческой идеологии, пусть в ее усеченном и неразвитом виде, он не мог не ратовать за гуманизацию социальных порядков в России, а с другой – реальные образцы поведения (социальные роли), вероятно, сталкивались в его сознании с их идеальными моделями, взятыми из социальных практик крепостнического государства и традиционалистской культуры, в рамках которой каждый человек должен был строго соответствовать своей закрепленной от рождения сословно-социальной роли, своему социальному статусу, месту в социальной иерархии. Эти принципы должны были распространяться как на подчиненных, так и на властителей. Будучи во Франции, русский сатирик увидел, что нарушения социального порядка, как его понимал Фонвизин, идут с обеих сторон, переводя «нарушителей» из «человеческого» в «скотское» состояние.

### Список литературы

1. Бахтин М.М. 2000. Формы времени и хронотопа в романе: очерки по исторической поэтике. В кн.: Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. М., Художественная литература, 121–290.
2. Белинский В.Г. Письма: 1829–1840. 1956. Т. 11. Под ред. Н.Ф. Бельчикова. Полное собрание сочинений. В 13 т. М., Изд-во Акад. наук СССР, 718 с.
3. Берков П.Н. 1947. Театр Фонвизина и русская культура. В кн.: Русские классики и театр. Под ред. Е. Кузнецова. М.-Л., Искусство: 7–108.
4. Благой Д.Д. 1960. История русской литературы XVIII века. Под ред. Д.Л. Устюжанина. М., Учпедгиз, 582 с.



5. Вяземский П.А. 1848. Фон-Визин. Санкт-Петербург, тип. Деп. внеш. торг., 468 с.
6. Гуковский Г.А. 1947. Фонвизин. В кн.: Литература XVIII века. Т. IV. История русской литературы. В 10 т. М.-Л., Изд-во АН СССР: 152–200.
7. Гуковский Г.А. 1999. Русская литература XVIII века. М., Аспект Пресс, 453 с.
8. Горнфельд С.В. 1890–1907. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. В 86 т. (82 т. и 4 доп.). СПб.
9. Зорин А. 1999. Григорий Александрович Гуковский и его книга. В кн.: Гуковский Г.А. Русская литература XVIII век. М., Аспект Пресс: 3–11.
10. Коршунова Н.В. 2005. Фонвизин. В кн.: Общественно-политическая мысль России XVIII — начала XX века. Энциклопедия. Под ред. В.В. Журавлева. М., Политическая энциклопедия (РОССПЭН), 583–584.
11. Кулакова Л.И. 1966. Денис Иванович Фонвизин. Л., Просвещение, 177 с.
12. Майданский А.Д. 2008. Логика и феноменология всемирной истории. *ΣΝ ΑΡΧΗ*, 5: 146–169.
13. Макогоненко Г.М. 1969. От Фонвизина до Пушкина. Из истории русского реализма. М., Художественная литература, 498 с.
14. Маркс К. 1959. К критике политической экономии. В кн.: К. Маркс, Ф. Энгельс. Собр. соч. Изд. 2-е. Т. 13. М., Политиздат, 771 с.
15. Моряков В.И. 2011. Д.И. Фонвизин о Франции последней трети XVIII в. Вестник Московского университета. Серия 8: История, 3: 52–68.
16. Пигарев К.В. 1954. Творчество Фонвизина. М., Изд-во АН СССР, 314 с.
17. Рассадин С.Б. 1980. Фонвизин. М., Искусство, 288 с.
18. Рассадин С.Б. 1985. Сатиры смелый властелин. М., Книга, 268 с.
19. Рассадин С.Б. 2001. Русская литература: От Фонвизина до Бродского. М., Слово, 288 с.
20. Рассадин С.Б. 2008. Умри, Денис, или Неугодный собеседник императрицы (История жизни и творчества Дениса Ивановича Фонвизина). М., Текст, 384 с.
21. Степанов В.П. 1986. Полемика вокруг Д.И. Фонвизина в период создания «Недоросля». XVIII век, 15: 204–229.
22. Томашевский Б.В. 1990. Пушкин. В 2 т. Том 1. Под ред. В.Г. Базанова. М., Худож. лит., 367 с.
23. Фонвизин Д.И. 1959. Письма и дневники. В кн.: Д.И. Фонвизин. Сбр. Соч. Т. 2. М.-Л., Художественная литература, 744 с.

## References

1. Bakhtin M.M. 2000. *Formy vremeni i khronotopa v romane: ocherki po istoricheskoi poehtike*. [Forms of time and chronotope in the novel: essays on historical poetry]. In: M.M. Bakhtin. *Ehpos i roman*. [Epic and novel]. SPb., Publ. Azbuka, ABC, 11–193.
2. Belinskii V.G. 1956. *Pis'ma: 1829–1840*. [Letters: 1829–1840]. Vol. 11. Edited by N.F. Bel'chikova. Complete collection of works. In 13 vol. Publishing House of the Academy of Sciences of the USSR, 718 p.
3. Berkov P.N. 1947. *Teatr Fonvizina i russkaya kul'tura* [Theater of Fonvizin and Russian culture]. In: *Russkie klassiki i teatr* [Russian classics and theater]. Ed. E. Kuznetsov. M.-L., Publ. Iskusstvo: 7–108.
4. Blagoy D.D. 1960. *Istoriya russkoy literatury KhVIII veka* [History of Russian Literature of the Eighteenth Century]. Ed. D.L. Ustyuzhanin. M., Publ. Uchpedgiz, 582 p.
5. Vyazemskii P.A. 1848. *Fon-Vizin*. Saint Petersburg, Publ. Tip. Dep. vnesh. torg., 468 p.
6. Gukovskiy G.A. 1947. *Fonvizin* [Fonvizin]. In: *Literatura XVIII veka* [Literature of the 18th century]. Vol. IV. *Istoriya russkoy literatury* [History of Russian Literature]. In 10 vol. M.-L., Publ. AN SSSR: 152–200.
7. Gukovskiy G.A. 1999. *Russkaya literatura XVIII veka* [Russian Literature of the 18th Century]. M., Publ. Aspekt Press, 453 p.
8. Gornfel'd S.V. 1890–1907. *Entsiklopedicheskiy slovar' Brokgauza i Yefrona*. In 86 vol. SPb.,
9. Zorin A. 1999. *Grigoriy Aleksandrovich Gukovskiy i ego kniga* [Grigory Alexandrovich Gukovsky and his book]. In: *Gukovskiy G.A. Russkaya literatura XVIII vek* [Russian Literature of the 18th Century]. M., Publ. Aspekt Press: 3–11.

10. Korshunova N.V. 2005. Fonvizin. [Fonvizin]. In: Obshchestvenno-politicheskaya mysl' Rossii KHVIII — nachala KHKH veka. Ehntsiklopediya. Socio-political thought of Russia of the XVIII - early XX century. Encyclopedia. Edited by V.V. Zhuravlev. M., Rossiiskaya politicheskaya ehntsiklopediya (ROSSPEN): 583–584.
11. Kulakova L.I. 1966. Denis Ivanovich Fonvizin [Denis Ivanovich Fonvizin]. L., Publ. Prosvetshchenie, 177 p.
12. Maydanskiy A.D. 2008. Logika i fenomenologiya vseмирnoy istorii [Logic and Phenomenology of World History]. *ЭН АРХИ*, 5: 146–169.
13. Makogonenko G.M. 1969. Ot Fonvizina do Pushkina. Iz istorii russkogo realizma [From Fonvizin to Pushkin. From the history of Russian realism]. M., Publ. Khudozhestvennaya literatura, 498 p.
14. Marks K. 1959. K kritike politicheskoi ehkonomii. To the criticism of political economy. In: K. Marks, F. Ehngel's. Collected works. Ed. 2. Vol. 13. M., Politizdat, 771 p.
15. Moryakov V.I. 2011. D.I. Fonvizin on France of the last third of the 18th century. Moscow university bulletin. Series 8: History, 3: 52–68 (in Russian).
16. Pigarev K.V. 1954. Tvorchestvo Fonvizina [Creativity of Fonvizin]. M., Publ. AN SSSR, 314 p.
17. Rassadin S.B. 1980. Fonvizin [Fonvizin]. M., Publ. Iskusstvo, 288 p.
18. Rassadin S.B. 1985. Satiry smelyy vlastelin [Satyrs are the brave master]. M., Publ. Kniga, 268 p.
19. Rassadin S.B. 2001. Russkaya literatura: Ot Fonvizina do Brodskogo [Russian Literature: From Fonvizin to Brodsky]. M., Publ. Slovo, 288 p.
20. Rassadin S.B. 2008. Umri, Denis, ili Neugodnyy sobesednik imperatritsy (Istoriya zhizni i tvorchestva Denisa Ivanovicha Fonvizina) [Die, Denis, or the Empress's Disagreeable Interlocutor (The story of the life and work of Denis Ivanovich Fonvizin)]. M., Publ. Tekst, 384 p.
21. Stepanov V.P. 1986. Polemika vokrug D.I. Fonvizina v period sozdaniya «Nedoroslyya» [Controversy around D.I. Fonvizin during the creation of "Nedoroslyya"]. XVIII vek, 15: 204–229.
22. Tomashevskii B.V. 1990. Litsei. Peterburg. Lyceum. Petersburg. Book I. Pushkin. In 2 books. Edited by V.G. Bazanova. M., Publ. Art. lit., 367 p.
23. Fonvizin D.I. 1959. Pis'ma i dnevniki. [Letters and diaries]. In: D.I. Fonvizin. Collection of Essays]. Vol. 2. M.-L., Khudozhestvennaya literatura, 744 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Меринов Валерий Юрьевич**, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Valeriy Y. Merinov**, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Journalism of the Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia



УДК 81'42 (075.8)  
DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-442-450

## Мультиmodalность медиатекста в новом коммуникативном пространстве (наблюдения и замечания)

**Пстыга А.**

Гданьский университет,  
Польша, г. Гданьск, 80-308, ул. Wita Stwosza, 51  
e-mail: alicja.pstyga@ug.edu.pl

**Аннотация.** Рассмотрены вопросы дискурсивной деятельности СМИ, связанные с кодированием, декодированием и перекодированием медиатекста. В центре внимания мультиmodalность как фактор, который активно используется в формировании текстовой действительности и предопределяет вектор интерпретации текста, а в другом коммуникативном пространстве (в переводческой перспективе) меняется соответственно установке редакции журнала и/или переводчика. Таким образом, необходимой становится новая методологическая перспектива анализа мультиmodalного медиатекста. С этой точки зрения сам выбор текста для перевода оказывается значимым, поскольку он неразрывно связан с избирательностью и оценкой информации. Данный подход требует глобального рассмотрения соотношений в межтекстовом пространстве, учитывающих мультиmodalные элементы структуры медиатекста, которые оказывают влияние на аксиологическое измерение всего сообщения, что одновременно позволяет выявить степень симметрии между оригиналом и переводом.

**Ключевые слова:** медиатекст, мультиmodalность, коммуникация, перевод

**Для цитирования:** Пстыга А. 2021. Мультиmodalность медиатекста в новом коммуникативном пространстве (наблюдения и замечания). Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 40 (4): 442–450. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-442-450

---

## Multimodality of Media Text in New Communication Space (Observations and Comments)

**Alicja Pstyga**

University of Gdańsk,  
51 Wita Stwosza St, Gdańsk 80-308, Russian Federation  
e-mail: alicja.pstyga@ug.edu.pl

**Abstract.** In the article the author discusses some aspects of discursive activity of media connected to coding, decoding and transcoding of the media text. Emphasis is placed on the multimodality, which is actively used in shaping of the reality of the text and predetermines the direction of its understanding. In different communicative space (after translation) it can be changed accordingly to magazine's or translator's intention. Then, methodological problems are enumerated. From this point of view, the selection of the text for translation appears to be significant as it is related to the selection and evaluation of information. Such an approach requires a holistic analysis of intertextual relations, also including other elements of the text structure (in terms of multimodality) which affect axiological aspects of the entire message, identifying the degree of symmetry between the original text and its translation.

**Keywords:** media text, multimodality, communication, translation

**For citation:** Pstyga A. 2021. Multimodality of Media Text in New Communication Space (Observations and Comments). Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 442–450 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-442-450

---

### Медиатекст: между логоцентризмом и методологической интеграцией

Мультимодальность, медиаконвергентность и рецептивный подход считаются ведущими параметрами в современном изучении медиатекста. Медиатекст, который исследователи [Добросклонская, 2008; Żydek-Bednarczuk, 2013; Казак, 2014; Полонский, 2015; Maćkiewicz, 2016; Piekot, 2006; Skowronek, 2016; Loewe, 2018] определяют как многоаспектное, многоуровневое явление, основанное на единстве языковых и медийных признаков, как продукт разных форм массовой коммуникации (журналистики, рекламы и связей с общественностью), рассчитанный на массовую аудиторию, и одновременно как единицу языка СМИ, требует интерпретации, опирающейся на разные медийные структуры, сопровождающие вербально изложенные смыслы и участвующие в глобальной семантике текста. В дискурсивной деятельности СМИ данные факторы (с доминирующей ролью поликодовости и ее эстетического потенциала) обогащают традиционный логоцентрический подход к анализу текста и выявляют разные аспекты соформирования медийной текстовой действительности, специфику его функционирования в определенном медиaprостранстве, его понимания и восприятия, что обозначает интердисциплинарный характер исследований и применение неоднородных исследовательских процедур. Таким образом анализ включает, кроме лингвистического, социологический аспект, культурно-социальный контекст, точку зрения адресанта и адресата, ситуативный контекст и установку на интеракции, а также роль невербальных семиотических средств. Все перечисленные вопросы можно рассматривать также в рамках медиакритики [Кожемякин, 2010; Короченский, 2018а; 2018б; Полонский, 2018; Кожемякин, 2019; Pstyga, 2021а; 2021б].

В свою очередь, содержащаяся в заглавии статьи формулировка *в новом коммуникативном пространстве* предусматривает исследование вопросов анализа медиатекста в сопоставительном плане – как последовательность действий в межтекстовом пространстве между оригиналом и переводом, которые оцениваются с точки зрения влияния на восприятие медийного содержания реципиентом, в частности реципиентом переведенного медийного коммуниканта, функционирующего в новой для него коммуникативной среде. Данная установка позволяет расширить исследовательскую перспективу и дополнить те вопросы, которые были затронуты в статье «Медиатекст и перевод» [Пстыга, 2019].

Итак, напомним, что международные (одновременно межъязыковые и межкультурные) аспекты медийного коммуникативного пространства включают трансляцию информации о современном мире, в том числе и постановку информации о чужой действительности, мнении и оценках, а также о событиях, протекающих в стране, в которой перевод появляется, которые перекрещиваются с проблемой формирования медийной действительности и ее интерпретации с точки зрения получателя, принадлежащего к определенной коммуникативной среде. В переводоведческом аспекте данная проблема ставится редко, так как, как полагается, перевод воспроизводит действительность оригинала, то есть сводится к конструированию его текстовой репрезентации. Однако на основе анализа контента и сопоставления этих двух текстов (в рамках критики перевода и медиакритики) наблюдаются некоторые расхождения, позволяющие в новом коммуникативном пространстве отметить случаи влияния на медийную действительность текста перевода. Следует подчеркнуть, что в рамках воссоздания (или соформирования?) текстового пространства, учитывая все особенности перевода медийного текста [Pstyga, 2021б], в процессе включения медиатекста в новое коммуникативное пространство происходит смена точки зрения, перспективы и системы ценностей, меняется и социокультурный контекст, в котором переведенный текст функционирует, выполняя уже другую функцию [Lewicki, 2017] и сохраняя некоторую автономность. Смена кода (перекодирование) и возможная модификация медиатекста в процессе перевода, чаще всего его сокращение с селективностью отбора информации, дополнение новой информацией согласно установке на другого читателя и его знания, требование компрессии текста и добавление графики, соотносится с функцией каждого переведенного текста, поскольку представленная в нем информация имеет уже другое значение для другого потребителя, который получает данную информацию позже, чем читатель оригинала, и



знакомится с ней с совершенно иной целью, а сам текст должен одновременно привлекать его внимание, являясь формой инфотейнмента, игры, развлечения [Пстыга, 2019; Pstyga, 2021b]. Поэтому есть основания для того, чтобы ввести фактор интенциональности в сферу модификаций содержания и оформления статьи в переводческом варианте, для чего используется также мультимодальность. На этом фоне обоснованным представляется нам вопрос о роли всех составляющих в пределах единого коммуниканта в конечной интерпретации текста (оригинала или/и перевода) представителем определенной языковой общности в конкретном коммуникативном пространстве.

### Мультимодальность и различные коммуникативные пространства

Мультимодальность (поликодовость) можно считать в этом плане наиболее эффективным и значимым фактором, в глобальной интерпретации медиатекста и его воздействии на получателя играющим важную роль [Maćkiewicz, 2016; Кожемякин, 2019; Lisowska-Magdżarz, 2019; Pstyga, 2021a] и во многом предопределяющим интерпретацию сообщения. Именно поликодовые средства своей невербальной природой привлекают внимание читателя, вносят дополнительный компонент оценочности сообщения и усиливают ценностные ориентиры текста. Таким образом, с точки зрения функционирования медиатекста в новом коммуникативном пространстве – посредством перевода – следует подчеркнуть значимость не только отбора тематики (информации) и текста для перевода [Piekot, 2006; Stöckl, 2015], но также роль его оформления, что привлекает внимание исследователя и реципиента как на уровне отбора языковых структур, так и визуального кода, учитывая заголовочный комплекс, шрифт, сопровождающие вербальную информацию фотографии и подпись к ним, схемы и рисунки.

Используя русскоязычные медиатексты (из печатных источников, их цифровых версий и интернет-сайтов) и их последующий перевод на польский язык в журнале *Fogum* (печатной и цифровой версиях), предлагаем рассмотреть специфику мультимодального мультимедийного текста и роль различных кодов в передаче глобального смысла оригинала с точки зрения меняющейся коммуникативной среды и восприятия другим, соответственно коммуникативному пространству, читателем. Рассматривая мультимодальность как фактор, участвующий в создании смысла коммуниканта и предопределяющий его воздействие и интерпретацию, сосредоточиваем внимание на различных возможностях оформления текста в новом коммуникативном пространстве – от воспроизведения (как правило, частичного) к созданию совершенно нового.

Сопоставляя тексты, следует отметить, что лейаут устанавливается редакцией журнала, заголовочный комплекс, как правило, создается заново – соответственно требованиям журнала, а графическое оформление в силу действия определенных законов (авторские права), но также решения или желания редколлегии, предлагаются в новой форме.

**Case study.** Как пример нами отобраны два текста, которые относятся к разным жанрам, содержание которых в переводе воспроизводится полностью (учитывая, что качественный перевод не является буквальным) и которые объединяет интересное оформление, отличающееся от оригинала: репортаж (рис. 1, 2) и аналитическая статья (рис. 3, 4), обращая внимание на фрагменты, непосредственно соотносящиеся с использованием визуального кода.

Репортаж «Стационар для пернатых» (см. рис. 1) представляет деятельность центра спасения диких животных в случае экологической катастрофы. Заголовочный комплекс непосредственно вводит в содержание (см. лид: *Единственный в России центр реабилитации диких животных, созданный на Сахалине, имеет уникальную специализацию – здесь готовят персонал к спасению особой категории "пациентов" – загрязненных нефтью диких животных.*), а фотографии и подписи к ним являются иллюстрацией и документом работы специалистов (ср. *Птицу надо умело поймать и самое главное – не травмировать; Геннадий Добренко и утка демонстрируют, как надо лечить пострадавших птиц*).

30.10.2017, 00:00

## Стационар для пернатых

Единственный в России центр реабилитации диких животных, созданный на Сахалине, имеет уникальную специализацию — здесь готовят персонал к спасению особой категории "пациентов" — загрязненных нефтью диких животных



Птицу надо уметь поймать и самое главное — не травмировать  
 Фото: Эмин Джафаров, Коммерсантъ

Андраник Агафонов

Сахалин. Берег Охотского моря. Песчаный пляж претрит людьми в белоснежных и оранжевых защитных комбинезонах. Вдоль кромки воды тянется гирлянда ярко-желтых надувных шаров с черными пятнами, а мерный шелест волн прерывается звуком сирены. Так выглядит полевой тренинг специалистов единственного в России центра по

## Гонка со временем



Геннадий Добромо и утка Паша демонстрирует, как надо лечить пострадавших птиц  
 Фото: Эмин Джафаров, Коммерсантъ

Нынешний тренинг, впрочем, особенный: он проводится среди представителей пяти нефтедобывающих компаний, органов власти и общественных организаций. Это позволит обменяться опытом, выработать навыки оперативного взаимодействия, найти решение сложных правовых аспектов деятельности в чрезвычайных ситуациях. Одна из дискуссионных тем — спасение краснокнижных видов. Существующие нормативы, объясняют специалисты, часто противоречат друг другу. К примеру, российское законодательство разрешает изъятие краснокнижного животного из природных условий в случае угрозы жизни, однако надзорные органы не всегда прислушиваются к доводам спасателей. В итоге забота о редких видах может обернуться претензиями и штрафами.

Ключевой параметр эффективности работы по спасению загрязненных нефтью диких

Рис. 1. Фрагменты репортажа Андраника Агафонова «Стационар для пернатых»  
 (<https://www.kommersant.ru/doc/3447646>)

Fig. 2. Fragments of the report by Andranik Agafonov "Hospital for birds"  
 (<https://www.kommersant.ru/doc/3447646>)



Рис. 2. Перевод русскоязычной статьи на польский язык, опубликованный в журнале Forum  
 (Forum, 2018, № 1, с. 44–45).

Fig. 2. Media Text Translated from Russian into Polish, published in the magazine «Forum»  
 (Forum, 2018, No. 1, pp. 44–45).

В польскоязычной версии (см. рис. 2) своим заглавием *Szpital na peryferiach* статья соотносится – как использование интертекстуальности, интерсемиотичности – с названием чешского сериала под таким же заглавием о больнице на окраине города, ее врачах и их пациентах. Как проявление языковой игры, в рамках которой заголовок может получать двойную интерпретацию, т.е. либо соотносится с заглавием фильма (комедии), либо можно его рассматривать буквально, что не мешает интерпретации, тем более что фотографии, иллюстрирующие содержание, в любой ситуации своей выразительностью привлекают внимание читателя, являясь приятным фоном для повествования. В переведенном тексте в рубрике «репортаж» они не повторяют того, что предложено в оригинале, но хорошо подобраны, им отведено достаточно большое пространство и они полностью соотносятся с содержанием статьи. Подпись к приведенной выше фотографии (*Pomagać z głową. Jeden nieopatrzny gest i można uszkodzić skrzydło czy łapkę. Dlatego warto uczestniczyć w szkoleniach.*) повторяет фрагмент текста.

В подлиннике фотографий больше, и они являются своеобразным документом.

Второй пример – статья Ивана Преображенского – касается президентских выборов в Польше, в которых победил Анджей Дуда (рис. 3, 4).

## Поляки оставили президентом Дуду из страха перед будущим

После воскресной мессы обыватели массово проголосовали за кандидата, сумевшего свести свою кампанию к обсуждению «традиционных ценностей».

Впервые с 2000 года президенту Польши удалось переизбраться на второй срок.

©  
<http://andrzejduda.pl>



**Иван Преображенский**

Политолог,  
обозреватель  
ИА «Росбалт»

Действующий президент Польши консерватор Анджей Дуда победил на выборах с отрывом в 450 тысяч голосов – это всего 2,5 процента от числа пришедших на участки. «Мобилизация костела» оказалась в Польше сильнее гражданской солидарности. В итоге впервые с 2000 года польскому президенту удалось переизбраться на второй пятилетний срок.

Рекордную для Польши явку почти в 70% избирателей сделали не обитатели крупных городов, хотя и их пришло к избирательным урнам заметно больше, чем в последние годы, а провинциальные, деревенские жители. Польским либералам впору добиваться к предстоящим в 2023 году парламентским выборам паритета голосования на любой явке

Рис. 3. Фрагмент статьи Ивана Преображенского «Поляки оставили президентом Дуду из страха перед будущим» (<https://www.rosbalt.ru/blogs/2020/07/13/1853485.html>)

Fig. 3. Fragment of the article by Ivan Preobrazhensky "Poles left Duda as president out of fear of the future" (<https://www.rosbalt.ru/blogs/2020/07/13/1853485.html>)

**forum echa polskie**

**Strachy na Lachy**

Polacy zostawili na fotelu prezydenckim Andrzeja Dudę z obawą przed przyszłością – pisze rosyjski politolog Iwan Priobrazhenski.

Andrzej Duda wygrał z niewielką przewagą – 400 tys. głosów to zaledwie 2,3 proc. głosujących. Jednak mobilizacja Kościółca okazała się w Polsce silniejsza niż obywatelska solidarność. Po raz pierwszy od 2000. polski prezydent zostanie na stanowisku na kolejne pięć lat.

**Nigdy w niedzielę?**  
Rekordowa dla Polski frekwencja (70 proc.) to rezultat nietykalnej aktywności mieszkańców małych miasteczek i wsi. Choć i tu z wielkimi masami przybyli do lokali wyborczych wyjątkowo tłumnie. Polscy liberałowie powinni zabiegać o to, aby planowane na rok 2023 wybory parlamentarne odbyły się w jakikolwiek dzień tygodnia, byle nie w niedzielę. Argumentacja mogłaby być prosta – podpowiada Priobrazhenski – Głosowanie w Dzień Pański oznacza prawnie wierzących, którzy powinni spędzać niedzielę na modlitwie i odpoczynku. Przeszkodziłoby to kampanijnej wiązności polskich duchownych w mobilizacji wiernych do oddania głosu na Jarosława Kaczyńskiego i jego partię.

Udział Kościółca w życiu politycznym nadal jeszcze bardzo kandyduje. Polska nie jest politycznym powodem niechęci przeciwników, ale jednak zwycięstwa Andrzeja Dudy nad kandydatem liberalnej Platformy Obywatelskiej Rafałem Trzaskowskim. Utrudniają prezydentowi z powodzeniem potrafił

sprawdzić kampanię do dyskusji nad „tradycyjnymi wartościami”, walką z ideologią LGBT i podobnie nacągany problemami. To tematy, które światnie nadszają jako pozytywne dla dyskusji w telewizyjnych talk show, ale które są bardzo dalekie od realnego życia przeciętnego Polaka.

**» Po niedzielnej mszy obywatelom masowo pomazzerowali do urn i oddali głos na obronę „tradycyjnych wartości”**

Priobrazhenski zwraca uwagę, że Dudzie pomogły wygrać wypłaty na cele społeczne, zatwierdzone na pierwszym etapie pandemii koronawirusa i zrealizowane przez wyborcami. Opozycja nazwała to jawnym kapowaniem głosów. Ogłoszenie budżetu odbije się na kieszeniach Polaków później, ale teraz pozwoliło Dudzie wygrać. Drugim czynnikiem, który sprzyjał urzędowi

jęnemu prezydentowi, to strach wielu Polaków przed przyszłością. Negatywne skutki pandemii odezwały się nie wszyscy, zaufanie do władzy trzyma się więc ciągle na dość wysokim poziomie. Główne problemy ujawniły się jesienią, ale zwykły Kowalski stale tego nie rozumie. Dlatego zagłosował na Dudę i kojarzą się z nim iluzoryczną stabilizację. Elektorat prezydenta się boi, że jakkolwiek zmiany będą mieć negatywne skutki. Wybory Dudy gotowi są tryumfować siłą umiarkowanie pozytywnej teraźniejszości i nie myśleć o przyszłości.

Kim są ci ludzie? To Polacy w wieku powyżej sześćdziesiątki – aż 65 proc. tej grupy wiekowej oddało głosy na Dudę. To mieszkanki małych miasteczek i wsi. Ludzie ze średnim wykształceniem lub bez wykształcenia. Polska, jak pokazują te wybory, jest klasycznym krajem podziobym na pół. Linia podziału przechodzi wzdłuż granic zabawów. Co ciekawe, ani II wojna światowa, ani deportacja Niemców, ani przesiedlenia Polaków z Białorusi i Ukrainy na zachód kraju, ani inne procesy migracyjne nie zdołały przelamać tych historycznych granic. Zachód Polski głosował na Trzaskowskiego, wschód – na Dudę. Druga linia podziału to różnica w wykształceniu i stanie posiadania. Prezydenta Warszawy poparty wielkie miasta, ludzie z wyższym wykształceniem i wyższymi dochodami.

Jak Polska będzie funkcjonować przy takim podziale na dwie części? – zastanawia się rosyjski politolog. Jego zdaniem – naprawdopodobniej normalnie, jak w ubiegłych latach. Przecież nie wszyscy ludzie mieszkający na zachodzie Polski głosowali na Trzaskowskiego, a na wschodzie – wyłącznie na Dudę. Według Priobrazhenskiego należy się spodziewać, że oboz Prawa i Sprawiedliwości będzie bardziej agresywny niż w ostatnich latach. Przez polskich liberałów bardzo trudne czasy. Tym bardziej, że w Polsce ukazała się tradycja, iż kto wygrywa wybory prezydenckie, potem wygrywa także wybory parlamentarne. Liberalowie mają trzy lata, żeby się przegrupować i spróbować się odegrać.

**Blżej USA niż UE**  
Rosyjski analityk prognozuje, że w polityce zagranicznej Polska niewiele się zmieni. Nie będzie większej integracji z Unią Europejską (co nastąpiłoby w razie wygranej Trzaskowskiego). Stosunki Warszawy i Brukseli jeszcze się ochłodzią. Może dojść nawet do drobnych sankcji wobec Polski za pogwałcenie przez PiS niezależności sądów i wolności mediów. Stosunki ze Stanami Zjednoczonymi utrzymają się na dobrym poziomie. Można założyć, że normalna stopniowa poprawa, że amerykańskie bazy pojawią się na terytorium Polski. Relacje z Rosją pozostaną natomiast „stabilnie złe”. Zresztą pozostałyby takimi nawet w razie zwycięstwa Trzaskowskiego. W tej jednej kwestii polski establishment polityczny jest wyjątkowo zgodny.

**ARMIA DUDY**

- 81% rolników
- 77% ludzi z wykształceniem podstawowym
- 66% robotników
- 65% bezrobotnych
- 64% emerytów

14 FORUM | 16.2020

FORUM | 16.2020 | 15

Рис. 4. Перевод русскоязычной статьи на польский язык, опубликованный в журнале Forum (Forum, 2020, № 16, с. 14–15)

Fig. 4. Media Text Translated from Russian into Polish, published in the magazine «Forum» (Forum, 2020, No. 16, pp. 14–15)

Российский политолог в своем тексте комментирует это событие, указывает на причины такой ситуации и раскрывает структуру и специфику электората А. Дуды. В польскоязычной версии меняется заглавие – это известная фраза *Strachy na Lachy* ('нечего бояться'), которая в данном случае привлекает внимание, отличаясь также персуазивностью. Заглавие оригинала дается как лид (ср: *Polacy zostawili na fotelu prezydenckim Andrzeja Dudę z obawy przed przyszłością – pisze rosyjski politolog Iwan Priobrazhenski.*). Меняется и графическое оформление, которое, вместе с лейаутом и дополнительным текстом *kto gra Dudą* (кто играет Дудой), является выразительным, воздействующим, оценочным элементом коммуниканта. Графика, заменяющая фотографию счастливого президента с дочерью и женой, представляет его избирателей – пожилых, необразованных людей с атрибутами, связанными с деревней и костелом, которая вместе с подписью *Armia Dudy* (*Армия Дуды*) и статистикой (красным цветом) оказывает сильное влияние на польского читателя. Добавим, что очередная фотография, представленная в оригинале, изображает президента РФ, а подпись к ней можно считать своеобразным комментарием к российско-польским отношениям, однако это интерактивный элемент – анонс, позволяющий открыть очередную статью, в которой речь идет о соседях РФ.

Проанализированный материал (в том числе и указанные выше примеры) позволяют поставить и другой вопрос: как оценить (и как измерить) не столько качество перевода, принимая установку, что надо различать собственно перевод – в полной версии и перевод «на основе», для которого исходный текст является лишь основой (что тщательно отмечается в журнале «Forum»), а коммуникативную ценность переведенного текста в принимающей его новой медийной среде. Модификация графического оформления или его изменение влияют на привлекательность текста, что безразлично с точки зрения отбора материала журнала для чтения, а также интерпретации в целом. Поэтому важно оценить и



определить, которой медийной действительности подчиняется данный (вторичный) медиатекст, функционирующий в новом медийном пространстве, в новом контексте, на другом языке, с учетом предпочтений другого читателя, одновременно обращая внимание на функцию переведенного текста [Пстыга, 2019, с. 195], которая, как показывают наблюдения, не всегда совпадает с функцией текста оригинала.

### Выводы

Наблюдения позволяют констатировать, что заголовочный комплекс в тексте перевода полностью подчиняется привлекательности и открывает персуазивную силу и воздействие на реципиента – представителя определенного коммуникативного пространства и вместе с новыми элементами визуального кода (фотографией, графикой) дополняет и подсказывает вектор интерпретации текста. Таким образом, все составляющие компоненты единого текстового пространства могут использоваться для ценностной интерпретации текста и воздействия текста на реципиента.

Визуальный код, как визитная карточка, «приглашает» читателя, привлекает его внимание своей эстетикой и вместе с заголовочной частью влияет на привлекательность медийного коммуниканта, предопределяя возможную (предусмотренную) интерпретацию. Данный подход ведет к тому, что переведенный медиатекст в новом коммуникативном пространстве, в новом для него принимающем контексте, отличается использованием мультимодальных средств.

Мультимодальная перспектива в оценке медийных двутекстов, как показывает материал, переносит акцент на рецепцию и доказывает, что возможности и компетенции реципиента необходимы для анализа и синтеза всего медийного коммуниканта, что интерпретация требует от получателя раскрытия тонкостей всех составляющих его компонентов.

### Список литературы

1. Добросклонская Т.Г. 2008. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. Москва, Флинта, Наука, 264 с.
2. Казак М.Ю. 2014. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии. Медиалингвистика, 1(4). URL: <https://medialing.ru/sovremennye-mediateksty-problemy-identifikacii-delimitacii-tipologii/> (дата обращения: 1.09.2021).
3. Кожемякин Е.А. 2010. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, 12 (83): 13–21.
4. Кожемякин Е.А. 2019. Медиатекст в мультимодальной перспективе: несколько методологических замечаний. В кн.: Дискурсология и медиакритика современных средств массовой информации. Сборник трудов международной научно-практической конференции, 2–4 октября 2019, г. Белгород. Под ред. А.В. Полонского, С.В. Ушаковой, С.М. Нарожная. Белгород, ИПЦ «ПОЛИТЕРРА»: 158–164. URL: <https://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2019.pdf> (дата обращения: 1.09.2021).
5. Короченский А.П. 2018а. Тенденция гибридизации медиатекстов как этический вызов журналистике. В кн.: Медийный текст: социальные практики, технологии, теории. Под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак. Белгород, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»: 147–150.
6. Короченский А.П. 2018б. Медиакритика как дискурс. В кн.: Медийный текст: социальные практики, технологии, теории. Под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак. Белгород, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»: 218–219.
7. Полонский А.В. 2015. Медиа и их текстовая реальность. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, 18 (215): 17–24.
8. Полонский А.В. 2018. Медийный текст и его статус в современной культуре. В кн.: Медийный текст: социальные практики, технологии, теории. Под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак. Белгород, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»: 9–24.
9. Пстыга А. 2019. Медиатекст и перевод. В кн.: Дискурсология и медиакритика современных средств массовой информации. Сборник трудов международной научно-практической конференции, 2–4 октября 2019, г. Белгород. Под ред. А.В. Полонского,

- С.В. Ушаковой, С.М. Нарожняя. Белгород, ИПЦ «ПОЛИТЕРРА»: 195–203. URL: <https://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2019.pdf> (дата обращения: 1.09.2021).
10. Lewicki R. 2017. *Zagadnienia lingwistyki przekładu*. Lublin, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 362 s.
  11. Lisowska-Magdziarz M. 2019. *Znaki na uwięzi: Od semiologii do semantyki mediów*. Kraków, Księgarnia Akademicka, 457 s. DOI: <https://doi.org/10.12797/9788381381178>
  12. Loewe I. 2018. *Od mediosfery do mediologii*. IN: *Wsółczesne media. Media multimodalne*. T. 1: *Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*. Eds. I. Hofman, D. Kępa-Figura. Lublin, Wydawnictwo UMCS: 21–33.
  13. Maćkiewicz J. 2016. *Jak można badać przekazy multimodalne*. *Język Polski*, 2 (96): 18–27.
  14. Piekot T. 2006. *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków, Universitas. 335 p.
  15. Pstyga A. 2021a. *Multimodalność przekazu medialnego a przekład (na podstawie rosyjskich tekstów publicystycznych i ich tłumaczeń na język polski)*. *Przegląd Rusycystyczny*, 2(174): 39–54. DOI: 10.31261/pr.10302
  16. Pstyga A. 2021b. *Przekład w komunikowaniu medialnym – perspektywa aksjologiczna*. Gdańsk – Sopot, Wydawnictwo Uniwersytet Gdański, 207 p.
  17. Skowronek B. 2016. *Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach*. *Język Polski*, 2(96): 11–17.
  18. Stóckl H. 2015. *Lingwistyka mediów. O statusie i metodach (wciąż) konstytuującej się dyscypliny badawczej*, tłum. J. Jarosz, R. Opiłowski. In: *Lingwistyka mediów*. Eds. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski. Wrocław – Dresden, ATUT Neisse Verlag: 23–44.
  19. Żydek-Bednarczuk U. 2013. *Dyskurs medialny*. In: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Eds. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk. Kraków, Universitas: 179–197.

## References

1. Dobrosklonskaya T.G. 2008. *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliyskaya mediarech'* [Medialinguistics: a systematic approach to learning the language of the media: modern English media speech]. Moskva, Publ. Flinta, Nauka, 264 p.
2. Kazak M.Yu. 2014. *Sovremennye mediateksty: problemy identifikatsii, delimitatsii, tipologii* [Modern media texts: problems of identification, delimitation, typology]. *Medialingvistika*, 1(4). Available at: <https://medialing.ru/sovremennye-mediateksty-problemy-identifikatsii-delimitatsii-tipologii/> (accessed: 1.09.2021).
3. Kozhemyakin E.A. 2010. *Mass Communication and Media Discourse: Towards Methodology*. Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences, 12(83): 13–21 (in Russian).
4. Kozhemyakin E.A. 2019. *Media text in multimodal perspective: several methodological remarks*. In: *Diskursologiya i mediakritika sovremennykh sredstv massovoy informatsii* [Discourse and media criticism of modern media]. *Sbornik trudov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, 2-4 oktyabrya 2019, g. Belgorod* [Proceedings of the International Research-to-Practice Conference, Belgorod, 2-4 October 2019]. Ed. A.V. Polonsky, S.V. Ushakova, S.M. Narozhnyaya. Belgorod, Publ. IPTs «POLITERRA»: 158–164 (in Russian). Available at: <https://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2019.pdf> (accessed: 1.09.2021).
5. Korochenskiy A.P. 2018a. *Tendentsiya gibrizatsii mediatekstov kak eticheskii vyzov zhurnalistike* [The trend of hybridization of media texts as an ethical challenge to journalism]. In: *Mediynnyy tekst: sotsial'nye praktiki, tekhnologii, teorii* [Media text: social practices, technologies, theories]. Ed. A.V. Polonsky, M.Yu. Kazak. Belgorod, Publ. ID «Belgorod» NIU «BelGU»: 147–150.
6. Korochenskiy A.P. 2018b. *Mediakritika kak diskurs* [Media criticism as discourse]. In: *Mediynnyy tekst: sotsial'nye praktiki, tekhnologii, teorii* [Media text: social practices, technologies, theories]. Ed. A.V. Polonsky, M.Yu. Kazak. Belgorod, Publ. ID «Belgorod» NIU «BelGU»: 218–219.
7. Polonskiy A.V. 2015. *Media and their textual reality*. Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences, 18 (215): 17–24 (in Russian).
8. Polonskiy A.V. 2018. *Mediynnyy tekst i ego status v sovremennoy kul'ture* [Media text and its status in contemporary culture]. In: *Mediynnyy tekst: sotsial'nye praktiki, tekhnologii, teorii* [Media text: social practices, technologies, theories]. Ed. A.V. Polonsky, M.Yu. Kazak. Belgorod, Publ. ID «Belgorod» NIU «BelGU»: 9–24.



9. Pstyga A. 2019. Media text and translation. In: *Diskursologiya i mediakritika sovremennykh sredstv massovoy informatsii* [Discourse and media criticism of modern media]. Proceedings of the International Research-to-Practice Conference, Belgorod, 2–4 October 2019. Ed. A.V. Polonsky, S.V. Ushakova, S.M. Narozhnyaya. Belgorod, Publ. IPTs «POLITERRA»: 195–203. (in Russian). Available at: <https://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2019.pdf> (accessed: 1.09.2021)
10. Lewicki R. 2017. *Zagadnienia lingwistyki przekładu* [Issues of translation linguistics]. Lublin, Publ. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 362 p.
11. Lisowska-Magdziarz M. 2019. *Znaki na uwięzi: Od semiologii do semantyki mediów* [Tethered signs: From semiology to media semantics]. Kraków, Publ. Księgarnia Akademicka, 457 p. DOI: <https://doi.org/10.12797/9788381381178>
12. Loewe I. 2018. *Od mediosfery do mediologii* [From media sphere to mediology]. In: *Wsółczesne media. Media multimodalne* [Contemporary media. Multimodal media]. Vol. 1: *Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych* [General and theoretical issues. Multimodality of printed media]. Eds. I. Hofman, D. Kępa-Figura. Lublin, Publ. Wydawnictwo UMCS: 21–33.
13. Maćkiewicz J. 2016. How it is possible to analyze multimodal messages. *Język Polski*, 2(96): 18–27 (in Polish).
14. Piekot T. 2006. *Dyskurs polskich wiadomości prasowych* [Discourse of Polish press news]. Kraków, Publ. Universitas, 335 p.
15. Pstyga A. 2021a. *Multimodalność przekazu medialnego a przekład (na podstawie rosyjskich tekstów publicystycznych i ich tłumaczeń na język polski)* [Multimodality of the media message and translation (based on Russian journalistic texts and their translations into Polish)]. *Przegląd Rusycystyczny*, 2(174): 39–54 (in Polish). DOI: 10.31261/pr.10302
16. Pstyga A. 2021b. *Przekład w komunikowaniu medialnym – perspektywa aksjologiczna* [Translation in Media Communication: an Axiological Perspective]. Gdańsk – Sopot, Publ. Wydawnictwo Uniwersytet Gdański, 207 p. (in Polish).
17. Skowronek B. 2016. *Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach* [From the perspective of the recipient. On the new area of language research in the media]. *Język Polski*, 2 (96): 11–17 (in Polish).
18. Stöckl H. 2015. *Lingwistyka mediów. O statusie i metodach (wciąż) konstytuującej się dyscypliny badawczej*, tłum. J. Jarosz, R. Opiłowski [Media linguistics. On the Status and Methods of an (Still) Establishing Research Discipline, transl. J. Jarosz, R. Opiłowski]. In: *Lingwistyka mediów*. Eds. R. Opiłowski, J. Jarosz J, P. Staniewski. Wrocław – Dresden, Publ. ATUT Neisse Verlag: 23–44 (in Polish).
19. Żydek-Bednarczuk U. 2013. *Dyskurs medialny* [Media discourse]. In: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej* [Styles of contemporary Polish. A guide to Polish stylistics]. Eds. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk. Kraków, Publ. Universitas: 179–197 (in Polish).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Пстыга Алиция**, профессор гуманитарных наук, заведующая кафедрой русского языка и переводоведения Института русистики и востоковедения Гданьского университета, г. Гданьск, Польша

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Alicia Pstyga**, Professor of Humanities, Head of the Department of Russian Language and Translation Studies, Institute of Russian Studies and Oriental Studies, University of Gdansk, Gdansk, Poland



УДК 316.77:002

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-451-459

## **Аксиологические трансформации в корпоративных изданиях: проблема дегуманизации медиаконтента**

**Семашкина Н.С.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 3008015, г. Белгород, ул. Победы, 85,  
E-mail: pressasns@mail.ru

**Аннотация.** Проблема ценностных изменений контента корпоративных изданий является одной из ключевых для современных исследований медиадискурса. В современной науке о медиа признается факт его дегуманизации, однако актуальной задачей является выявление сущностных аспектов этого процесса. Представленное исследование направлено на интерпретацию основных причин, направлений и характерных черт тенденции дегуманизации контента корпоративной прессы. Автор формулирует гипотезу о зависимости корпоративного медиаконтента от преобладающих текущих приоритетов компании. На примере изданий крупных коммерческих промышленных предприятий – Белгородского завода энергетического машиностроения и Объединенной металлургической компании проводится анализ аксиологической дифференциации корпоративного медиаконтента. Автором выявлен ряд закономерностей репрезентации человека в корпоративных публикациях в аспекте усиления тенденций дегуманизации корпоративного медиаконтента, в частности, смещение фокуса репрезентации от человека к ресурсам компании и коммерческому эффекту деятельности предприятия. Автор приходит к выводу о том, что одними из ключевых причин тенденций дегуманизации медиаконтента являются современные цифровые технологии и экономические реалии деятельности компаний.

**Ключевые слова:** корпоративный медиаконтент, корпоративные медиа, корпоративный медиадискурс, тенденции дегуманизации

**Для цитирования:** Семашкина Н.С. 2021. Аксиологические трансформации в корпоративных изданиях: проблема дегуманизации медиаконтента. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 40 (4): 451–459. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-451-459

---

## **Axiological Transformations in Corporate Media: The Issue of Dehumanization of Media Content**

**Nadezhda S. Semashkina**

Belgorod National Research University,  
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russian Federation  
E-mail: pressasns@mail.ru

**Abstract.** The issue of values changes of corporate media content lays as the one of central for contemporary media discourse analysis. The actual media studies regard as a fact the dehumanization of corporate media discourse, however the core aspects of this process are still insufficiently observed by researchers. The paper discusses the main reasons, trends and features of dehumanization of the corporate media discourse. The author claims the dependence of corporate media content on the prevailing actual priorities of a company. The author analyzes the axiological differentiation of content of corporate print media basing on several media of Russian large regional enterprises, such as Belgorod energetic machines building plant and United metallurgic company. The object of the study are the texts in issues of the corporate media of various years. The methods of the study are the traditional analysis of documents and content analysis of media. The paper shows the key patterns of representation of individuals in corporate media publications in terms of dehumanization. In particular, the author discusses the shift of





representation focus from the individual images and stories to the company's resources and commercial effects of the corporate activities. The results of the study contribute to the development of analytical methodology of corporate media and also to minimizing the tendencies of dehumanization of corporate media content. The author concludes that one of the important factors for dehumanization tendencies are modern digital technologies as well as the economic realities of enterprises.

**Keywords:** corporate media content, corporate media, corporate media discourse, dehumanization

**For citation:** Semashkina N.S. 2021. Axiological Transformations in Corporate Media: The Issue of Dehumanization of Media Content. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 40 (4): 451–459 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-451-459

## Введение

Корпоративный медиаконтент представляет собой специфичный феномен социального информационного взаимодействия, цель которого состоит в поддержании и развитии характерной для компании или организации коммуникативной среды. Корпоративные медиа репрезентируют текущие значимые корпоративные события, основные направления деятельности организации, а также транслируют культивируемый компанией образ своего сотрудника, фактически выступая в качестве идентификационного ориентира для специалистов компании. В то же время в различных социально-экономических условиях, определяющих аксиологическую настройку политики организации, с помощью корпоративного медиадискурса транслируются различные ценностные модели репрезентации личности. Корпорации могут поддерживать антропоцентричные модели медиаконтента, в которых человек репрезентируется как ключевой элемент производственной системы и основополагающий критерий измерения эффективности корпоративной деятельности. В иных условиях доминирующими аксиологическими моделями могут выступать ресурсо- и эффектоцентрическая, а человек может быть нивелирован как значимый объект репрезентации.

Мы предполагаем, что тенденция дегуманизации характеризует актуальное состояние корпоративного медиадискурса. Если 10–15 лет назад это обстоятельство было обусловлено процессами коммерциализации и маркетинга производственных процессов, то сегодня существенным фактором дегуманизации выступают также процессы цифровизации и роботизации производства. Определение сущностных черт этой тенденции и ее основных проявлений в корпоративном медиополе – одна из основных задач исследования современного корпоративного медиаконтента.

**Терминологические аспекты исследования.** Сегодня многие авторы рассматривают «медиаконтент» как обобщенное понятие, подразумевая под этим термином любой вид информации, составляющий содержание информационного продукта, и называя в качестве основных специфических признаков контента содержательную значимость для потребителя, соответствие его целям и потребностям [Павленко, 2017; Алексютина, 2018]. Само понятие используется как общеупотребительное по причине его широкого распространения в самых разных сферах общественной жизни. Широко применяемой является следующая интерпретация медиаконтента: «...любые данные – текст, звук, зрительные образы или комбинации мультимедийных данных, представленные в аналоговом или цифровом формате на разнообразных носителях, таких как бумага, микрофильм, магнитные или оптические запоминающие устройства» [Лукина, Варганова, Фольц, 2010, с. 22]. В то же время, по определению Л.П. Шестеркиной и Л.К. Лободенко, медиаконтент представляет собой «совокупность широкого спектра медиатекстов (журналистских, рекламных, PR и др.) структурно-содержательно упорядоченных в соответствии с концепцией и форматом конвергентного СМИ и ориентированных на интересы определенной целевой аудитории» [Шестеркина, Лободенко, 2014, с. 51].

Под корпоративным медиаконтентом в нашей работе мы будем рассматривать специализированное, содержательно значимое наполнение информационных медиаресурсов коммерческих предприятий, транслирующее корпоративные ценности и ориентированное на удовлетворение информационных потребностей целевой аудитории сотрудников организации.

В рамках нашего исследования обратимся к изучению медиаконтента корпоративных медиа Объединенной металлургической компании и завода «Белэнергомаш» (с февраля 2020 года входит в состав холдинга «ОМК»). Данные издания можно считать достаточно типичными для категории корпоративных медиа в аспекте периодичности, тиража, рубрикации, тематики, формата.

**Теоретические рамки исследования.** Основываясь на уже рассмотренных нами ценностных аспектах и аксиологических моделях корпоративного медиадискурса коммерческого предприятия [Семашкина, 2020], проанализируем процессы гуманитарной трансформации медиаконтента, обусловленные социальными метаморфозами, а также особенностями внутренних коммуникаций компании и корпоративной культуры. Это представляется важным в современных реалиях, когда «медиа стали тем контекстом, где обретают свои культурно-идеологические формы все социальные процессы» [Полонский, 2018, с. 233].

По мнению Н.Б. Гусаревой и К.Г. Царитовой, корпоративную культуру предприятия можно описать как «системное явление, комплекс различных инструментов управленческого воздействия» [Гусарева, Царитова, 2015, с. 28]. В числе наиболее часто упоминаемых компонентов исследователи называют миссию организации, стратегические цели корпорации, систему внешних и внутренних коммуникаций, ценности, убеждения, деловую этику, социально-психологический климат, методы отождествления индивида с корпорацией, формирования сопричастности человека с организацией, традиции (ритуалы, знаки корпоративной принадлежности и т.д.), документационное обеспечение [Гусарева, Царитова, 2015].

Б.С. Выпряхкин отмечает, что система ценностей, лежащая в основе организационной культуры – это «важнейшие атрибуты, которые формируют и определяют поведенческие нормы и рабочее поведение членов организации. Это совокупность материальных, духовных, социальных ценностей, созданных и создаваемых сотрудниками компании в процессе трудовой деятельности и отражающих неповторимость, индивидуальность данного предприятия» [Выпряхкин, 2011].

С точки зрения социального конструкционизма, Е. А. Кожемякин описывает медийную реальность как самостоятельную, относительно автономную по отношению к «объективному миру» и сформированную в соответствии с кодом, разделяемым внутри наблюдающей (конструирующей реальность) среды. Исследователь полагает, что массмедиа «транслируют ту действительность, которая выражает коллективные (профессионально-локальные или профессионально-сетевые) представления о реальном». Автор статьи разделяет эту точку зрения и, соответственно, утверждает о том, что создаваемая массмедиа «картина» – это не «зеркало действительности как объекта познания, а скорее проекция имманентных сообществу представлений о важном и незначительном, новом и старом, общем и уникальном и т. п.» [Кожемякин, 2013, с. 95]. На наш взгляд, данное утверждение в полной мере применимо и по отношению к корпоративным медиа.

### **Объект и методы исследования**

Нами проанализированы 51 номер газеты «Трудовая слава» за 1988 год, 17 номеров газеты «Энергомаш» за 2003 год и 12 номеров газеты «Энергомаш» за 2018 год. Используются метод традиционного анализа документов, контент-анализ и метод сплошной выборки. В качестве единиц анализа использованы фото, рубрики, тематика, риторико-стилистические и визуальные средства языка публикаций. Контент-анализ приме-

нялся с целью проследить изменение корпоративного медиаконтента в зависимости от текущих экономических приоритетов компании, оценить динамику изменений тематики текстовых материалов.

### Результаты исследования

Отметим, что во все периоды своего существования исследуемые корпоративные медиа стремились освещать актуальные события и самые интересные новости, рассказывать о передовиках производства, перспективах развития предприятия, строительстве новых объектах и планах модернизации. Можно утверждать, что система ценностей крупного промышленного предприятия репрезентирована в медиа посредством тематики, контекстуализации предмета сообщения, с помощью визуальных и других семиотических средств.

Трансформация медиаконтента, на наш взгляд, тесно связана с трансформацией современного общества, изменениями системы ценностей современного человека в целом и корпоративных ценностей крупных коммерческих предприятий в частности. Ранее нами уже выявлено, что в разные исторические периоды в корпоративном медиадискурсе завода «Белэнергомаш» доминировали различные аксиологические модели, в соответствии с которыми один и тот же предмет дискурса репрезентируется по-разному, с различными деталями, контекстами и фокусом внимания. В центре антропоцентрической модели – человек труда, передовики производства; ресурсоцентрической – вспомогательные средства, используемые при целевой деятельности сотрудников предприятия; эффектоцентрической – нацеленность на результат, коммерческий успех, производственные достижения и повышение конкурентоспособности предприятия. На примере корпоративных изданий Объединенной металлургической компании нами выделена и проанализирована клиентоцентрическая модель (ориентированная на повышение конкурентоспособности), также характеризующаяся дегуманизацией медиадискурса коммерческого предприятия.

Уточним, что антропоцентрическая модель корпоративного медиадискурса, по нашему мнению, характерна для 1970-х годов, ресурсоцентрическая становится преобладающей примерно с начала 1990-х годов, а эффектоцентрическая модель активно используется корпоративными медиа с 2010-х годов по настоящее время. Клиентоцентрическая модель доминирует в корпоративном медиадискурсе с конца 2020 года, при этом под словом «клиент» здесь традиционно понимается «потребитель услуг», а не человек сам по себе, в отрыве от экономических и корпоративных ценностей предприятия.

Для проведения контент-анализа нами были отобраны три корпоративных издания завода «Белэнергомаш»: газета «Трудовая слава» (1988 г.), газета «Энергомаш» (2003 г.) и газета «Энергомаш» (2018 г.). Временные интервалы в 15 лет и анализ подачи информации на страницах этих корпоративных медиа позволяют наглядно продемонстрировать, как смещался фокус репрезентации от человека на иные «корпоративные ценности».

**«Трудовая слава»** – печатный орган парткома, профкома, комитета ВЛКСМ и дирекции производственного объединения «Белгородский завод энергетического машиностроения». Издание выпускается еженедельно, по пятницам. Тираж 1000 экземпляров. Газета издается с 5 ноября 1957 года (почти 20 лет – под названием «Белгородский котельщик» как печатный орган парткома, завкома и дирекции Белгородского котлостроительного завода; с 1977 года – как «Трудовая слава»). На 8 января 1988 года вышло в свет 1 247 номеров, к концу года – 1 297 (плюс 51 выпуск за год). Формат издания А3, 4 страницы, выходит в черно-белом варианте, верстка достаточно консервативна, шрифты не всегда удобочитаемы (мелкие), на фотографиях в фокусе внимания – человек (в среднем 3–4 портретных или групповых фото работников завода в каждом выпуске газеты).

Корпоративная газета освещает темы, близкие сотрудникам предприятия и членам их семей, внешняя аудитория (деловые партнеры, клиенты) практически не задействована.

Активно используются визуальные средства оформления и передачи информации (фотографии, рисунки, разнообразные линейки и другие графические элементы).

В издании много материалов о сотрудниках завода и их профессиональных достижениях. Присутствует и производственная тематика, освещаются общественно-значимые мероприятия (итоги социалистического соревнования, отчеты о партийных конференциях и съездах). В некоторых выпусках на последней полосе имеется развлекательный контент: публикуются стихи сотрудников, библиографические обзоры, кроссворды, объявления.

Особенности контента можно охарактеризовать следующим образом: преобладают информационные жанры журналистики, портретные фотографии сотрудников и небольшие по объему текстовые зарисовки о них. Всего в газете за 1988 год использовано 45 рубрик, но лишь 10 из них можно назвать традиционными, среди них: «Реплика», «Проблемы производства», «Партийная жизнь», «Дневник соревнования», «Школа – ПТУ – объединение» и др. Некоторые рубрики в течение года использованы всего один-два раза. Отметим разнообразие рубрик к материалам партийной тематики («Политическая учеба», «Партийная жизнь», «К 70-летию ВЛКСМ», «Отчеты и выборы в партгруппах», «Обсуждаем тезисы ЦК КПСС», «Навстречу XIX Всесоюзной партконференции» и др.) при том, что в целом рубрикация в газете используется очень слабо, большинство материалов вообще не имеют рубрик и во многих выпусках их может быть по одной-две на целый номер. Вместе с тем традиционной рубрикой является «Газета выступила. Что сделано?», демонстрирующая заинтересованность аудитории и обратную связь с редакцией. Следует также выделить традиционные рубрики «Твои люди, завод» и «Наши люди – наша гордость», содержательно и тепло рассказывающие о передовиках производства.

На первой полосе каждого выпуска издания обязательно присутствует фотография и материал о лучших работниках завода. Для фотографий в целом характерна фокусировка на человеке труда. Из 198 фотографий, опубликованных в выпусках «Трудовой славы» за 1988 год, человек находится в центре внимания в 177 случаях (89,4 %). Это преимущественно портретные или групповые фотографии передовиков производства; фотографии производственных объектов и оборудования в газете практически отсутствуют. В отдельных выпусках содержатся жанровые пейзажные фотографии и иллюстрации к культурно-просветительским анонсам.

Наиболее часто в корпоративной газете «Трудовая слава» используются художественные жанры (очерк, житейская история, портретная зарисовка). Информационные жанры присутствуют в меньшей степени (заметки, информационная корреспонденция, отчеты). Иллюстративного материала много (в виде фотографий и рисунков).

Такой формат заводской газеты является вполне традиционным для корпоративного издания того времени. Типичным признаком времени можно считать явную «социалистическую» окрашенность значительной части публикаций. Вместе с тем очевидно, что газета действительно привлекает внимание аудитории (заводчан) и активно взаимодействует с ней.

**Информационно-аналитическое издание «Энергомаш»** – газета российских энергомашиностроителей (ОАО «Энергомашкорпорация»). Издается с 1999 года, печатается в Санкт-Петербурге, Барнауле, Белгороде, Волгодонске, Екатеринбурге общим тиражом 10 тыс. экземпляров. Выходит один раз в месяц (в мае, июне, июле, октябре и декабре было выпущено по два номера в месяц). Таким образом, за 2003 год – 17 номеров (всего 100 с начала издания газеты). Формат издания А3, 8 полноцветных страниц. Шрифты удобочитаемые, много фотографий (в среднем 25–30 в каждом номере).

Все выпуски газеты оформлены в едином стиле, с использованием логотипа и фирменных цветов предприятия. Развлекательный контент полностью отсутствует. Большинство тем посвящены производственным достижениям, планам технического перевооружения, развитию информационных технологий и сотрудничеству многочисленных бизнес-единиц корпорации как единой структуры.



Контент насыщен информационными жанрами: в основном это производственные заметки, статистические отчеты, информационные интервью и информационные корреспонденции. Репортажи присутствуют в меньшей степени. Материалов о передовиках производства немного, на первой полосе издания их нет совсем; художественные жанры также практически отсутствуют. Их отсутствие, по нашему мнению, косвенно свидетельствует о тенденциях дегуманизации медиаконтента корпоративной газеты.

Для печатного издания характерно наличие суперрубрик. Всего их 35, в числе традиционных: «Стратегия», «Производство», «Финансы», «Контракты», «Техническое перевооружение», «Наука – производству» и др. В основном на 1–6 полосах представлены тексты о производственных достижениях и перспективах развития корпорации. О людях труда регулярно рассказывают материалы всего одной суперрубрики – «В трудовых коллективах», которая традиционно размещается на 7-й или даже на последней, 8-й странице. Примечательно, что в 2003 году отмечалось 30-летие производственного комплекса – Завода металлоконструкций ОАО «Энергомашкорпорация», но этому событию и материалам о ветеранах производства нашлось место лишь в № 16 (стандартные 8 полос) и № 17 (вышел на 16 полосах) декабрьских выпусков газеты. При этом в каждом номере на первой полосе присутствует анонс на английском языке: небольшая цветная плашка под рубрикой Summary тремя-пятью предложениями передает краткое содержание трех разных газетных материалов производственной тематики.

Необходимо отметить и визуальную перегруженность газетных полос: тяжеловесные заголовочные комплексы с разноцветными плашками и шрифтами, избыточное количество рубрик, множество мелких фотографий (в среднем 5–8 на каждой полосе). Фотографии преимущественно групповые – при этом в фокусе производственное оборудование, а не сотрудники завода, их лица иногда даже плохо различимы. Из 474 фотографий, опубликованных в корпоративной газете «Энергомаш» за 2003 год, человек в центре внимания (портретное фото или достаточно крупный план) находится в 197 случаях (41,6 %). Уточним, что портретные фотографии обычно маленького размера, не жанровые.

Корпоративную газету можно охарактеризовать как традиционное печатное издание, осуществляющее коммуникацию как с внутренними, так и с внешними целевыми аудиториями, нацеленное на поддержание имиджа «Энергомашкорпорации» как успешного промышленного предприятия.

«*Энергомаш*» – корпоративное издание ООО «Белэнергомаш – БЗЭМ». В обновленном виде издается с октября 2013 года. Выходит ежемесячно, печатается в Белгороде. В 2018 году издано 12 номеров формата А3, 4 полноцветные страницы, тираж 999 экземпляров. Шрифты удобочитаемые, фотографии преимущественно среднего и крупного размеров (в среднем 2–3 на полосе), текстовый контент преобладает над визуальным. В газете широкие колонки, простая прямая верстка, ограниченное количество шрифтов. В каждом номере присутствует тематическая полоса о производственной деятельности предприятия, важнейших заказах и проектах.

В газете преобладают информационные жанры (заметки, производственные репортажи, информационная корреспонденция, интервью), но частично представлены и художественные жанры (портретные зарисовки, интервью). Контент разделен на тематические рубрики, традиционными из них являются: «Есть такая служба», «Визиты», «Производство: день за днем», «Рационализация», «Новые проекты», «Спорт» и другие. Всего 25 рубрик, из которых можно выделить следующие, относящиеся к материалам о людях труда: «Наши передовики», «Передовики производства», «Знай наших!», «Мир увлеченный», «Лучшие из лучших», «С юбилеем!», «Поздравляем с наградой!». Обязательным элементом первой полосы является материал о человеке труда с качественной портретной

фотографией. Для издания характерны фотографии, на которых в фокусе внимания находятся люди – сотрудники предприятия. Из 115 фотографий, опубликованных в корпоративной газете «Энергомаш» за 2018 год, таких фотографий насчитывается 77 (67 %).

Однако для современной корпоративной газеты «Энергомаш» такое соотношение уже не свойственно. После вхождения завода в структуру «Объединенной металлургической компании» главным вектором дальнейшего корпоративного развития стала «клиентоориентированность». Этот вектор в настоящее время прослеживается в информационной политике предприятия, корпоративных медиа и внешних коммуникациях.

Особо отметим и усиливающийся интерес к теме роботизации предприятия, в частности, на страницах корпоративной газеты «Территория ОМК» (выходит два раза в месяц) и периодического электронного журнала «ОМК Команда» (выходит ежемесячно или раз в два месяца).

Пример 1. Рубрика «Безопасность». Заголовок «Робот Альберт носит каску».

Лид. *Искусственный интеллект поможет сделать производство ВМЗ более безопасным* («Территория ОМК», № 21 (229) от 23 октября 2020 года).

Пример 2. Рубрика «Безопасность». Заголовок «Нажми на кнопку – получишь».

Лид. *Робот будет выдавать СИЗ сотрудникам чусовского завода ОМК* («Территория ОМК», № 7 (240) от 9 апреля 2021 года).

Пример 3. Рубрика «Перспектива». Заголовок «Не своими руками».

Лид. *Руководители чусовского завода анонсировали появление роботов на термическом участке* («Территория ОМК», №8 (241) от 23 апреля 2021 года).

Теме роботизации полностью посвящен и выпуск № 3 за июнь 2020 года электронного журнала «ОМК Команда». Характерные заголовки: «Быстрее, меньше, точнее» (Какие рекорды ставят промышленные роботы?), «Нечеловеческий фактор» (Когда «электроники» вытеснят сотрудников ОМК с рабочих мест?), «Вкалывают вместе с человеком» (Заводчане поделились впечатлениями о роботах-коллегам) и другие.

В свете уже перечисленных факторов эта тенденция, однако, не может не нарастать. В корпоративных медиа тема роботизации подается как желание облегчить работу сотрудников предприятия, разгрузить их мозг от рутины однотипных задач, высвободив тем самым время для творчества. Это интересно, ново, за этим будущее... Но почему же тогда на страницах корпоративных СМИ не становится больше этого самого «творчества», материалов о самих людях труда, их человеческих радостях и увлечениях?..

### Заключение

В статье мы обратились к некоторым проявлениям тенденции дегуманизации корпоративного медиаконтента. Можно сделать вывод, что современные цифровые технологии и экономические реалии вносят значительный вклад в процесс трансформации медиасреды и усиление этих тенденций. Это создает необходимость в изучении перспектив минимизации выявленных факторов, негативных эмоций и ассоциаций, вызванных потреблением контента и проецируемых на бренд предприятия и его продукцию. Как отмечает О.А. Важенина, «гуманистические мировоззренческие позиции общества по отношению к личности и своему будущему позволяют осмыслить человека как уникальное явление природы, признать приоритет его субъектности...» [Важенина, 2018, с. 30]. При этом гуманистические ценности остаются едиными для всех сфер общественной жизни и, по нашему мнению, могут быть репрезентированы посредством массмедиа. Корпоративные медиаресурсы способны постепенно встраивать аксиологические модели медиадискурса во все аспекты профессиональной деятельности, описывая позитивные качества, которые являются «человечными» в самом человеке.



### Список литературы

1. Алексютина О.А. 2018. Понятие и функционально-коммуникативные особенности рекламного контента. *Инновации и инвестиции*, 4: 198–200.
2. Важенина О.А. 2018. Массмедиа как инструмент гуманистического воспитания общества. *Учёные записки ЗабГУ*, 13(2): 29–38. DOI: 10.21209/2542-0089-2018-13-2-29-39
3. Выпряхжин Б.С. 2011. Формирование корпоративной культуры предприятий авиационной промышленности в условиях реструктуризации. Автореф. дис. ... канд. эконом. наук. Москва, 24 с.
4. Гусарева Н.Б., Царитова К.Г. 2015. Ценности как атрибут сильной корпоративной культуры. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*, 5 (77): 28.
5. Кожемякин Е.А. 2013. Массмедиа и обратная связь: точка зрения социального конструкционизма. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, 27 (170): 93–101.
6. Лукина М.М., Вартанова Е. Л., Фольц А.О. и др. 2010. Интернет-СМИ: Теория и практика: Аспект-Пресс. 348 с.
7. Павленко Т.С. 2017. Понятие «контент»: типология, виды и технология получения дидактического контента в образовательном процессе. *Известия Волгоградского педагогического университета*, 10 (123): 31–35.
8. Полонский А.В. 2018. Медиалект: Язык в формате медиа. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, 37 (2): 230–240. DOI: 10.18413/2075-4574-2018-37-2-230-240
9. Семашкина Н.С. 2020. Ценностные аспекты корпоративного медиадискурса коммерческого предприятия. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 39(2), 159–168. DOI 10.18413/2712-7451-2020-39-2-159-168
10. Шестеркина Л.П., Лободенко Л.К. 2014. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ. *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика*, 3 (11): 50–55.

### References

1. Aleksyutina O.A. 2018. Ponyatiye I funkcionalno-kommunikativniye osobennosti reklamnogo kontenta [Concept and functional-communicative features of advertising content]. *Innovation & Investment*, 4: 198–200 (in Russian).
2. Vazhenina O.A. 2018. Massmedia kak instrument gumanisticheskogo obrazovaniya [Mass media as a tool for humanitarian education of society]. *Uchyonyie Zapiski ZabGU*, 13(2): 29–38 (in Russian). DOI: 10.21209/2542-0089-2018-13-2-29-39
3. Vypryazhkin B.S. 2011. Formirovanie korporativnoy kul'tury predpriyatiy aviatsionnoy promyshlennosti v usloviyakh restrukturizatsii [Formation of the corporate culture of the aviation industry enterprises in the context of restructuring]. Abstract dis. ... Cand. economy sciences. Moscow, 24 p. (in Russian).
4. Gusareva N.B., Tsaritova K.G. 2015. Tsennosti kak atribut sil'noy korporativnoy kul'tury [Values as an Attribute of a Strong Corporate Culture]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal*, 5 (77): 28 (in Russian).
5. Kozhemyakin E.A. 2013. Massmedia I obratnaya svyaz: tochka zreniya sotsialnogo konstruksionizma [Mass media and feedback: the claims of social constructionism]. *Belgorod State University Scientific bulletin. Humanities*, 27 (170): 93–101 (in Russian).
6. Luukina M. M., Vartanova E.L., Foltz A.O. et al. Internet media: teoriya i praktika [Internet media: theory and practice]. Moscow: Aspekt-Press, 348 p. (in Russian).
7. Pavlenko T.S. 2017. Ponyatiye kontenta: tipologiya, tipy, I tekhnologiya poluchenia didakticheskogo kontenta v obrazovatel'nom processe [The notion of content: typology, types and technology to receive the didactic content in the educational process]. *Izvestiya Volgogradskogo pedagogicheskogo universiteta*, 10 (123): 31–35 (in Russian).
8. Polonskiy A.V. 2018. Medialekt: jazyk v mediaformate [Medialect: language at the media format]. *Belgorod State University Scientific bulletin. Humanities*, 37 (2): 230–240 (in Russian). DOI: 10.18413/2075-4574-2018-37-2-230-240.



9. Semashkina N.S. 2020. Tsennostniye aspekty korporativnogo media diskursa kommercheskikh kompaniy [Value aspects of corporative media discourse of commercial companies]. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 39 (2): 159–168 (in Russian). DOI 10.18413/2712-7451-2020-39-2-159-168 (in Russian).

10. Shesterkina L.P., Lobodenko L.K. 2014. Ot mediateksta k mediabrendu: k problem zhurnalistiki, reklamy i PR [From Mediatext to Mediabrand: On the Problem of Journalism, Advertising and PR Interaction in Media Convergence]. *Bulletin of the South Ural State University, Series "Linguistics"*, 1 (3): 50–55 (in Russian).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Семашкина Надежда Сергеевна**, старший преподаватель кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью института общественных наук и массовых коммуникаций Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

**Nadezhda S. Semashkina**, senior lecturer, department of communication studies, advertising and public relations, Institute of social sciences and mass communications, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia.





# ПЕДАГОГИКА PEDAGOGICS

УДК 811.1/.2  
DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-460-466

## Моделирование развития личности обучающегося средствами цифровых образовательных ресурсов

**Ахметов С.И.**

Саратовский национальный исследовательский  
государственный университет,  
Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, 83,  
E-mail: akhmetov.stepan@mail.ru

**Аннотация.** Особое внимание в настоящее время уделяется развитию личности обучающихся, так как общество нуждается в грамотных и творческих людях, способных быстро и четко реагировать на происходящие изменения в мире, решать современные и нестандартные задачи. Цифровые образовательные ресурсы позволяют решать эту задачу, при правильном использовании повышают качество и доступность образования. Однако данное явление мало исследовано. Как развивать средствами цифровых образовательных ресурсов? Как сделать процесс развития этими средствами эффективным? Что для этого нужно? Исследование проблемы позволило выявить особенности данного феномена и показать возможность разработки модели развития личности обучающегося. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории развития личности и будут полезны для людей с педагогическим и психологическим образованием.

**Ключевые слова:** информационное общество, модель, педагогическое моделирование, развитие самостоятельности, цифровые ресурсы

**Для цитирования:** Ахметов С.И. 2021. Моделирование развития личности обучающегося средствами цифровых образовательных ресурсов. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 460–466. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-460-466

## Modeling the Development of the Student's Personality by Means of Digital Educational Resources

**Stepan I. Akhmetov**

Saratov National Research State University,  
83 Astrakhanskaya St, Saratov 410012, Russian Federation  
E-mail: akhmetov.stepan@mail.ru

**Abstract.** Special attention is currently paid to the development of the personality of students, since society needs literate and creative people who are able to quickly and clearly respond to the changes in the world, to solve modern and non-standard problems. Digital educational resources allow you to solve this problem. The ability to cope with it is due to the fact that they are interesting to the modern generation, understandable and accessible. Secondly, in conditions of a pandemic or increased morbidity, they help to engage in self-education. Third, digital educational resources, when used correctly, increase the quality and accessibility of education. However, this phenomenon has been little studied, therefore, it seems relevant and requires further study. How to develop by means of digital educational resources?

How can the development process be made effective with these tools? What is needed for this? These questions require a constructive answer. The study of the problem made it possible to identify the features of this phenomenon and to show the features of the development of a model for the development of a student's personality. The results obtained contribute to the development of the theory of personality development and will be useful for people with pedagogical and psychological education.

**Keywords:** information society, model, pedagogical modeling, development of independence, digital resources.

**For citation:** Akhmetov S.I. 2021. Modeling the development of a student's personality by means of digital educational resources. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 460–466 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-460-466

---

## Введение

Образование во все времена быстро реагирует на изменения в обществе и приспосабливается к ним. Переход к информационному обществу привел к необходимости пересмотра условий развития личности обучающегося [Марцинковская и др., 2017]. Так, одним из важнейших направлений глобального процесса перехода к информационному обществу является построение модели развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов. В настоящее время это направление является мало изученным.

Для создания эффективной модели развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов важно разобраться в сущности данного понятия. Научное обоснование педагогическое моделирование получило в работах С.И. Архангельского, В.Г. Афанасьева, А.Н. Кочергина, И.Б. Новика, В.А. Штоффа, В.П. Беспалько, Б.С. Гершунского, А.Н. Дахина, В.В. Краевского, В.И. Михеева и других. Изучение работ перечисленных авторов позволило заключить, что все они сходятся в том, что в обобщенном варианте модель развития личности обучающегося – это идеальный образец, фасилитирующий изучение явления или феномена, продукта или процедуры, механизма или средства, обеспечивающий возможность развития научного знания и личности, включенной в систему современного образования и культуры.

Заслуживающим особого внимания является взгляд В.А. Штоффа [1966]. Он под моделью развития личности обучающегося видит мысленно представляемую или материально реализованную систему, которая отображая или воспроизводя объект исследования, способна замещать его так, что ее изучение дает новую информацию об этом объекте. Это тоже по сути образец, фасилитирующий изучение чего-либо, только рассматривает он этот образец как систему, представляемую или реализованную.

Мы приняли за основу определение модели, данное Михеевым В.И. Согласно его определению, педагогическая модель есть модель педагогической деятельности, в которой представлен замысел ожидаемого результата, определен его смысл, дана характеристика средств и условий, необходимых для реализации ожидаемого результата, указаны субъекты деятельности [Михеев, 2010].

Цель исследования – показать возможность разработки модели развития личности обучающегося средствами цифровых образовательных ресурсов с учетом особенностей данного феномена.

## Цель и задачи создания модели развития личности обучающегося

Модель развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов, безусловно, подразумевает определенную организацию образовательной деятельности, а также определенные условия, направленные на приобретение знаний и умений, обеспечивающих полноценное развитие обучающегося. Любая модель разрабатывается с определенной целью, достижение которой есть конечный результат [Савелова,



2008]. Целью создания модели по заявленной нами тематике является развитие личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие педагогические задачи:

- создать условия для развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов;
- предоставить обучающемуся реальные возможности своего развития посредством цифровых образовательных ресурсов;
- обеспечить доступ к цифровым образовательным ресурсам, сопровождение и поддержку со стороны педагога;
- контролировать и корректировать процесс развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов.

### **Подходы и принципы модели развития личности обучающегося**

Педагогические подходы, используемые для достижения указанной цели, включают интегрированность содержания учебной деятельности, исследовательскую активность, для которой характерна высокая степень мотивации и самостоятельности обучающихся [Давыдова, 2010].

Такие подходы позволяют спланировать получение результата деятельности по развитию личности; обеспечить возможность обучающимся реализовать свой умственный творческий потенциал; обеспечивать вариативность обучения [Акулова, 2004].

Принципы развития личности в модели:

- 1) принцип ценности личности, заключающийся в самоценности обучающегося;
- 2) принцип уникальности личности, состоящий в признании индивидуальности каждого обучающегося;
- 3) принцип приоритета личностного развития, когда обучение выступает не как самоцель, а как средство развития личности каждого индивидуума;
- 4) принцип ориентации на зону ближнего развития каждого ученика;
- 5) принцип субъективности учебно-воспитательного процесса, ориентация на внутреннюю мотивацию обучения и свободу выбора обучающимися сфер приложения сил;
- 6) принцип эмоционально-ценностных ориентаций учебно-воспитательного процесса [Кисляков и др., 2018].

### **Структура модели развития личности обучающегося**

Модель развития личности обучающегося позволяет логически выстроить образовательную деятельность [Кулагина, Колюцкий, 2011]. Она, как сложная и целостная система, должна быть представлена совокупностью взаимосвязанных блоков: целевого, содержательного, процессуального и результативно-оценочного. Рассмотрим их подробно.

*Целевой блок* позволяет определить цель и наметить задачи, взаимосвязь и детализацию всех компонентов модели. *Содержательный блок*, включающий теорию и практику, состоит из четырех этапов развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов.

На 1 этапе – подготовительном – проводится анкетирование обучающихся (или студентов) и учителей (или преподавателей), целью которого является определение уровня использования цифровых образовательных ресурсов и уровня развития личности обучающегося посредством них. Также выявляются обучающиеся и педагоги, желающие принять участие в работе по развитию посредством цифровых образовательных ресурсов.

На 2 этапе – организационно-проектировочном – выбираются конкретные темы и анализируется их содержание, особенности. Выявляются преимущественно сложные темы, определяются виды занятий, на которых разумно обратиться к цифровым образова-

тельными ресурсам. После этого осуществляется адаптация обучающихся к специфике работы по развитию личности посредством цифровых образовательных ресурсов.

На 3 этапе – организационно-деятельностном – происходит непосредственное вовлечение обучающихся в образовательный процесс и осуществляется организационная работа по развитию личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов.

На 4 этапе – завершающем, контрольно-корректирующем – обучающиеся выполняют проект или творческую работу, раскрывающую результаты их работы, плюсы и минусы организованной работы по развитию посредством цифровых образовательных ресурсов, вносят предложения и пожелания по ее усовершенствованию [Красильникова, 2006].

Если рост развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов достигнут, то их использование становится массовым в образовательном учреждении. Положительная практика по реализации развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов должна стать толчком для других педагогов к их использованию в своей профессиональной деятельности [Осетрова и др., 2012].

Отметим, что в случае положительного результата разрабатывается методический материал для последующего практического применения системы развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов, а также разрабатывается инструкция пользователя по их применению с подробным объяснением структуры работы, решаются вопросы организационного характера.

*Процессуальный блок* включает обеспечение организации образовательной деятельности. Организационно-управленческое обеспечение направлено на создание условий, способствующих развитию личности. Кадровое обеспечение направлено на поиск специалистов, могущих справиться с такой задачей. Технологическое обеспечение предполагает применение практико-ориентированных технологий, активных и интерактивных форм обучения. И ресурсное обеспечение включает материально-техническое оснащение, возможную разработку УМК. Пожалуй, данный блок является одним из самых главных, поскольку без перечисленных составляющих нельзя создать адекватные и оптимальные педагогические условия развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов.

*Результативно-оценочный блок* предполагает проведение промежуточных и контрольных аналитических процедур и исследований результативности проводимых мероприятий в ходе взаимодействия субъектов образовательного процесса. Сюда входит описание методов, критериев и уровней развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов.

Для анализа развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов мы выделили следующие уровни: высокий (или продвинутый), средний (или умелый) и низкий (пассивный).

Высокий уровень – продвинутый – обучающийся характеризуется высокой степенью развития личности, что проявляется в усвоении полного объема теоретических знаний и практических умений. Сюда можно отнести и потребность в постоянном развитии и самовыражении, умение мобилизовать свои силы и преодолевать трудности на пути к достижению цели. Выполненные и осмысленные задания, преодоленные трудности позволяют инициировать количественные и качественные изменения.

Средний уровень – умелый – обучающийся характеризуется осознанием необходимости проведения дополнительной работы по развитию. Обучающиеся заинтересованы в своем развитии, видят дальнейшие перспективы. Обучающиеся, обладающие этим уровнем развития, как правило, справляются не со всеми заданиями, поскольку на теоретическом этапе имели затруднения. Из-за непонимания и ошибок количественные и качественные изменения у них слабо прослеживаются. Именно поэтому они заинтересованы в дополнительной работе.



Низкий уровень – пассивный – обучающийся показывает отсутствие всякого интереса к развитию, нежелание использовать свой опыт и знания для дальнейшего становления. У обучающихся этого уровня не вырабатываются количественные и качественные изменения, поскольку они не обращают внимание на теорию, безответственно подходят к практической работе, выполняют задания методом угадывания. Они не видят связи знаний и их необходимости. Таким образом, у данных обучающихся не нарабатывается опыт, и развитие личности происходит медленно, пассивно, а порой спонтанно и с отсутствием эффективности. Такая категория обучающихся должна находиться под особым контролем преподавателя. С ними требуется проведение дополнительной и корректирующей работы. Важно, чтобы в процессе работы у таких обучающихся наблюдался прогресс.

Следует поддерживать все попытки обучающегося сделать свое развитие общественно значимым и на высоком уровне, чрезмерно не акцентировать его внимание на всевозможных просчетах и проблемах. В противном случае у него выработается вредная привычка скрывать свои действия. Такое поведение в конце концов превратится в необходимость [Адамский, 2006].

Необходимо работать с обучающимися так, чтобы деятельность была продуктивной, чтобы развитие происходило планомерно и рационально. При этом желательно, чтобы уровень развития был не ниже среднего. Повторим: результатом моделируемого процесса выступает достижение поставленной цели – развитие личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов [Мухина, 2010].

Создание модели развития личности обучающегося ведет к ее применению с целью получения важных данных. Получаемая с помощью данной модели информация является основанием для выявления уровня развития обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов, для прогнозирования деятельности педагога, для осуществления необходимой коррекции [Крайг, Бокум, 2010]. По итогам выявления уровня развития личности обучающегося проводится анализ полученных результатов, который отражается в характеристике обучающегося и дает возможность педагогу и самому ученику видеть уровень его индивидуального развития. На основе анализа данных оценивается успешность работы по развитию личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов. Ежегодное отслеживание дает неоценимую помощь в построении целенаправленной и эффективной работы по развитию личности каждого обучающегося.

### **Заключение**

Модель развития личности обучающегося посредством цифровых образовательных ресурсов способствует планомерному развитию личности обучающегося и приобретению необходимых навыков. С помощью цифровых образовательных ресурсов можно развивать различные качества человека [Ремшидт, 1994]: самостоятельность, инициативность, активность, рациональность и т.д. Развитие самостоятельности посредством цифровых образовательных ресурсов видится нами как актуальное направление на сегодняшний день, так как наше общество нуждается в самостоятельных людях, которые могут без посторонней помощи принимать решения и выполнять работу с высокой продуктивностью.

На самом деле цифровые образовательные ресурсы имеют большой потенциал и позволяют использовать их в различных аспектах учебно-воспитательной деятельности. Изучение цифровых ресурсов практически только начинается, поэтому необходимы дальнейшие научные изыскания.

### **Список литературы**

1. Адамский А.И. 2006. Организация сетевого взаимодействия общеобразовательных учреждений, внедряющих инновационные образовательные программы, принимающих участие в конкурсе на государственную поддержку. Под ред. А.И. Адамского. М., Эврика, 160 с.

2. Акулова О.В. 2004. Концепция системных изменений школьного процесса обучения в условиях перехода к информационному обществу. СПб, Изд-во РГПУ им А.И. Герцена, 254 с.
3. Давыдова Н.Н. 2010. Организационно-управленческая модель взаимодействия образовательных учреждений как фактор инновационного развития регионального образования. Образование и наука. Известия Уральского отделения Российской Академии образования, 8 (76): 32–41.
4. Кисляков П.А., Шмелева Е.А., Петрова Е.А. 2018. Психология развития человека как субъекта деятельности. М., Русайнс, 184 с.
5. Крайг Г., Бокум Д. 2010. Психология развития. Пер. с англ. А. Маслова, О. Орешкиной, А. Попова. Под науч. ред. пер. Т.В. Прохоренко. СПб, Питер, 939 с. (Craig G., Baucum D. Human development. New Jersey)
6. Красильникова В.А. 2006. Информационные и коммуникационные технологии в образовании. Оренбург, ГОУ ОГУ, 235 с.
7. Кулагина И.Ю., Колюцкий В.Н. 2011. Возрастная психология: Развитие человека от рождения до поздней зрелости. М., Юрайт, 464 с.
8. Марцинковская Т.Д., Марютина Т.М., Поливанова К.Н., Стефаненко Т.Г., Краснова О.В., Белинская Е.П. 2017. Психология развития. Под ред. Т.Д. Марцинковской. М., Академия, 528 с.
9. Михеев В.И. 2010. Моделирование и методы теории измерений в педагогике. М., URSS, 224 с.
10. Мухина В.С. 2010. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество. М., Академия, 452 с.
11. Осетрова Н.В., Смирнов А.И., Осин А.В. 2012. Книга и электронные средства в образовании. М., Логос, 144 с.
12. Ремшмидт Х. 1994. Подростковый и юношеский возраст: проблемы становления личности. Пер. с нем. Г.И. Лойдиной. Под ред. Т.А. Гудковой. М., Мир, 319 с. (Remschmidt H. 1992. Adoleszenz Entwicklung und Entwicklungskrisen im Jugendalter. Stuttgart, New York)
13. Савелова Е.В. 2008. Цифровые образовательные ресурсы в школе: методика использования. Обществознание. М., Университетская книга, 224 с.
14. Шадриков В.Д. 1994. Деятельность и способности. М., Логос, 320 с.
15. Штофф В.А. 1966. Моделирование и философия. М.-Л., Наука; Ленинград. отд., 301 с.

## References

1. Adamskiy A.I. 2006. Organizatsiya setevogo vzaimodeystviya obshcheobrazovatel'nykh uchrezhdeniy, vnedryayushchikh innovatsionnye obrazovatel'nye programmy, prinyimayushchikh uchastie v konkurse na gosudarstvennyuyu podderzhku [Organization of network interaction of educational institutions, introducing innovative educational programs, taking part in the competition for state support]. Ed. A.I. Adamskiy M., Publ. Evrika, 160 p.
2. Akulova O.V. 2004. Kontseptsiya sistemnykh izmeneniy shkol'nogo protsessa obucheniya v usloviyakh perekhoda k informatsionnomu obshchestvu [The concept of systemic changes in the school learning process in the context of the transition to an information society]. SPb., Publ. RGPU im A.I. Gertsena, 254 p.
3. Davydova N.N. 2010. Organizatsionno-upravlencheskaya model' vzaimodeystviya obrazovatel'nykh uchrezhdeniy kak faktor innovatsionnogo razvitiya regional'nogo obrazovaniya [Organizational and managerial model of interaction of educational institutions as a factor in the innovative development of regional education]. Obrazovanie i nauka. Izvestiya Ural'skogo otdeleniya Rossiyskoy Akademii obrazovaniya, 8 (76): 32–41.
4. Kislyakov P.A., Shmeleva E.A., Petrova E.A. 2018. Psikhologiya razvitiya cheloveka kak sub"ekta deyatel'nosti [Psychology of human development as a subject of activity]. M., Publ. Rusayns, 184 p.
5. Krayg G., Bokum D. 2010. Psikhologiya razvitiya [Psychology of development]. Per. from English A. Maslov, O. Oreshkina, A. Popov. Under scientific. ed. per. T.V. Prokhorenko. SPb, Publ. Piter, 939 p. (Craig G., Baucum D. Human development. New Jersey)
6. Krasil'nikova V.A. 2006. Informatsionnye i kommunikatsionnye tekhnologii v obrazovanii [Information and Communication Technologies in Education]. Orenburg, Publ. GOU OGU, 235 p.



7. Kulagina I.Yu., Kolyutskiy V.N. 2011. *Vozrastnaya psikhologiya: Razvitie cheloveka ot rozhdeniya do pozdney zrelosti* [Developmental Psychology: Human Development from Birth to Late Maturity]. M., Publ. Yurayt, 464 p.
8. Martsinkovskaya T.D., Maryutina T.M., Polivanova K.N., Stefanenko T.G., Krasnova O.V., Belinskaya E.P. 2017. *Psikhologiya razvitiya* [Developmental Psychology]. Ed. T.D. Martsinkovskaya. M., Publ. Akademiya, 528 p.
9. Mikheev V.I. 2010. *Modelirovanie i metody teorii izmereniy v pedagogike* [Modeling and Methods of Measurement Theory in Pedagogy]. M., Publ. URSS, 224 p.
10. Mukhina V.S. 2010. *Vozrastnaya psikhologiya: fenomenologiya razvitiya, detstvo, otrochestvo* [Developmental psychology: the phenomenon of development, childhood, adolescence]. M., Publ. Akademiya, 452 p.
11. Ocetpova H.B., Smirnov A.I., Osin A.V. 2012. *Kniga i elektronnye sredstva v obrazovanii* [Book and Electronic Means in Education]. M., Publ. Logos, 144 p.
12. Remshmidt Kh. 1994. *Podrostkovyy i yunosheskiy vozrast: problemy stanovleniya lichnosti* [Adolescence and adolescence: problems of personality formation]. Per. s nem. G.I. Loydinoy. Ed. T.A. Gudkova. M., Publ. Mir, 319 p. (Renschmidt H. 1992. *Adoleszenz Entwicklung und Entwicklungskrisen im Jugendalter*. Stuttgart, New York)
13. Savelova E.V. 2008. *Tsifrovye obrazovatel'nye resursy v shkole: metodika ispol'zovaniya. Obshchestvoznanie* [Digital educational resources at school: method of use. Social Studies]. M., Publ. Universitetskaya kniga, 224 p.
14. Shadrikov V.D. 1994. *Deyatel'nost' i sposobnosti*. [Activity and Abilities]. M., Publ. Logos, 320 p.
15. Shtoff V.A. 1966. *Modelirovanie i filosofiya* [Modeling and Philosophy]. M.-L., Publ. Nauka; Leningrad. otd., 301 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Ахметов Степан Идрисович**, аспирант Саратовского государственного университета, учитель русского языка и литературы МОУ "СОШ 8", г. Саратов, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Stepan I. Akhmetov**, postgraduate student of Saratov State University, teacher of Russian language and literature, MOU "SOSH 8", Saratov, Russia

УДК 378.046.4

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-467-475

## **Комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающая формирование цифровой компетентности с учетом персонифицированных траекторий развития**

<sup>1</sup> Куренкова Т.Н., <sup>2</sup> Иванюта Д.В., <sup>3</sup> Литвиненко Е.В., <sup>4</sup> Новичков Д.Е.

<sup>1</sup> Сургутский государственный университет,  
Россия, 628412, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, г. Сургут, пр. Ленина, 1  
E-mail: [tnkurenkova@yandex.ru](mailto:tnkurenkova@yandex.ru);

<sup>2</sup> Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,  
Россия, 295007, Республика Крым, г. Симферополь, пр. Академика Вернадского, 4;

<sup>3</sup> Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18  
E-mail: [lana2703@inbox.ru](mailto:lana2703@inbox.ru);

<sup>4</sup> Самарский государственный технический университет,  
Россия, 443100, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244  
E-mail: [dmitry.novichkov@gmail.com](mailto:dmitry.novichkov@gmail.com)

**Аннотация.** В период ускоряющегося технологического развития цифрового общества и повсеместного внедрения цифровых технологий, создания цифровой образовательной среды необходимо разрешить противоречие между востребованностью педагогов с развитой цифровой компетентностью и их недостаточной подготовкой в аспекте цифровой составляющей для успешного применения цифровых технологий в профессиональной педагогической деятельности. Несмотря на многочисленные исследования проблемы формирования и развития цифровой образовательной среды, существующий цифровой материал не учитывает индивидуальную траекторию формирования цифровой культуры конкретного педагога. В связи с этим авторами разработана комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических высших учебных заведений, обеспечивающая формирование цифровой компетентности с учетом персонифицированных траекторий развития. В статье описаны критерии и показатели успешности внедрения данной модели; определены заинтересованные стороны; проведен анализ необходимых ресурсов и описаны возможные риски. Данная работа вносит вклад в формирование цифровой образовательной среды, направленной на повышение качества образования, создание необходимой инфраструктуры в образовательной организации.

**Ключевые слова:** цифровая образовательная среда, трансформация образования, цифровая культура педагогов

**Благодарности:** работа выполнена при поддержке образовательного проекта Tabula Rasa в рамках деятельности Сургутского ядра Центра Развития Компетенций Западно-Сибирского НОЦ, реализуемого в формате модульной школы по подготовке аспирантов к современным формам научной деятельности в 2020–2022 гг.

**Для цитирования:** Куренкова Т.Н., Толканов К.А., Иванюта Д.В., Литвиненко Е.В., Новичков Д.Е. 2021. Комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающая формирование цифровой компетентности с учетом персонифицированных траекторий развития. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 467–475. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-467-475





## **A Complimentary Model of Support for Teaching Staff and Students of Pedagogical Universities that Ensures the Formation of Digital Competence Taking Into Account Personalized Development Trajectories**

<sup>1</sup> Tatyana N. Kurenkova, <sup>1</sup> Konstantin A. Tolkanov,  
<sup>2</sup> Dmitry V. Ivanyuta, <sup>3</sup> Elena V. Litvinenko, <sup>4</sup> Dmitry E. Novichkov

<sup>1</sup> Surgut State University,

1 Lenin Avenue, Surgut, Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Yugra 628412, Russian Federation  
E-mail: [tnkurenkova@yandex.ru](mailto:tnkurenkova@yandex.ru);

<sup>2</sup> V.I. Vernadsky Crimean Federal University,

4 Prospekt Akademika Vernadskogo, Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russian Federation;

<sup>3</sup> Kazan (Volga Region) Federal University,

18 Kremlevskaya St, Kazan, Republic of Tatarstan 420008, Russian Federation

E-mail: [lana2703@inbox.ru](mailto:lana2703@inbox.ru);

<sup>4</sup> Samara State Technical University,

244 Molodogvardeyskaya St, Samara 443100, Russian Federation

E-mail: [dmitry.novichkov@gmail.com](mailto:dmitry.novichkov@gmail.com)

**Annotation.** In the period of accelerating technological development of the digital society and the widespread introduction of digital technologies, the creation of a digital educational environment, it is necessary to resolve the contradiction between the demand for teachers with developed digital competence and their insufficient training in the aspect of the digital component for the successful application of digital technologies in professional teaching activities. Despite numerous studies of the problem of the formation and development of the digital educational environment, the existing digital material does not take into account the individual trajectory of the formation of the digital culture of a particular teacher. In this regard, the authors have developed a complementary model of support for teaching staff and students of pedagogical higher educational institutions, which ensures the formation of digital competence taking into account personalized development trajectories. The article describes the criteria and indicators of the success of the implementation of this model; identifies stakeholders; analyzes the necessary resources and describes possible risks. This work contributes to the formation of a digital educational environment aimed at improving the quality of education, creating the necessary infrastructure in an educational organization.

**Keywords:** digital educational environment, transformation of education, digital culture of teachers

**Acknowledgements:** the work was carried out with the support of the educational project "Tabula Rasa" within the framework of the Surgut core of the Competence Development Center of the West Siberian REC, implemented in the format of a modular school for preparing graduate students for modern forms of scientific activity in 2020–2022.

**For citation:** Kurenkova T.N., Tolkanov K.A., Ivanyuta D.V., Litvinenko E.V., Novichkov D.E. 2021. A Complimentary Model of Support for Teaching Staff and Students of Pedagogical Universities that Ensures the Formation of Digital Competence Taking Into Account Personalized Development Trajectories. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 467–475 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-467-475

---

### **Введение**

Школа в условиях современности является тем институтом, основная миссия которого заключается в подготовке выпускника, обладающего необходимым набором компетентностей, готового к продолжению образования и жизни в высокоразвитом информаци-

онном обществе. Исходя из этого, необходимым становится формирование цифровой образовательной среды, направленной на повышение качества образования, создание необходимой инфраструктуры в образовательной организации. Нормативно-правовыми предпосылками для разработки и реализации проектов по формированию цифровой образовательной среды служат: Указ президента РФ от 21.07.2020 «О национальных целях развития РФ» – цифровая трансформация образования; Распоряжение Министерства просвещения Российской Федерации от 04.02.2021 № Р-33 об утверждении «Методических рекомендаций по реализации мероприятий по формированию и обеспечению функционирования единой федеральной системы научно-методического сопровождения педагогических работников и управленческих кадров»; федеральные проекты: «Цифровая образовательная среда», «Современная школа».

В настоящее время представлен большой выбор образовательных платформ, проводятся вебинары по их применению в работе, разработаны и реализуются курсы повышения квалификации, направленные на развитие цифровой образовательной среды. Структурным компонентом цифровой трансформации образования является методическое сопровождение педагогов по формированию цифровой культуры. Проблеме формирования и развития цифровой образовательной среды в современный период посвящены исследования таких ученых, как Н.Д. Берман [2017], Г.А. Афанасьев, А.А. Зяблов [2018]; М.Е. Вайндорф-Сысоева, М.Л. Субочева [2018]; В.И. Колыхматов [2018а, 2018б]; А.Ю. Уваров [2018], вопрос методического сопровождения педагогов в современных условиях рассматривают учёные Галицких, Давлятшина [2016], М.С. Балагурова [2017]. При этом одной из ключевых проблем в создании или развитии цифровой образовательной среды в отдельно взятом образовательном учреждении или для конкретного педагога остаётся персонифицированный подход к формированию цифровых компетентностей педагогических работников и студентов педагогических вузов, предлагаемый цифровой материал не учитывает индивидуальную траекторию формирования цифровой культуры конкретного педагога.

Проблема персонификации образования всех уровней стала чаще подниматься в педагогической науке и в деятельности образовательных организаций. Сам термин «персонификация» пришел в сферу образования сравнительно недавно. В отечественную психологию понятие «персонализация» ввел В.А. Петровский [2009], рассматривавший его как процесс деятельности, в котором человек выступает как личность, транслируя другим свою индивидуальность. Значительный вклад в психологическое обоснование методов персонификации образования, способствующих перенесению «центра тяжести» в обучении на внутренние психологические процессы, интерпретацию полученного опыта и создание нового, на самопонимание, самооценку, самопрогнозирование личности, т.е. «открытие себя», внес И.С. Кон [1984].

Система персонифицированного сопровождения может функционировать по различным моделям, среди которых в качестве базовых выделяют комплиментарную, вытесняющую модели и горизонтальное обучение [Певзнер, Шестернинов, 2004], различающиеся содержанием и характером действий в отношении существующих стратегий профессиональной деятельности учителей.

Исходя из этого, наиболее эффективным сопровождение будет при системном подходе и на основе построения индивидуальной траектории развития профессиональной квалификации педагогов. Таким образом, необходимым становится разработка модели сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающей формирование цифровой компетентности с учетом персонифицированных траекторий развития.

### **Комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов как условие развития цифровой образовательной среды**

В процессе участия в образовательном проекте *Tabula Rasa* в рамках деятельности Сургутского ядра Центра Развития Компетенций Западно-Сибирского НОЦ, реализуемого в формате модульной школы по подготовке аспирантов к современным формам научной деятельности нами была разработана *Комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающая формирование цифровой компетентности с учетом персонифицированных траекторий развития*. Из множества существующих моделей была выбрана именно комплиментарная модель, так как она не предполагает изменения педагогической стратегии учителя, а расширяет, обогащает его поведенческий и профессионально-методический подход за счет внесения в деятельность новых элементов, формирования дополнительных компетенций, восполнения выявленных компетентностных дефицитов и корректировки негативных личностных профессиональных установок [Тарасова и др., 2020].

Важным компонентом системы персонифицированного сопровождения педагогов и студентов педагогических вузов является диагностика имеющихся у них компетентностных дефицитов. Анализ используемых в этих целях методик [Марголис и др., 2015; Темнякина, 2015; Березина и др., 2018] позволяет выделить следующие их группы:

- общепедагогические методы диагностики (методы опроса, наблюдение, анализ продуктов профессиональной деятельности и документации и пр.);
- методы самоанализа и самооценки профессиональной деятельности (анкетирование, карты самооценки, карты затруднений и пр.);
- методы экспертной оценки и анализа профессиональной деятельности (тесты, профессиональные задачи и пр.);
- методы мониторинга профессиональной деятельности (карты наблюдения, посещения уроков, диагностические работы с использованием оценочных инструментов и пр.);
- задания в автоматизированной системе для диагностики дефицитов в области различных компетентностей.

*Реализация данной модели нацелена на решение следующих задач:*

- определение компонентов, показателей и уровней цифровой компетентности субъектов образовательного процесса (педагогических работников и студентов педагогических вузов);
- разработку методики оценки цифровых компетентностей педагогических работников и студентов педагогических вузов;
- выявление уровня и дефицитов сформированности цифровой компетентности педагогических работников на основе адаптированной методики;
- выстраивание персонифицированной траектории развития цифровой компетентности педагогических работников и студентов педагогических вузов с учётом выявленных дефицитов на основе анализа программы курсов повышения квалификации по развитию цифровой компетентности субъектов образовательного процесса, предлагаемые вузами (СурГУ, КФУ, КФУ им. Вернадского), ИРО в ХМАО-Югре и авторских курсов повышения квалификации (КПК), прошедших экспертизу.

Заинтересованные стороны в реализации модели: вузы, институты развития образования, организующие курсы повышения квалификации; образовательные учреждения (ректор, директор, методические службы); педагоги, преподаватели, студенты педагогических вузов; научное сообщество.

Комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающая формирование цифровой компетентности с учетом персонифицированных траекторий развития, предполагает реализацию следующих этапов:

1 этап – определение компонентов, показателей, уровней цифровой компетентности;

2 этап – определение и использование в ходе эксперимента методики оценки уровня сформированности цифровой компетентности педагогов, преподавателей, студентов педагогических вузов;

3 этап – выявление дефицитов сформированности цифровой компетентности субъектов образовательного процесса (педагогических работников и студентов педагогических вузов);

4 этап – определение тематических КПК, разработка авторских КПК, позволяющих минимизировать выявленные дефициты.

5 этап – создание онлайн-платформы для проведения эксперимента, обеспечивающей формирование персонализированной траектории развития педагогических работников и студентов педагогических вузов;

*Описание продукта «Комплиментарная модель сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающая формирование цифровой компетентности с учетом персонализированных траекторий развития»:* создана адаптированная методика оценки цифровых компетентностей педагогических работников и студентов педагогических вузов; определены тематические КПК, позволяющие минимизировать выявленные дефициты; получены рекомендации по эффективности КПК, направленных на формирование цифровой культуры [Гнатышина, 2018] с учётом выявленных дефицитов; разработаны и проведены авторские КПК; создана онлайн-платформа для проведения эксперимента (см. таблицу).

Критерии успешности реализации комплиментарной модели сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающей формирование цифровой компетентности с учетом персонализированных траекторий развития

Criteria for the success of implementing a complementary model of support for teaching staff and students of pedagogical universities that ensures the formation of digital competence taking into account personalized development trajectories

Критерий	Значение
Адаптированная методика оценки уровня сформированности цифровой компетентности педагогов образовательных учреждений, преподавателей профессиональных учреждений, студентов педагогических вузов	Оценка уровня и дефицитов сформированности цифровой компетентности
Рекомендации эффективности КПК по развитию цифровой компетентности	Выбор курсов в соответствии с предложенными рекомендациями
Партнёрские соглашения с ВУЗами	Использование в эксперименте КПК, разработанных ВУЗами-партнёрами
КПК по развитию цифровой компетентности, разработанные ВУЗами партнерами, способствующие минимизации выявленных дефицитов	Востребованность практико-ориентированных КПК
Онлайн платформа для проведения эксперимента	Проведение эксперимента
Авторские КПК, направленных на формирование цифровой компетентности субъектов образовательного процесса с учетом выявленных дефицитов	Востребованность авторских КПК
Экспертиза авторских КПК	Соответствие авторских КПК, выявленным дефицитам



При разработке данной модели были проанализированы необходимые ресурсы, которые призваны обеспечить ее эффективную реализацию:

1. Текущие ресурсы:

- инфраструктура образовательных учреждений;
- проектная команда;
- официальные сайты образовательных организаций;
- цифровые образовательные ресурсы, онлайн платформы;
- научная база (методика по сформированности цифровой компетентности, научные библиотеки).

2. Основные ресурсы:

- респонденты, участники курсов повышения квалификации;
- программы курсов повышения квалификации по формированию цифровой компетентности (в том числе авторские курсы);
- онлайн платформа для диагностики сформированности цифровой компетентности и персонифицированных траекторий развития с использованием фреймворка Django, хостинг (<https://www.reg.ru/>);
- партнерство с экспертами в оценке эффективности авторских курсов повышения квалификации.

На основе необходимых ресурсов были обозначены возможные риски и продуманы меры для снижения значимости рисков:

- незначительное количество респондентов, прошедших диагностику по выявлению уровня сформированности цифровой компетентности – вероятность данного риска минимизируется активным размещением ссылок на тестирование в информационных ресурсах образовательных организаций, размещением отзывов респондентов, прошедших диагностику;
- предложенная методика для диагностики не будет включать все компоненты цифровой компетентности и, как следствие, – необъективный персонифицированный подбор необходимых курсов повышения квалификации для устранения выявленных дефицитов – снижение данного риска обеспечивается максимальным охватом перечня источников литературы по данной теме, способствующего выявлению универсальной методики, что позволит определить оптимальную персонифицированную траекторию прохождения курсов повышения квалификации.

### Заключение

Современные изменения в содержании и формах образования и появление новых приоритетов, связанных в том числе с формированием и развитием цифровой образовательной среды, требуют новых подходов к организации научно-методического сопровождения профессиональной деятельности каждого педагогического работника, студентов педагогических вузов, которое должно носить персонифицированный характер. Комплементарная модель с учетом персонифицированных траекторий является эффективным инструментом сопровождения педагогических работников и студентов педагогических вузов, обеспечивающим формирование цифровой компетентности в соответствии с профессиональным стандартом, сохранение и развитие педагогических традиций и опыта, мотивацию учителей к сотворчеству, восполнению личных профессиональных (компетентностных) дефицитов педагогических работников.

### Список литературы

1. Афанасьев Г.А., Зяблов А.А. 2018. Развитие образовательного процесса в новой цифровой среде. Экология урбанизированных территорий, 2: 105–106. DOI: 10.24411/1816-1863-2018-12105

2. Балагурова М.С. 2017. Наставничество как условие профессионального становления начинающих педагогов. В кн.: Инновационные педагогические технологии. Материалы VIII Международной научной конференции, 20–23 октября 2017 г., Казань. Под ред. И.Г. Ахметова. Казань, Бук: 38–40.
3. Березина Е.С., Грязнова Е.Р., Борщева Ю.А. 2018. Принципы, методы и технологии обучения персонала в современных организациях. В кн.: Экономика и управление: теория, методология, практика. Под ред. Г.Ю. Гуляева. Пенза, МЦНС «Наука и просвещение»: 77–90.
4. Берман Н.Д. 2017. К вопросу о цифровой грамотности. Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), 8(6-2): 35–38. DOI: 10.12731/2218-7405-2017-6-2-35-38
5. Вайндорф-Сысоева М.Е., Субочева М.Л. 2018. «Цифровое образование» как системообразующая категория: подходы к определению. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика, 3: 25–36. DOI: 10.18384/2310-7219-2018-3-25-36
6. Галицких Е.О., Давлятшина О.В. 2016. Научно-методическое сопровождение педагогов в современных условиях развития школы. Педагогический имидж, 3(32): 16–27. URL: <https://journal.iro38.ru/files/galitskih32.pdf> (дата обращения: 16.08.2021).
7. Гнатышина Е.В. 2018. Социокультурный подход как общенаучная основа формирования цифровой культуры будущего педагога. Вестник Челябинского государственного педагогического университета, 1: 50–58. DOI: 10.25588/CSPU.2018.01.05
8. Колыхматов В.И. 2018а. Основные направления развития системы общего образования в условиях становления цифровой экономики. Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта, 8(162): 82–87.
9. Колыхматов В.И. 2018б. Цифровые навыки современного педагога в условиях цифровизации образования. Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта, 9(163): 152–158.
10. Колыхматов В.И. 2019а. Значение цифровых технологий в профессиональном развитии педагога. В кн.: Педагогический поиск: инновационный опыт, проблемы качества профессионального развития педагога. Материалы региональной научно-практической конференции, 4 июня 2019 года, Санкт-Петербург. Под ред. В.П. Топоровского. СПб., ГАОУ ДПО "ЛОИРО": 50–55.
11. Колыхматов В.И. 2019б. Образование будущего: технологии цифровизации. В кн.: Современное образование: содержание, технологии, качество. Материалы XXV международной научно-методической конференции, 23 апреля 2019 года, Санкт-Петербург. Т. 1. Под ред. Н.Ф. Лысенко. СПб., Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ" им. В.И. Ульянова (Ленина): 12–15.
12. Кон И.С. 1984. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М., Политиздат, 335 с.
13. Марголис А.А., Сафронова М.А., Панфилова А.С., Шишлянникова С.М. 2015. Апробация инструментария оценки сформированности профессиональных компетенций будущих педагогов. Психологическая наука и образование, 20(5): 77–91.
14. Певзнер М.Н., Шестернинов Е.Е. 2004. Развитие креативности в педагогической среде и создание условий для адресного научно-методического сопровождения педагогов в системе ПКРО. Завуч, 5: 11–18.
15. Петровский В.А. 2009. Логика «Я»: персонологическая перспектива. М., Изд-во Самарского государственного университета, 303 с.
16. Тарасова Н.В., Пастухова И.П., Чигрина С.Г. 2020. Рекомендации по применению инструментария персонифицированного сопровождения учителей общеобразовательных организаций для сотрудников центров непрерывного повышения профессионального мастерства и организаций дополнительного профессионального образования. М., Перспектива, 94 с. URL: <https://itdperspectiva.page.link/resppm> (дата обращения: 16.08.2021).
17. Темняткина О.В. 2015. Выявление потенциала для развития педагога на основе анализа сформированности компонентов деятельности. Современные проблемы науки и образования, 1-1: 936. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=18010> (дата обращения: 16.08.2021).
18. Уваров А.Ю. 2018. Образование в мире цифровых технологий: на пути к цифровой трансформации. М., Изд. дом ГУ-ВШЭ, 168 с.



## References

1. Afanas'ev G.A., Zyablov A.A. 2018. The development of the educational process in the new digital environment. *Regional environmental issues*, 2: 105–106 (in Russian). DOI: 10.24411/1816-1863-2018-12105.
2. Balagurova M.S. 2017. *Nastavnichestvo kak uslovie professional'nogo stanovleniya nachinayushchikh pedagogov* [Mentoring as a condition for the professional development of beginning teachers]. In: *Innovatsionnye pedagogicheskie tekhnologii* [Innovative pedagogical technologies]. Proceedings of the YII International Scientific Conference, October 20–23, 2017, Kazan'. Ed. I.G. Akhmetov. Kazan', Publ. Buk. 38–40.
3. Berezina E.S., Gryaznova E.R., Borshcheva Yu.A. 2018. The principles, methods and technologies of training of personnel in the modern organizations. In: *Ekonomika i upravlenie: teoriya, metodologiya, praktika* [Economics and Management: Theory, Methodology, Practice]. Ed. G.Yu. Gulyaev. Penza, Publ. MTsNS «Nauka i prosveshchenie»: 77–90.
4. Berman N.D. 2017. To the question of digital literacy. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem (elektronnyy nauchnyy zhurnal)*, 8(6-2): 35–38 (in Russian). DOI: 10.12731/2218-7405-2017-6-2-35-38
5. Vayndorf-Sysoeva M.E., Subocheva M.L. 2018. "Digital education" as a systemic category: approach to definition. *Bulletin of the moscow region state university. Series: Pedagogics*, 3: 25–36 (in Russian). DOI: 10.18384/2310-7219-2018-3-25-36
6. Galitskikh E.O., Davlyatshina O.V. 2016. Scientific and methodical support of teachers in modern conditions of the school development. *Pedagogical IMAGE*, 3(32): 16–27 (in Russian). Available at: <https://journal.iro38.ru/files/galitskih32.pdf> (accessed: 16.08.2021)
7. Gnatyshina E.V. 2018. Sociocultural approach as a general scientific basis for developing digital culture in future teachers. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 1: 50–58 (in Russian). DOI: 10.25588/CSPU.2018.01.05.
8. Kolykhatov V.I. 2018a. Main directions of general education development in conditions of the digital economy. *Uchenye zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta*, 8 (162): 82–87 (in Russian).
9. Kolykhatov V.I. 2018b. Modern teacher digital skills in the conditions of digitalization of education. *Uchenye zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta*, 9(163): 152–158 (in Russian).
10. Kolykhatov V.I. 2019a. Role of digital technology in the teacher professional development. In: *Pedagogicheskiy poisk: innovatsionnyy opyt, problemy kachestva professional'nogo razvitiya pedagoga* [Pedagogical search: innovative experience, quality problems of the teacher's professional development]. Materials of the regional scientific and practical conference, June 4, 2019, St. Petersburg. SPb., Publ. GAOU DPO "LOIRO": 50–55.
11. Kolykhatov V.I. 2019b. The future of education: digital transformation. In: *Sovremennoe obrazovanie: sodержanie, tekhnologii, kachestvo* [Modern education: content, technology, quality]. Materials of the XXV International Scientific and Methodological Conference, April 23, 2019, St. Petersburg. Vol. 1. Ed. N.F. Lysenko. SPb., Publ. Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi elektrotekhnicheskii universitet "LETI" im. V.I. Ul'yanova (Lenina): 12–15.
12. Kon I.S. 1984. *V poiskakh sebya: Lichnost' i ee samosoznanie* [In Search of Oneself: Personality and Its Self-Consciousness]. M., Publ. Politizdat, 335 p.
13. Margolis A.A., Safronova M.A., Panfilova A.S., Shishlyannikova S.M. 2015. Testing of assessment tools of future teachers professional competence. *Psychological science and education*, 20(5): 77–91 (in Russian).
14. Pevzner M.N., Shesterninov E.E. 2004. *Razvitie kreativnosti v pedagogicheskoy srede i sozдание usloviy dlya adresnogo nauchno-metodicheskogo soprovozhdeniya pedagogov v sisteme PKRO*. [Development of creativity in the pedagogical environment and creation of conditions for targeted scientific and methodological support of teachers in the PCRO system]. *Zavuch*, 5: 11–18.
15. Petrovskiy V.A. 2009. *Logika «Ya»: personologicheskaya perspektiva* [Logic "I": a personological perspective]. M., Publ. Samarskogo gosudarstvennogo universiteta, 303 p.
16. Tarasova N.V., Pastukhova I.P., Chigrina S.G. 2020. *Rekomendatsii po primeneniyu instrumentariya personifitsirovannogo soprovozhdeniya uchiteley obshcheobrazovatel'nykh organizatsiy dlya sotrudnikov tsentrov nepreryvnogo povysheniya professional'nogo masterstva i organizatsiy dopolnitel'nogo professional'nogo obrazovaniya* [Recommendations on the use of tools for personalized support of teachers of educational organizations for employees of centers for continuous professional

development and organizations of additional professional education]. M., Publ. Perspektiva, 94 p. Available at: <https://itdperspektiva.page.link/recppm> (accessed: 16 avgusta 2021).

17. Temnyatkina O.V. 2015. The exposure of potential for teacher's development on the basis of analysis of forming components of activity. *Modern Problems of Science and Education*, 1-1: 936 (in Russian). URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=18010> (accessed: 16.08.2021)

18. Uvarov A.Yu. 2018. *Образование в мире tsifrovyykh tekhnologiy: na puti k tsifrovoy transformatsii* [Education in the Digital World: Towards Digital Transformation]. M., Publ. Ed. building GU-VShE, 168 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Куренкова Татьяна Николаевна**, аспирант кафедры педагогики и дополнительного профессионального образования Сургутского государственного университета, г. Сургут, Россия

**Иванюта Дмитрий Викторович**, аспирант кафедры бизнес-информатики и математического моделирования Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, г. Севастополь, Россия

**Литвиненко Елена Владимировна**, аспирант кафедры билингвального и цифрового образования Казанского федерального университета, г. Казань, Россия

**Новичков Дмитрий Евгеньевич**, аспирант кафедры информатики и вычислительной техники Самарского государственного технического университета информации и управления, г. Самара, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Tatyana N. Kurenkova**, Postgraduate student of the Department of Education and Pedagogical Sciences of Surgut State University, Surgut, Russia

**Dmitry V. Ivanyuta**, Postgraduate Student of the Department of Business Informatics and Mathematical Modeling of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol, Russia

**Elena V. Litvinenko**, Post-graduate student of the Department of Bilingual and Digital Education of Kazan Federal University, Kazan, Russia

**Dmitry E. Novikov**, postgraduate student of the Department of Computer Science and Computer Engineering of the Samara State Technical University of Information and Management, Samara, Russia





УДК 37.087.4

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-476-485

## Социальное признание как фактор формирования профессионального имиджа учителя

**Шаруева Е.В.**

Самарский филиал Московского городского педагогического университета,  
Россия, 443081, г. Самара, ул. Стара Загора, 76  
E-mail: eb3011@mail.ru

**Аннотация.** В настоящее время система образования предъявляет новые требования не только к профессиональной деятельности современного учителя, которые не только направлены на модернизацию профессиональной деятельности педагога, но и вносят качественные изменения в его профессиональный статус. Таким образом возникает противоречие между потребностью государства в повышении статуса учителя и ограниченными социальными возможностями формирования его положительного профессионального имиджа. Несмотря на большое количество публикаций по данной тематике, социальное признание как фактор его формирования не был достаточно изучен. Цель данного исследования – подтвердить гипотезу: ведущим социальным фактором, оказывающим значительное влияние на формирование профессионального имиджа учителя и отражающее его социальный статус, выступает социальное признание его педагогической деятельности участниками образовательных отношений. Исследование проводилось на основе контент-анализа нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность учителя, и анализа педагогического состава Самарской области. В результате исследования были выявлены уровни и виды социального признания представителя педагогической профессии, направленные на повышения статуса учителя и формирующие положительный профессиональный имидж. Полученные данные доказывают влияние социального признания на формирование профессионального имиджа учителя, что способствует повышению статуса педагога. Результаты исследования вносят вклад в развитие теории социального признания в контексте педагогической науки, и могут быть использованы при построении кадровой политики образовательного учреждения.

**Ключевые слова:** социальное признание, профессиональный имидж учителя, потребность в интеграции, потребность в дифференциации, внутреннее социальное признание, внешнее социальное признание

**Для цитирования:** Шаруева Е.В. 2021. Социальное признание как фактор формирования профессионального имиджа учителя. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 41 (1): 476–485. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-476-485

---

## Social Recognition as a Factor in the Formation of the Professional Image of a Teacher

**Ekaterina V. Sharueva**

Samara Branch Moscow City Pedagogical University,  
76 Stara Zagora St, Samara 443081, Russian Federation  
E-mail: eb3011@mail.ru

**Abstract.** Currently, the education system imposes new requirements not only for the professional activities of the modern teacher, but also to his personality. Despite the fact that these requirements are aimed at modernizing the professional activities of a teacher, they introduce qualitative changes in his professional status as an employee of the educational sphere. The issue of raising the status of the teacher is a priority of modern educational policy. Thus, there is a contradiction between the state's need to raise

the status of the teacher and the limited social opportunities to form his positive professional image. Despite the large number of publications on the professional image of the teacher, social recognition as a factor in its formation has not been sufficiently studied. The purpose of this study - to confirm the hypothesis: the leading social factor that has a significant influence on the formation of the professional image of the teacher and reflects its social status, is the social recognition of its teaching activities by participants of educational relations and to identify the level and types of social recognition of professional teaching activities that form a professional image of the teacher and aimed at improving its professional status. The study was conducted on the basis of content analysis of regulatory documents governing the professional activities of teachers and analysis of the pedagogical staff of the Samara region. As a result of the study levels and types of social recognition of a representative of the teaching profession, aimed at improving the status of the teacher and forming a positive professional image were identified. The findings prove the impact of social recognition on the formation of professional image of the teacher, which contributes to the status of the teacher. The results of the study contribute to the development of the theory of social recognition in the context of pedagogical science, and can be used in building personnel policy of the educational institution.

**Key words:** social recognition, professional image of a teacher, the need for integration, the need for differentiation, internal social recognition, external social recognition

**For citation:** Sharueva E.V. 2021. Social Recognition as a Factor in the Formation of the Professional Image of a Teacher. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 41 (1): 476–485 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-476-485

---

## Введение

Масштабная программа РФ «Развитие образования до 2025 года» (от 26.12.2017 № 1642) направлена на модернизацию и развитие системы образования, совершенствование профессионализма педагогических работников. В современной образовательной системе профессиональное мастерство учителя выступает катализатором инноваций этой системы, определяет результативность и признание его профессиональных достижений участниками образовательных отношений.

Социальное признание играет ведущую роль в построении профессиональной деятельности современным учителем, поскольку педагогическая деятельность является отражением социальных ожиданий в обучении и воспитании нового поколения. Таким образом, в современном обществе профессиональная деятельность учителя не только реализует социальный запрос в отношении результатов образовательной деятельности, но и формирует стереотипы общественного восприятия педагогической профессии. Данные стереотипы опираются на потребности и ожидания, сложившиеся представления о профессиональной деятельности и личностных качествах учителя в социальном окружении и входят в структуру профессионального педагогического имиджа. Профессиональный имидж обеспечивает функциональную связь между профессиональными качествами и личностным развитием учителя, повышая конкурентоспособность субъекта в профессиональной среде, способствуя диверсификации образовательных услуг и вариативности содержания образования [Носков, 2016, с. 141].

Влияние признания профессиональной деятельности учителя как профессиональным, так и социальным сообществом на формирование профессионального имиджа выявлено многими исследователями. Так, Е.Б. Перельгина отмечает, что имидж является «средством установления гармоничных отношений со своим социальным окружением» [Перельгина, 2005]. Также социализирующую функцию имиджа выделяет С.К. Харбик, по ее мнению, имидж приобретает значение «в процессе социального, а не индивидуального восприятия объекта» [Харбих, 2015, с. 310]. К.А. Аржанова выделяет функционирование имиджа при формировании социальных представлений и мотивационной структуры



индивида, закономерным результатом которого является проявление предсказуемых моделей поведения личности в ее социальной группе [Аржанова, Довжик, 2020, с. 158].

Опираясь на данные определения, профессиональный имидж может быть представлен как целенаправленно сформированный эмоционально окрашенный образ, базирующийся на совокупности индивидуально-личностных, социально-коммуникативных качествах и профессиональных характеристиках личности, обусловленных требованиями его профессионального и социального окружения.

Анализ определений профессионального имиджа учителя позволяет заключить, что социальное признание профессиональной деятельности учителя может выступать одним из факторов формирования его профессионального имиджа, где под фактором понимается «активный элемент воздействия» на данный процесс, определяющий его результат [Бусыгина, 2001, с. 124].

Таким образом, обзор теоретических исследований по формированию профессионального имиджа учителя, опирающихся на социальное признание как фактор его сформированности, показал, что категориальный аппарат данного феномена в педагогической науке не раскрыт полностью. Отсутствует четкое представление о видах и уровнях социального признания представителей педагогической профессии и их дифференциации. Все это усложняет работу по формированию положительного профессионального имиджа педагога, снижает эффективность влияния на повышение социального статуса представителя данной профессии.

Цель исследования – подтвердить гипотезу: ведущим социальным фактором, оказывающим значительное влияние на формирование профессионального имиджа учителя и отражающее его социальный статус, выступает социальное признание его педагогической деятельности участниками образовательных отношений, выявить уровень и виды социального признания профессиональной педагогической деятельности, формирующие профессиональный имидж учителя и направленные на повышение его социального статуса.

### **Объекты и методы исследования**

Объект исследования – социальное признание профессиональной деятельности учителя. Специфика объекта исследования предопределяет использование теоретического анализа источников зарубежной и отечественной литературы, который позволил определить понятие социального признания.

Основным методом исследования выступает контент-анализ нормативно правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность учителя, позволяющий определить виды социального признания педагогической деятельности учителя.

Также был проведен анализ кадрового потенциала Самарской области с позиций: профессиональной квалификации, представленной уровнем образования и наличием квалификационной категории; опыта профессиональной деятельности; распространения педагогического опыта, наличия различных видов поощрения, а также признания профессиональных достижений органами власти.

Для репрезентативности полученных результатов был использован метод статистической и математической обработки данных, которые были получены в ходе исследования.

### **Понятие и уровни социального признания**

В научной литературе социальное признание широко представлено прежде всего в психологических исследованиях, где под данной категорией понимают устойчивую, как правило, высокую оценку достоинств индивида обществом, порождающую уважение окружающих и способствующую повышению мотивации и самооценки личности [Myers, DeWall, 2018; Еникеев, 2019].

В социологических исследованиях социальное признание трактуется как положительная оценка индивида окружающими, являющаяся одним из важнейших мотивов человеческой деятельности, способствующей стабильности социальных отношений [Журавлев и др., 2019].

Более широкое распространение в настоящее время феномен социального признания получил в социальной психологии, где выделяется психологическая потребность индивида, имеющего социальное окружение, в социальном признании. В данном подходе исследователи выделяют два типа социального признания, базирующихся на потребности индивида в интеграции в социальное окружение и потребности в социальной дифференциации.

Потребность в интеграции является более сильной потребностью индивида, основанной на стремлении соответствовать референтной группе, к которой он себя относит, подражая ценностям, идеям и образу жизни, принятому в ней [Наумцева, Климов, 2017]. Данная потребность присуща каждому человеку, живущему в социуме, являясь самым сильным импульсом его деятельности.

Потребность в дифференциации строится на потребности индивида занимать субъектную позицию по отношению к его социальному окружению для признания значимых характеристик личности, способствующих признанию ее индивидуальности [Li et al., 2018].

Потребность в интеграции и дифференциации личности заложена в концепции «отражения себя», которая описывает психологическое восприятие личности себя глазами других [He, Brown, 2013]. Человек определяет и видит себя так, как, по его мнению, его воспринимают и судят о нем другие. В то же время при самоопределении человек строит свою Я-концепцию, тем самым дифференцируя свои личностные качества [Crocetti et al., 2014]. Социализация личности строится на идентификации личности, старающейся подтвердить взгляд на свое групповое «я» через восприятие себя другими, тем самым создавая определенный образ, отвечающий ожиданиям целевой группы [Johnson et al., 2012].

Данная концепция социального признания входит в структуру и содержание профессионального имиджа, трактуя данное понятие через «эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа педагога в сознании участников образовательного процесса и социального окружения...» [Гурчиани, 2010]. Также многие исследователи [Бусыгина 2001; Гурчиани, 2010] определяют данный феномен через социальный эмоционально-окрашенный образ, который формируется в процессе субъект-субъектного взаимодействия, символически закрепляя определенную информацию о субъекте [Бусыгина, 2001].

Данные определения подтверждают, что человек, относящий себя к какой-либо группе, старается донести свою групповую идентичность с помощью социально признанных символов, так же как личность, занимающая субъективную позицию, самосимволизируется для передачи личной идентичности [Бессережнева, Погодина, 2020], тем самым формируя свой профессиональный имидж как представителя педагогической профессии.

Социальное признание является важным компонентом удовлетворения потребности личности в общественном признании созданного образа, для реализации потребности в признании человек будет усердно работать над достижением идеального образа, соответствующего ожиданиям целевой группы, путем приобретения символов группы или попыток манипулировать взглядами других [Zhao et al., 2016].

Исходя из данной концепции социального признания, мы можем определить его как фактор формирования профессионального имиджа учителя. В процессе формирования профессионального имиджа социальное признание выступает катализатором данного процесса, определяя вектор его развития.

Опираясь на теорию потребности личности в интеграции и дифференциации в референтной группе, в социальном признании профессиональной деятельности учителя можно выделить два уровня: внутренний уровень, который строится на личностном профессионализме, соответствующем ожиданиям и стремлениям целевой группы и включа-

ющем в себя желания и стремления, направленные на достижение компетентности и профессиональной уверенности в своей педагогической деятельности; внешний уровень социального признания учителя, который основан на дифференциации учителя в профессиональном окружении, базирующийся на потребности в завоевании репутации, престиже и статусе в своей профессиональной деятельности [Haslam et al., 2017].

Из этого следует, что внутренний уровень социального признания базируется на повышении профессиональной компетентности учителя, являющейся способностью специалиста решать определенный класс профессиональных задач и соответствовать формальным требованиям к личностным и профессиональным качествам сотрудников данной профессиональной сферы [Андрюченко, 2018].

Внешний уровень социального признания выражен различными видами признания и поощрения профессиональной деятельности учителя, оказывающими непосредственное влияние на его профессиональное положение в социуме, как представителя педагогического труда.

### **Виды социального признания**

В ходе проведенного контент-анализа нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность учителя (Закона «Об образовании в Самарской области» от 22.12.2014 № 133-ГД; Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования; профессионального стандарта «Педагог» национальной системы учительского роста (НСУР) [Об утверждении... 2010; Об утверждении... 2013; Комплексная программа... 2014; Об образовании... 2014]) были выявлены следующие виды социального признания представителя педагогической профессии:

- профессиональная квалификация, которая характеризуется уровнем профессионального образования и наличием квалификационной категории, представлена в 4 из 4 исследованных документов;
- опыт профессиональной деятельности как показатель ее эффективности встречается в 3 из 4 вышеуказанных документов;
- распространение профессионального опыта, выраженное в участии в различных конференциях и конкурсах профессионального мастерства, представлено в 2 документах;
- различные виды поощрения и признание профессиональных достижений органами власти встречается в 2 исследованных документах.

Данные виды социального признания профессиональной деятельности учителя были рассмотрены более конкретно на примере педагогического кадрового потенциала Самарской области.

В общеобразовательных организациях Самарской области на конец 2020 года работало 19 676 учителей. Современные образовательные стандарты регламентируют наличие высшего профессионального образования у каждого учителя, тем самым определяя его социальное признание не только в профессиональном сообществе, но и в социальном окружении.

Анализ уровня образования педагогов в 2020 году показал, что 89 % педагогических работников имеют высшее образование, в том числе 62,1 % от общего количества имеют профильное высшее образование, в то время как 26,9 % прошли профессиональную переподготовку по педагогическому направлению; 11 % учителей имеют среднее профессиональное образование. Данные показатели свидетельствуют о высоком уровне педагогического кадрового потенциала региона, который, тем не менее, находится на среднем уровне по стране, но позволяет реализовывать образовательную политику в полном объеме, что способствует не только внутреннему, но и внешнему социальному при-

знанию учителей, а значит, и формированию положительного имиджа представителей педагогической профессии в регионе.

Одним из показателей внутреннего социального признания педагога является наличие квалификационной категории. Квалификационная категория учителя является фактом профессиональной оценки и социального признания его педагогической деятельности. Профессиональная аттестация направлена на непрерывное развитие учителя, позволяя корректировать свою профессиональную деятельность с учетом запроса участников образовательных отношений и демонстрировать ее результативность согласно предъявляемым требованиям к педагогической деятельности. В результате аттестации учителю присваивается первая или высшая квалификационная категория сроком на пять лет, дифференцирующая уровень оплаты педагогического труда, тем самым повышая профессиональный статус педагогического работника.

Анализ профессиональной квалификации учителей Самарской области в 2020 году показал, что 2 681 педагог проходил профессиональную аттестацию, в результате которой 1 188 учителям была присвоена первая квалификационная категории и 1 385 высшая. С целью повышения профессиональной компетентности педагогических кадров в Самарской области с 2006 года действует система именного образовательного чека, согласно которому учитель каждые три года должен проходить курсы повышения квалификации в объеме 108 часов, что также учитывается при аттестации.

Данные аттестации учителей за 2020 год свидетельствует о высоком уровне квалификации педагогов и их социальном признании в профессиональном сообществе, что способствует становлению положительного профессионального имиджа учителя.

Также показателем компетентности учителя выступает опыт его профессиональной деятельности, который представлен педагогическим стажем, характеризующим результативность образовательной деятельности педагога.

Анализ педагогических кадров Самарской области демонстрирует, что 64,1 % учителей имеют стаж профессиональной деятельности 15 лет и более, что способствует весомости профессиональных достижений, отражающихся в его социальном признании, повышая статус учителя. Поэтому стаж профессиональной деятельности учителя позволяет педагогу получать признание своих достижений не только в профессиональном сообществе, но и в социальном окружении.

Внешним уровнем социального признания выступают различные виды поощрений и признаний представителей педагогической профессии, к которым относятся: государственные награды, ведомственные отраслевые награды, почетные звания, такие как «Заслуженный учитель РФ», «Почетный работник образования», «Ветеран труда».

Анализ педагогического кадрового потенциала Самарской области в 2020 году показал, что 0,16 % учителей имеют государственные награды; 21,3 % учителей присуждены ведомственные награды Минобрнауки и Минпросвещения РФ; 13,9 % награждены почетной грамотой Минобрнауки РФ.

Один педагог Самарской области имеет звание народный учитель СССР; 0,3 % педагогов удостоены почетного звания «Заслуженный учитель РФ»; 12,8 % педагогов имеют звание «Почетный работник образования»; 2,4 % являются «Ветеранами труда».

Еще одним видом социального признания профессиональной деятельности учителя является «Конкурс на присуждение премий лучшим учителям за достижения в педагогической деятельности», проходящий во всех регионах России с 2007 года. В рамках реализации Указа Президента РФ от 28 января 2010 года «О денежном поощрении лучших учителей», учителям, добившимся внушительных результатов в своей профессиональной деятельности и сумевшим презентовать результаты своей работы, выплачивается премия в размере 200 тысяч рублей.

Внешним уровнем социального признания профессиональной деятельности учителя выступает трансляция педагогического опыта и участие в конкурсах профессионально-



го мастерства. Показательность профессиональных достижений способствует позитивной оценке профессиональной деятельности учителя, основанной на восприятии педагога участниками образовательного процесса и признании его достоинств не только как специалиста, но и как личности.

Одним из наиболее значимых конкурсов профессионального мастерства является всероссийский ежегодный конкурс «Учитель года России», который проводится с 1992 года с целью поддержки и поощрения передовых педагогических практик школьных учителей. Данный конкурс проводится в каждом регионе, способствуя повышению статуса педагогических работников, т. к. лауреатов и финалистов регионального этапа поощряют денежными вознаграждениями, а с 2011 года в Самарской области победитель награждается автомобилем LADA. В результате регионального этапа отбираются 60 финалистов конкурса для участия во всероссийском этапе конкурса. Финал проходит в несколько этапов, где по итогам первого этапа отбирают 15 лауреатов, второго – 5 финалистов и по сумме баллов двух заключительных этапов выявляют победителя конкурса.

В заключительном этапе Всероссийского конкурса «Учитель года России» с 2000 по 2021 гг. участвовал 21 педагог Самарской области. Из них финалистами стали 17 учителей, 4 педагога стали призерами и один – абсолютным победителем.

В Самарской области с 2008 года проводится областная общественная акция «Народное признание», призванная определить достойных жителей региона, достигших значительных успехов в профессиональной или общественной деятельности. Педагоги Самарской области являются постоянными участниками данной акции, которая определяет победителей общественного голосования по номинациям. За 2008 -2020 года лауреатами были признаны 34 представителя педагогической профессии в номинациях: «Признание и уважение», «Признание и мастерство», «Гордость и слава», «Честь и доблесть», «Имя года», «Открытие года», «Открытие и созидание», «За верность земле», «Рожденные в сердце России», «Дружба и братство», «Комсомол – моя судьба», «Память и слава».

Рассмотренные виды социального признания представителей педагогической профессии, достаточно широко представленные в Самарской области, не исключают других вариантов общественного признания учителей.

Социальное признание заслуг педагога в профессиональной деятельности на федеральном или региональном уровне стимулирует педагогов к профессионально-личностному развитию и позволяет определить факторы, формирующие профессиональный имидж как представителя педагогического труда, так и профессии в целом.

### **Заключение**

В ходе данного исследования авторы уточнили понятие социального признания, которое выражается в положительной оценке индивида обществом, формирующей мотивацию личности в профессиональной деятельности, что способствует стабильности социальных и профессиональных отношений.

В нормативных документах отражаются такие виды социального признания, как профессиональная квалификация, характеризующаяся уровнем профессионального образования и наличием квалификационной категории; опыт профессиональной деятельности; распространение профессионального опыта, выраженное в участии в различных конференциях и конкурсах профессионального мастерства; различные виды поощрения и признание профессиональных достижений органами власти.

Анализ данного феномена в теоретическом аспекте позволил интегрировать внешний и внутренний уровни социального признания в педагогическую науку на основе социального признания представителей педагогической профессии и конкретизировать данный феномен педагогическими категориями.

К внутреннему уровню социального признания учителя относятся: уровень профессионального образования, наличие квалификационной категории, стаж педагогической

деятельности, которые отражают личностный профессионализм, соответствующий ожиданиям и стремлениям целевой группы.

Внешний уровень социального признания включает в себя распространение профессионального опыта, выраженное в участии в различных конференциях и конкурсах профессионального мастерства; различные виды поощрения и признание профессиональных достижений органами власти; социальную активность педагога, что способствует дифференциации каждого учителя в профессиональном и социальном окружении.

Анализ видов социального признания представителей педагогической профессии на примере кадрового потенциала Самарской области подтверждает выдвинутую гипотезу, что социальное признание является фактором формирования профессионального имиджа учителя, способствует развитию не только отдельных структурных компонентов данного феномена, но и формированию идеального образа представителя педагогического труда в обществе, тем самым повышая социальный статус учителя.

Данное исследование позволило конкретизировать категориальный аппарат феномена социальное признание с педагогического подхода, дифференцируя его по уровням и видам, которые способствуют формированию положительного профессионального имиджа учителя, что ведет к повышению статуса представителя данной профессии.

Полученные результаты исследования могут быть использованы в формировании системы профессионального продвижения педагогических кадров и повышения их социального статуса на основе имиджформирующих факторов.

#### Список источников

1. Андриенко Е.В. 2018. Социальная психология. М., Academia, 320 с.
2. Об образовании в Самарской области. Закон Самарской области от 22 декабря 2014 г. № 133-ГД. URL: <https://pravo.samregion.ru/zakony/zakon-samarskoj-oblasti-ot-22-12-2014-133-gd-ob-obrazovanii-v-samarskoj-oblasti/> (дата обращения: 10.08.2021).
3. Еникеев М.И. 2019. Общая и социальная психология. Москва, Норма, 224 с.
4. Журавлев А.Л., Позняков В.П., Резников Е.Н., Роцин С.К., Соснин В.А., Хащенко В.А., Шорохова Е.В. 2019. Социальная психология. Под ред. А. Л. Журавлева. Москва, Саратов, ПЕР СЭ, Ай Пи Эр Медиа, 351 с.
5. Комплексная программа повышения профессионального уровня педагогических работников общеобразовательных организаций. Правительство РФ от 28 мая 2014 г. № 3241п-П8. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70616270/> (дата обращения: 10.10.2021).
6. Об утверждении профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)». Приказ Минтруда России от 18 октября 2013 г. № 544н. URL: <http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/orders/129> (дата обращения: 03.10.2021).
7. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования (с изменениями от 11 декабря 2020 г.). Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 декабря 2010 г. № 1897. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902254916> (дата обращения: 10.09.2021).

#### Список литературы

1. Аржанова К.А., Довжик Г.В. 2020. Специфика восприятия имиджей профессий по рекламе и связям с общественностью. Вестник ГУУ, 10: 157–162. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-10-157-162
2. Бессережнева С.А., Погодина А.В. 2020. Проблема профессиональной адаптации молодых специалистов в современных организациях: социально-психологический аспект. В кн.: Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием памяти М.Ю. Кондратьева, г. Москва, 12–13 мая 2020 г. Москва, ФГБОУ ВО МГППУ: 78–81.
3. Бусыгина Т.А. 2001. Имидж как фактор успешности в карьере. В кн.: Проблемы развития предприятий: экономика, организация, менеджмент. Материалы 1-й Международной





научно-практической конференции, г. Самара, 24–25 апреля 2001 г. Под ред. А.П. Жабина, Е.В. Заровой. Самара, Изд-во СГЭУ: 123–125.

4. Гурчиани К.С. 2010. Психологический анализ имиджа. Вестник Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова. Серия: Гуманитарные науки, 1(11): 63–67.

5. Наумцева Е.А., Климов А.А. 2017. Взаимосвязь психологической готовности к организационным изменениям и организационной идентификации. Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология, 3 (30): 71–75. DOI: 10.18323/2221-5662-2017-3-71-75

6. Несмеянова Р.К. 2018. Связь социально-демографических характеристик сотрудников с их организационной идентификацией и привлекательностью для них корпоративной культуры. Социальная психология и общество, 9 (1): 67–77. DOI:10.17759/sps.2018090105

7. Носков И.А. 2016. Имидж в маркетинговой стратегии развития образования. В кн.: Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы. Материалы одиннадцатой международной научно-практической конференции, г. Самара, 28–29 сентября 2016 года. Под ред. Л.В. Вершиной. Самара, СГСПУ: 139–143.

8. Перельгина Е.Б. 2005. Восприятие и изменение имиджа как феномена интересубъектного взаимодействия. Российский психологический журнал, 2 (2): 26–43. DOI: <https://doi.org/10.21702/rpj.2005.2.4>

9. Сидоренков А.В., Шипитько О.Ю., Штильников Д.Е., Штроо В.А. 2019. Разработка инструментария изучения идентификации работников в организации. Организационная психология, 9 (3): 74–102.

10. Харбих С.К. 2015. Международный имидж государства. Факторы формирования. Социально-гуманитарные знания, 2: 308–314.

11. Crocetti E., Avanzi L., Hawk S., Fraccaroli F., Meeus W. 2014. Personal and social facets of job identity: A person-centered approach. Journal of Business & Psychology, 29 (2): 281–300. DOI: 10.1007/s10869-013-9313-x

12. Haslam S.A., Cornelissen J.P., Werner M.D. 2017. Metatheories and Metaphors of Organizational Identity: Integrating Social Constructionist, Social Identity, and Social Actor Perspectives within a Social Interactionist Model. International Journal of Management Reviews, 19 (3): 318–336. DOI: 10.1111/ijmr.12150

13. He H., Brown A.D. 2013. Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. Group & Organization Management, 38 (1): 3–35. DOI: <https://doi.org/10.1177/1059601112473815>

14. Johnson M.D., Morgeson F.P., Hekman D.R. 2012. Cognitive and affective identification: Exploring the links between different forms of social identification and personality with work attitudes and behavior. Journal of Organizational Behavior, 33 (8): 1142–1167. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.1787>

15. Li J., Furst-Holloway S., Masterson S.S., Gales L.M., Blume B.D. 2018. Leader-member exchange and leader identification: Comparison and integration. Journal of Managerial Psychology, 33 (2): 122–141. DOI: 10.1108/JMP-06-2017-0220

16. Myers D., DeWall C. 2018. Psychology. New York, Worth Publishers, 896 p.

17. Zhao C., Liu Y., Gao Z. 2016. An identification perspective of servant leadership's effects. Journal of Managerial Psychology, 31 (5): 898–913. DOI: 10.1108/JMP-08-2014-0250

## References

1. Arzhanova K.A., Dovzhik G.V. 2020. Specifics of perception of images of professions in advertising and public relations. Vestnik GUU, 10: 157–162 (in Russian). DOI: 10.26425/1816-4277-2020-10-157-162

2. Besserezhneva S.A., Pogodina A.V. 2020. Problema professional'noy adaptatsii molodykh spetsialistov v sovremennykh organizatsiyakh: sotsial'no-psikhologicheskiy aspekt [The problem of professional adaptation of young specialists in modern organizations: socio-psychological aspect]. In: Sotsial'naya psikhologiya: voprosy teorii i praktiki [Social psychology: questions of theory and practice]. Materials of the V All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation in memory of M.Y. Kondratiev, Moscow, May 12–13, 2020. M., Publ. FGBOU VO MGPPU: 78–81.

3. Busygina T.A. 2001. Imidzh kak faktor uspekhnosti v kar'ere [Image as a factor in career success]. In: Problemy razvitiya predpriyatiy: ekonomika, organizatsiya, menedzhment [Problems of

enterprise development: economics, organization, management]. Materials of the 1st International Scientific and Practical Conference, Samara, April 24–25, 2001. Eds. A.P. Zhabin, E.V. Zarova. Samara, Publ. SGEU: 123–125.

4. Gurchiani K.S. 2010. Psychological analysis of image. Vestnik Yaroslavskego gosudarstvennogo universiteta im. P. G. Demidova. Ser. Gumanitarnye nauki, 1 (11): 63–67 (in Russian).

5. Naumtseva E.A., Klimov A.A. 2017. The interrelation of psychological readiness to the organizational changes and organizational identification. Science vector of Togliatti state university. Series: pedagogy, psychology, 3(30): 71–75 (in Russian). DOI: 10.18323/2221-5662-2017-3-71-75.

6. Nesmeyanova R.K. 2018. The relationship between the socio-demographic characteristics of employees and their organizational identification and their perceived attractiveness of corporate culture. Social Psychology and Society, 9 (1): 67–77 (in Russian). DOI:10.17759/sps.2018090105.

7. Noskov I.A. 2016. Imidzh v marketingovoy strategii razvitiya obrazovaniya [Image in the marketing strategy of education development]. In: Vysshee gumanitarnoe obrazovanie XXI veka: problemy i perspektivy [Higher education in the humanities of the XXI century: problems and prospects]. Materials of the eleventh International Scientific and Practical Conference, Samara, September 28–29, 2016. Ed. L.V. Vershinina. Samara, Publ. SGSPU: 139–143.

8. Pereyagina E.B. 2005. Perception and change of image as a phenomenon of interpersonal relationship. Russian psychological journal, 2 (2): 26–43 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.21702/rpj.2005.2.4>

9. Sidorenkov A.V., Shipit'ko O.Yu., Shtil'nikov D.E., Shtroo V.A. 2019. Development of tools for the study of employee identity in the organization. Organizational Psychology, 9 (3): 74–102 (in Russian).

10. Kharbikh S.K. 2015. International image of the state. Sotsial'no-gumanitarnye znaniya, 2: 308–314 (in Russian).

11. Crocetti E., Avanzi L., Hawk S., Fraccaroli F., Meeus W. 2014. Personal and social facets of job identity: A person-centered approach. Journal of Business & Psychology, 29(2): 281–300. DOI: 10.1007/s10869-013-9313-x

12. Haslam S.A., Cornelissen J.P., Werner M.D. 2017. Metatheories and Metaphors of Organizational Identity: Integrating Social Constructionist, Social Identity, and Social Actor Perspectives within a Social Interactionist Model. International Journal of Management Reviews, 19(3): 318–336. DOI: 10.1111/ijmr.12150

13. He H., Brown A.D. 2013. Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. Group & Organization Management, 38(1): 3–35. DOI: <https://doi.org/10.1177/1059601112473815>

14. Johnson M.D., Morgeson F.P., Hekman D.R. 2012. Cognitive and affective identification: Exploring the links between different forms of social identification and personality with work attitudes and behavior. Journal of Organizational Behavior, 33(8): 1142–1167. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.1787>

15. Li J., Furst-Holloway S., Masterson S.S., Gales L.M., Blume B.D. 2018. Leader-member exchange and leader identification: Comparison and integration. Journal of Managerial Psychology, 33(2): 122–141. DOI: 10.1108/JMP-06-2017-0220

16. Myers D., DeWall C. 2018. Psychology. New York, Worth Publishers, 896 p.

17. Zhao C., Liu Y., Gao Z. 2016. An identification perspective of servant leadership's effects. Journal of Managerial Psychology, 31(5): 898–913. DOI: 10.1108/JMP-08-2014-0250

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Шаруева Екатерина Викторовна**, ассистент кафедры педагогики Самарского филиала Московского городского педагогического университета, г. Самара, Россия

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Ekaterina V. Sharueva**, assistant of the Department of Pedagogy of the Samara Branch of the Moscow City Pedagogical University, Samara, Russia



# ЯЗЫКОЗНАНИЕ LINGUISTICS

УДК 811.1/2

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-486-496

## Грамматические средства выражения эмоционально-экспрессивного компонента в текстах англоязычных СМИ

**Волошина Т.Г., Зуева Е.А., Нерубенко Н.В., Фисунова Н.В.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85,  
E-mail: tatianavoloshina@rambler.ru

**Аннотация.** Изменение стиля коммуникации современных СМИ продиктовано необходимостью современного общества охватывать максимальный объем аудитории, соответствовать приоритетным направлениям, для которых свойственно выражение огромного спектра эмоций, включая современные периодические издания. В ходе исследования грамматические средства выражения эмоций рассматриваются на примере наиболее продуктивных газет США: The New York Times, USA Today, The Onion. В результате авторы приходят к выводу, что экспрессивные грамматические конструкции являются продуктивным явлением для газет США. Экспрессивность грамматических средств осуществляется при помощи эмфазы; лексически экспрессивность может достигаться посредством использования неологизмов, нарушения норм сочетаемости, стилистической транспозиции. Рассматривая особенности выражения экспрессивных средств на синтаксическом уровне, мы выяснили, что ключевая роль принадлежит конструкциям, объединяющим вставные конструкции.

**Ключевые слова:** СМИ, англоязычные тексты газет, публицистический стиль, эмоционально-экспрессивный компонент, грамматические средства выражения эмоциональности

**Для цитирования:** Волошина Т.Г., Зуева Е.А., Нерубенко Н.В., Фисунова Н.В. 2021. Грамматические средства выражения эмоционально-экспрессивного компонента в текстах англоязычных СМИ. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 486–496. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-486-496

## Grammatical Means of the Emotional-expressive Component's Representation in the English Media Texts

**Tatiana G. Voloshina, Elena A. Zuieva, Natalia V. Nerubenko, Natalia V. Fisunova**

Belgorod National Research University,  
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russian Federation  
E-mail: tatianavoloshina@rambler.ru

**Abstract.** The massmedia are the most important institution of modern society, reflecting the key processes of the surrounding reality in the course of covering modern events. The massmedia have a dominant influence on the spiritual and moral state of a person, being a kind of conductor of mass culture. Information is a huge force that has the ability to influence the consciousness of an individual, a group of people, and society as a whole. Changes in the style of communication of modern massmedia are dictated

by the need of modern society to cover the maximum quantity of the audience, to correspond to priority brunches, which are characterized by the expression of a huge range of emotions, including modern periodicals. In the research work the specifics of the expression of the emotional-expressive component on the material of the English-language media are analyzed. Grammatical means of expressing emotions are considered of main attention in the work, based on the example of the most productive US newspapers: "The New York Times", "USA Today", "The Onion", "The New York Times". As a result, the authors come to the conclusion that expressive grammatical constructions are a productive phenomenon for US newspapers. The expressiveness of grammatical means is carried out with the help of emphasis; lexically expressiveness can be achieved through the use of neologisms, violation of the norms of compatibility, stylistic transposition. Considering the features of the of expressive means at the syntactic level, the key role belongs to parenthetical constructions that combine insertion constructions.

**Keywords:** Massmedia, English-language texts of newspapers, journalistic style, emotional and expressive component, grammatical means of expressing emotionality

**For citation:** Voloshina T.G., Zuieva E.A., Nerubenko N.V., Fisunova N.V. 2021. Grammatical Means of the Emotional-expressive Component's Representation in the English Media Texts. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 486–496 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-486-496

---

## Введение

Как отмечает исследователь А.-М. Чокою, «новая языковая тактика общения с читателями обусловила отказ от стереотипного мышления, риторического многословия и сухого языка; в современной газете отражается творческий настрой авторов, их стремление к восстановлению языковых средств, поиска новых приемов и способов привлечения читательского внимания, выражение модально-оценочных характеристик, и это представляется нам недостаточно изученным» [Чокою, 2007, с. 12].

Целью нашего исследования является выявление наиболее продуктивных грамматических средств выражения экспрессивности на материале англоязычных газетных текстов. Для достижения обозначенной цели в процессе работы были обобщены ключевые характеристики публицистического стиля в исследованиях отечественных и зарубежных лингвистов в системе функциональных стилей языка; раскрыта специфика экспрессивности как семантической категории; охарактеризованы и выявлены важные средства выражения экспрессивности на примере текстов газет в английском языке; проведен комплексный анализ ключевых грамматических средств выражения экспрессивности, типичных для текстов англоязычных газет.

## Объекты и методы исследования

Объектом исследования является специфика выражения эмоционально-экспрессивного компонента в текстах англоязычных СМИ. Фактический материал исследования составили тексты газет США The New York Times, USA Today, The Onion, на материале которых были выявлены наиболее и наименее продуктивные средства выражения эмоциональности на грамматическом уровне. Подборка практической части исследования осуществлялась при помощи метода целенаправленной выборки из текстов современных СМИ газет США. В работе также применялись описательно-аналитический метод, сравнительный метод, метод контекстуального и количественного анализа.

## Теоретические основы выражения экспрессивности в контексте публицистического стиля

Функциональный стиль представляет собой разновидность языка, применимую в той или иной сфере общественно-языковой области деятельности людей и характеризующую совокупностью средств. В современном английском литературном языке принято



различать такие типы стилей, как разговорный и книжный, при этом книжный стиль подразделяется на публицистический, официально-деловой и научный подстили.

Художественный стиль занимает особое место, вопрос и принадлежности его места в рассматриваемой иерархии до сих пор остается дискуссионным. В современной научной литературе одной из наиболее удачных является классификация, согласно которой выделяют пять основных стилей языка: научный, официально-деловой, публицистический, художественный и разговорный стили. Рассматриваемое подразделение опирается на функционально-стилистическую концепцию, разработанную в трудах отечественного ученого В. А. Виноградова, который связывает дифференциацию стилей с общественными функциями языка. Авторская классификация актуальна практически для всех языков [Виноградов, 1972, с. 34].

Что касается специфики публицистического стиля, то она неоднозначно трактуется в трудах ученых. Так, большинство исследователей следуют синонимичному употреблению терминов «публицистический стиль» и «газетный стиль». Исследователь И. Р. Гальперин, напротив, четко разграничивает рассматриваемые термины. К основным признакам публицистического текста автор относит:

- «доступность языковых средств и формулировок, поскольку этот стиль предназначен для широкой аудитории;
- сочетание логичности доказательств и полемичности, так как такой тип текста должен наталкивать читателя на собственные выводы и обобщения;
- сочетание точных наименований, дат, событий, участников с эмоциональными средствами;
- присутствие авторской мысли (положительной или отрицательной)» [Гальперин, 2005].

Гальперин выделяет также следующие подстили публицистического текста:

- научно-публицистический подстиль, который предусматривает изложение определенной научной информации с привлечением эмоциональных средств. В таком изложении рядом со сроками могут употребляться лексемы высокого стиля (торжественные, поэтические), сложные синтаксические конструкции точного сообщения граничат с образными выражениями. В изложении событий автор не только раскрывает проблему, но и выражает собственное мнение, оценивает сказанное;
- художественно-публицистический, в котором с помощью художественных средств нарушаются определенные общественно-политические или социальные проблемы. Этот подстиль реализуется в памфлетах, фельетонах;
- подстиль средств массовой информации, который отличается тем, что информационные сообщения (заметки) изложены в форме коротких предложений, информация предоставляется кратко. В рассматриваемом подстиле используются общеупотребительные слова, при повествовании событий временные сроки почти не указываются, но часто применяются числовые показатели, четко называются место и участники события [Гальперин, 2005].

В ранг синтаксических особенностей публицистического стиля входят: наличие сложных конструкций с повторяющимися союзами, которые помогают концентрации внимания на нужной информации; обратный порядок слов в предложении, что способствует выделению нужной информации, актуализации отдельных языковых проявлений; применение различные типов вопросительных, восклицательных и побудительных конструкций, что, несомненно, добавляет высказыванию эмоциональной окраски и активизирует порождение ответной реакции со стороны читателя относительно полученной информации. Важное значение для публицистического изложения имеют заголовки, которые должны заинтересовать, «подтолкнуть» к прочтению изложенного [Гуревич, 2010].

Экспрессивность как «семантическая категория может включать в себя такие понятия, как эмоциональность, оценку, интенсивность; экспрессивность речи является необычным признаком, что выделяется на фоне нейтрального языкового окружения при насыщенности лексическими, грамматическими, фонетическими, стилистическими средствами, воздействуя на эмоциональную сферу реципиента» [Аванесова, 2010, с. 7].

Под экспрессивностью в системе языка или, как ее еще называют, семантической, системной, имплицитной, абсолютной экспрессивностью, понимают экспрессивность значения, а именно, экспрессивность, присущую внутренне лексической единице языка или выражения как элемента языка в любом употреблении, контексте или вне контекста.

Категория экспрессивности включает: интенсивность проявления признака, оценку, эмотивность, стилистическую маркированность, ассоциативно-фоновую информацию, образно мотивированную основу наименований. Таким образом, экспрессивными средствами языка называют такие средства, которые являются выразительными сами по себе, и те, что являются собственно интенсификаторами выразительности, факторами, способными увеличить выразительность языкового знака (морфемы, способы повторения слов, стилистические приемы) [Волошина, 2020].

Таким образом, языковыми средствами выражения экспрессивности считаются экспрессивные средства, которые присущи собственно системе языка и которые имеют регулярную воспроизводимость, то есть лексические единицы вне контекста. К ним относятся лексические единицы, имеющие постоянное экспрессивное значение, которое, в свою очередь, связано с их парадигматическими отношениями, наличием в языке слов с денотативно-эмотивным значением.

Экспрессивность в языке рассматривается в эмотивно-коннотативном аспекте, поскольку она взаимодействует с эмоциональностью, оценкой одним из компонентов коннотации в семантической структуре языковой единицы. Лингвисты по-разному трактуют данное понятие, отождествляя его с такими терминами, как «стилистическое значение», «эмоционально-экспрессивное наслоение», «экспрессивно-стилистическая окраска», «прагматический смысл», «семантическая ассоциация», «эмоционально-стилевой семантический смысл».

Актуализация языковых единиц в соответствии с установкой (интенцией) говорящего, цели, ситуации, условий делает их экспрессивными, выражая их ингерентные возможности или добавляя адгерентной (контекстной) экспрессии. Такие единицы называются экспрессивными средствами языка, среди них выделяют генетические, давно сложившиеся тропы (на уровне лексики) и фигуры (на уровне синтаксиса). Экспрессивность теоретически присуща всем единицам языка, хотя и реализуется только в тех языковых единицах, на которые акцентируется стилистический запрос в языковой практике. Экспрессивность является носителем коннотации языковых единиц с парадигмами стилистических противопоставлений: положительное – отрицательное, хорошо – плохо, приятное – неприятное, высокое – низкое.

Экспрессивность присуща разным языковым уровням. Так, например, «экспрессивные фонетические средства могут быть представлены несвойственными для данного языка изменениями звуков, акцентными и интонационными средствами; морфологические средства экспрессивности – словосложение и аффиксация; экспрессивные лексические средства представлены словами, имеющими кроме основного значения еще и оценивающий компонент, сюда также относятся возгласы и усиливающие частицы; синтаксические средства выражения экспрессивности включают изменение порядка слов, эллиптические конструкции и повторы» [Китик, 2004, с. 8].

К фонетическим средствам выражения экспрессивности автор относит высоту, мелодичность голоса, ударение, паузы, шепот, напев и другие способы использования человеческого голоса. Морфологические средства, по мнению автора, включают применение эмоционально окрашенных аффиксов. В свою очередь, в ранг лексических средств выра-



жения экспрессивности входят слова, несущие в себе коннотативное значение, в частности, эпитеты, поэтизмы, архаизмы, сленгизмы, вулгаризмы. Ряд экспрессивных синонимов, используемых в одном высказывании, образуют эффект градации.

Экспрессивные грамматические конструкции образуют синтаксический уровень экспрессивных средств. Экспрессивность грамматических средств языка достигается с помощью эмфазы. В лексике экспрессивность может достигаться посредством использования неологизмов, нарушения норм сочетаемости, стилистической транспозиции.

Среди синтаксических экспрессивных средств важную роль играют парентезные конструкции, объединяющие вставные и вставленные конструкции. Принципиальное отличие вставных и вставленных конструкций заключается в соотношении со структурой предложения.

Вставность конструкции соотносена только с модально-субъективной плоскости предложения, а вставленность коррелирует с семантической емкостью предложения. Вводные слова обладают модальной экспрессивностью значения или выступают как синтаксические средства связи предложений в тексте, то есть не делают предложение распространённым, а конкретизируют его содержание; вставленные словосочетания и предложения являются следствием их взаимодействия с текстом, выступая средствами компрессии.

### Грамматические средства экспрессивности в английском языке

В английском языке, как и во многих других языках, одним из главных уровней, без которого невозможно осуществление успешной коммуникации, является грамматический уровень.

Одним из наиболее продуктивных методов создания эмоционального воздействия на читателя является использование такого приема, как инверсия, например:

*Seldom do we go out since the baby was 120 born.*

Не менее частотным с целью создания экспрессивности является применение в текстах газет и журналов различных типов предложений, например, для подчеркивания важности действия в утвердительном предложении чаще всего используется глагол *to do*:

*We waited and waited, and finally he did come – Мы очень долго ждали и вот, наконец-то, он пришел!* [Hagen, 2021a].

Для подчеркивания положительного значения того или иного признака в текстах СМИ часто используется двойное отрицание, например:

*Constructions of this type are not unusual in this country – Конструкции такого типа не являются нетипичными для этой страны.*

Для того чтобы акцентировать внимание читателя на какой-то отдельной части предложения, часто в текстах СМИ употребляются грамматические структуры типа *It is... that, which, who, whom*:

*It is always the unusual which alarms – Именно что-то необычное нас часто и тревожит* [Shinkman, 2021].

*It was my brother that threw an egg at the singer yesterday – Это был именно мой брат, кто бросил яйцо в исполнителя* [Report: Catapult... 2021].

Если в предложении необходимо привлечь внимание к информации, акцентирующей внимание на обстоятельстве времени, то часто в языке англоязычных СМИ используется конструкция *It is not until... that*, например:

*It was not until noon that we were able to resume our work – Только в полдень мы смогли возобновить нашу работу* [Hagen, 2021a].

Отрицательная конструкция *not... till / not... until after* употребляется в текстах СМИ для подчеркивания важности временного параметра, например:

*They did not come back till late at night – Они вернулись только поздно вечером.*

Содержание отрицательного компонента в предложении приводит к ярко выраженному контрастивному эффекту, который проявляется между возможным и действительным, что и способствует воспроизведению экспрессивного и оценочного эффекта.

Степени сравнения прилагательных и наречий входят в ранг продуктивных средств, выражающих высокую степень эмоциональности в текстах англоязычных СМИ. Часто экспрессивность выражается с помощью употребления нужной степени сравнения прилагательного, имеющего эмфатический эффект, например:

*The sentiments called honour and virtue by the majority of men are the most shifty things imaginable* – *Чувства, которые большинство людей называют честью и добродетелью, – самые изворотливые вещи, какие только можно себе представить* [Hagen, 2021a].

Другим способом достижения экспрессивности на синтаксическом уровне является применение эллиптических конструкций в текстах СМИ. Такой синтаксический способ, как компрессия является весьма продуктивным и представляет собой пропуск логично необходимых элементов предложения. Для текстов англоязычных СМИ типично:

а) использование односоставных и неполных предложений, например:

Advice to persons about to marry: *Do not* – *Совет лицам, собирающимся вступить в брак: Нет* [Report: Catapult... 2021].

В приведенном примере благодаря неполному предложению, которое построено только с помощью вспомогательного глагола с отрицательной частицей *not*, лаконично и кратко передается мысль-совет тем, кто собирается жениться: *нет – не надо делать этого*. В подтексте данного ответа лежит мысль: *не нужно делать этого ни в коем случае*;

б) применение номинативно односложных предложениях. Такие предложения имеют крупный экспрессивный потенциал, потому что, как правило, существительное, которое является главным членом таких предложений, сочетает в себе образ действия и дает возможность понять значение отсутствующего главного члена предложения, выражающего действие, то есть компенсирует отсутствие сказуемого в предложении. В качестве примера применения данного экспрессивного средства приведем слоган автомобильной компании:

*Kia Motors: Kia. The Power to Surprise* – *Kua Моторс: Kua. Способность удивлять*;

в) пропуск союзов. Целью такого вида пропусков также является предоставление речи компактности, например:

*A fiery tempered Southern business man wrote the following letter: «Sir, my stenographer, being a lady, can not type what I think of you. \_\_\_I, being a gentleman, can not think it. \_\_\_You, being neither, will understand what I mean»* – *Один вспыльчивый бизнесмен южанин написал следующее письмо: «Сэр, моя стенографистка, будучи леди, не может напечатать то, что я о вас думаю. Я, будучи джентльменом, не могу так думать. Вы, не будучи ни тем, ни другим, поймете, что я имею в виду»* [Hagen, 2021a].

В данном тексте при перечислении мыслей, изложенных в письме, на месте подчеркнутых частей возможно использование союза *and*, но вместо него эти мысли отделяются с помощью прочерка и изложены в виде отдельных предложений;

г) прерывание эмоционального высказывания. Такой вид эллипсиса обычно применяется для передачи волнения говорящего, или намеренного замалчивания, но при этом возможной догадки слушающего о содержании недосказанных частей.

– *Did you pass your exam?* – *Ты сдал экзамен?*

– *Well, it was like this you see* – *Ну, ты знаешь, это было так...*

– *Shake! Neither did I.* – *Да ладно тебе, я тоже не знал ответ на этот вопрос* [Shinkman, 2021].

Повтор представляет собой фигуру речи, основанную на повторении звуков, слов, морфем, синонимов и синтаксических конструкций. В эмоционально-приподнятом настроении речь собеседника часто наполнена повторами каких-либо слов, что, несомненно, передает эмоциональное состояние говорящего и не рассчитано на создание какого-





либо эффекта. Повторы передают оттеночную информацию эмоциональности, экспрессивности и стилизации и, кроме того, служат важным средством связи между предложениями.

### **Влияние грамматических средств выражения экспрессивности на формирование стиля англоязычных газет**

В ходе практической части исследования анализу подвергалась специфика экспрессивности, выражаемая при помощи грамматических средств, выявленная на материале таких англоязычных газет, как *The New York Times*, *USA Today*, *The Onion*. Газета *The New York Times* представляет собой одно из наиболее влиятельных средств массовой информации в современном мире: начиная с 1851 г. рассматриваемая газета непрерывно осуществляла свою деятельность и была удостоена сотни премий. Информационный сайт издания *The New York Times* представляет собой одно из наиболее посещаемых онлайн-изданий за период XIX–XXI вв. (более чем 30 миллионов пользователей).

Англоязычная газета *USA Today* – первая общенациональная газета США, которая очень быстро добилась мирового признания. Издание отличается ярким дизайном, при этом большой спрос читателей среднего класса обеспечил этой газете лидирующую позицию среди многотысячной аудитории американцев.

Газет *The Onion* представляет собой американское агентство сатирических новостей, основанное в 1988 г., которое состоит из новостных блоков и информации в развлекательной форме и веб-страницы, на которой публикуют сатирические пародии на международные и местные новости, а также несатирическое приложение «Клуб» с обзорами новинок музыки, кино, анонсами художественных событий.

Рассматриваемые особенности грамматических средств выражения экспрессивности в анализируемых газетах, мы пришли к выводу, что наиболее продуктивными конструкциями являются «*It is... that*», «*which/who/whom*», употребляемые в англоязычных газетах в тех случаях, когда необходимо обратить внимание читателя к какой-то определенной мысли или идее и эмоционально подчеркнуть фразу в предложении, например:

*It is quite true that the vast majority of mass killings involving firearms are perpetrated by lone assailants* – Совершенно верно заметить, что подавляющее большинство массовых убийств с применением огнестрельного оружия совершается нападавшими, являющимися одиночками [Wadhams, 2021].

В данном контексте подчеркивается значимость мнения, что именно «*абсолютно верным представляется тот факт, что...*», тем самым автор вынуждает читателя согласиться с этим утверждением.

Применение аналогичного приема можно наблюдать в следующем примере:

*It is at last arguable that the attack would not have occurred without the partnership bond* – Наконец-то можно смело утверждать, что нападение не произошло бы без партнерских связей [Shinkman, 2021].

В следующем примере обращается внимание читателя к главному герою статьи:

*This is the savvy coupon queen who has spent just £ 4.05 on her family's Christmas* – Это и есть та самая умная королева купонов, которая потратила всего лишь 4,05 фунта стерлингов на Рождество своей семьи [Wadhams, 2021].

В приведенном примере подчеркивается, что это не просто женщина или домохозяйка, а именно «*умная королева книжных купонов*», сумевшая потратить незначительную сумму денег на празднование Рождества, в то время как подавляющая часть жителей тратят внушительные средства на этот праздник, приобретая ненужные вещи.

Для достижения наибольшего экспрессивного эффекта на читателя издатели газет применяют такой грамматический способ выражения экспрессивности, как степень сравнения прилагательных и наречий, например:

*So you want to see the biggest movie of the year, Star Wars: The Force Awakens (in theaters Dec. 18), but you somehow managed to go your whole life without watching any other Star Wars*

*movies? – Итак, вы хотите посмотреть блокбастер года "Звездные войны: Пробуждение силы" (в кинотеатрах 18 декабря), но вам каким-то образом удалось прожить всю свою жизнь, не смотря никаких других фильмов о Звездных войнах? [Body House... 2021].*

В этом примере автор статьи мотивирует читателей не только пойти на премьеру года, но и посмотреть другие фильмы «Звездных войн».

Наибольший эффект экспрессивности достигается, когда с помощью степеней сравнения дается оценка какому-то важному событию. Так, например, в статье спортивной тематики идет речь об окончании карьеры известного американского бейсболиста:

*The man who is baseball's all-time hits king will now forever be remembered as one of the sport's most pathetic figures – Человек, который является королем бейсбольных хитов всех времен, теперь навсегда останется в памяти, как одна из самых жалких фигур в этом виде спорта [Man Concerned... 2021].*

Часто для повышения степени экспрессивности в текстах англоязычных газет в рамках одного предложения используют серию степеней сравнения прилагательного, например:

*The man with the most hits in history will eventually be forgotten for producing 4 256 hits but forever remembered for committing baseball's greatest sin – Человек с наибольшим количеством хитов в истории в конечном итоге будет забыт за то, что произвел 4 256 хитов, но навсегда запомнится как человек, совершивший величайший грех в истории бейсбола [Key Takeaways... 2021].*

В ходе анализа англоязычных газетных текстов было выявлено, что конструкция Condensed Relative представляет собой продуктивное явление и используется в газетах преимущественно для усиления экспрессивности как часть заголовка, что осуществляет значительное воздействие на читателя с целью прочтения именно статьи с подобным названием, например:

*Whoever Said Appetite for Destruction? Whoever Fixed The Field Is Fired! – Кто сказал «Жажда разрушения»? Кто бы не восстановил поле – уволен! [Johnson, 2021].*

Часто внимание читателя приковывается при помощи применения вспомогательного глагола *do* в утвердительных предложениях, например:

1. *The statistics do reveal some dissonance – Статистика действительно выявляет некоторый диссонанс [Emerling, 2021].*

2. *Any other way would have presented enormous problems, which Mr. Manfred and baseball do not need – Любой другой способ привел бы к огромным проблемам, в которых ни мистер Манфред, ни бейсбол не нуждаются [Hagen, 2021b].*

Во втором примере подчеркивается важность мысли о том, насколько «не нужны проблемы мистеру Манфреду и бейсболу вообще».

*Her case was swiftly dismissed with the judge saying that the federal court did not have jurisdiction in this matter – Ее дело было быстро закрыто, а судья заявил, что федеральный суд не обладает юрисдикцией в данном вопросе [Body House... 2021].*

В анализируемом примере при помощи использования вспомогательного глагола *did* повышается значимость объяснения судьи о скором закрытии дела.

В статье газеты The Sun говорится о правилах торговли через Интернет. В каждом пункте инструкции глагол, который обозначает конкретное действие пользователя, выделяется при помощи *do*, например:

*If you do secure a deal via messaging, under no circumstances should you do a private deal – Если вы действительно заключаете сделку при обмене сообщениями, ни при каких обстоятельствах она (сделка) не должна быть частной.*

В приведенном примере можно наблюдать случай достижения экспрессивного эффекта, который достигается также с помощью инверсии с использованием фразы *under no circumstances* – ни при каких обстоятельствах [Shinkman, 2021].



Инверсия в статьях англоязычных газет чаще всего используется для обозначения важности фактора времени. В качестве экспрессивных средств в данном случае выступают такие временные маркеры, как *seldom*, *rarely* и другие, например:

*Seldom has a group of basically good, basically loving people behaved more foolishly or selfishly* – *Редко происходил такой случай, когда группа в основном хороших, любящих людей вела себя более глупо или эгоистично* [Body House... 2021].

В рассматриваемом примере подчеркивается, насколько редко встречается определенный тип людей. В следующем примере явление, редко происходящее, связано с использованием маркера *rarely*:

*Most mass killers are enabled by social isolation, only rarely do pairs bring out the worst in each other* – *Большинство массовых убийц склонны к социальной изоляции, лишь в редких случаях убийцы способны на действия с сообщниками.*

*Even more troubling, in our interview Rose initially denied betting on baseball currently and only later in the interview did he 'clarify' his response to admit such betting* – *Еще более тревожен тот факт, что в нашем интервью Роуз изначально отрицал, что в настоящее время делает ставки на бейсбол, и только позже в интервью он уточнил свой ответ на признание таких ставок* [Shinkman, 2021].

В данном случае с помощью инверсии автор статьи подчеркивает, что ранее Роуз говорил неправду.

Лаконичность англоязычных газетных текстов достигается посредством применения эллиптических конструкций, например:

*People who swear more are smarter than those that do not, according to new research* – *Согласно данным нового исследования, люди, которые больше ругаются, умнее тех, кто не участвует в ссорах* [Hagen, 2021a].

В анализируемом примере благодаря пропуску после конструкции *do not*, авторская позиция формулируется четко и ясно, без предоставления дополнительной информации в предложении.

Эллипсис в текстах англоязычных газет может принимать также и другие формы, например, так двойное отрицание используется для усиления утвердительного значения слов:

*Slightly increases chance of not being completely disavowed by future generations* – Немного увеличивается вероятность того, что успехи будущих поколений не будут полностью признаны.

### Заключение

В ходе исследования было установлено, что тексты англоязычных газет отличаются определенной спецификой, характерной чертой которых является продуктивное применение эмоционально-экспрессивного компонента с целью оказания воздействия на читателя. Анализ средств выражения эмоциональности позволил выявить наиболее продуктивные способы выражения экспрессивности на грамматическом уровне. В ранг наиболее употребляемых грамматических средств выражения экспрессивности в англоязычных газетах входит инверсированный порядок слов в предложении, что продиктовано необходимостью привлечения внимания читателей и активации интереса к последующим событиям. Избыточное применение степеней сравнения прилагательных и использование вспомогательного глагола *do* в рамках утвердительных предложениях также входят в перечень продуктивных грамматических средств выражения экспрессивности для газетных текстов США, что объясняется необходимостью акцентировать внимание на нужном типе информации и выделении ключевых характеристик тех или иных объектов.

### Список источников

1. Emerling G. 2021. These 10 States Have the Highest Fetal Mortality Rates. US news. October 28, 2021. Available at: <https://www.usnews.com/news/health-news/slideshows/10-states-with-the-highest-fetal-mortality-rate> (accessed: 28.10.2021).



2. Hagen L. 2021a. After Major Election Loss, Democrats Ramp Up Pressure on Passing Biden's Agenda. U.S. News. November 3, 2021. Available at: <https://www.usnews.com/news/politics/articles/2021-11-03/after-major-election-loss-democrats-ramp-up-pressure-on-passing-bidens-agenda> (accessed: 03.11.2021).
3. Hagen L. 2021b. Body House Democrats Overcome Major Hurdles, Pass Infrastructure Bill in Big Win for Biden. U.S. News. November 6, 2021. Available at: <https://www.usnews.com/news/politics/articles/2021-11-06/house-democrats-overcome-major-hurdles-pass-infrastructure-bill-in-big-win-for-biden> (accessed: 06.11.2021).
4. Johnson S.R. 2021. More Depression Screening at School Can Help Kids Get Treatment. U.S. News. November 5, 2021. Available at: <https://www.usnews.com/news/health-news/articles/2021-11-05/study-universal-depression-screening-at-school-can-help-kids> (accessed: 05.11.2021).
5. Key Takeaways From The 2021 Elections. 2021. The Onion. November 5, 2021. Available at: <https://www.theonion.com/key-takeaways-from-the-2021-elections-1848000365> (accessed: 05.11.2021).
6. Man Concerned That Doctor Wants To Discuss Test Results At Morgue Rather Than Over Phone. 2021. The Onion. November 5, 2021. Available at: <https://www.theonion.com/man-concerned-that-doctor-wants-to-discuss-test-results-1848005132> (accessed: 05.11.2021).
7. Report: Catapult Industry Won't Survive Another Year Without Medieval War Breaking Out. 2021. The Onion. November 5, 2021. Available at: <https://www.theonion.com/report-catapult-industry-won-t-survive-another-year-wi-1847999275> (accessed: 05.11.2021).
8. Shinkman P. D. 2021. Blinken Pledges to Solve Mystery of 'Havana Syndrome' but Stops Short of Calling the Incidents 'Attacks'. U.S. News. November 5, 2021. Available at: <https://www.usnews.com/news/national-news/articles/2021-11-05/blinken-pledges-to-solve-mystery-of-havana-syndrome-but-stops-short-of-calling-the-incidents-attacks> (accessed: 07.11.2021).
9. Wadhams N. 2021. U.S. Names 'Havana Syndrome' Envoy to Lead Investigation of Mystery Illness. Bloomberg. November 5, 2021. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-11-05/u-s-taps-havana-syndrome-envoy-as-illness-remains-a-mystery> (accessed: 05.11.2021).

### Список литературы

1. Аванесова Н.В. 2010. Эмоциональность и экспрессивность – категории коммуникативной лингвистики. Вестник Югорского государственного университета, 2(17): 5–9.
2. Виноградов В.А. 1972. Лингвистические аспекты обучения языку. Вып. 1: Универсальное и ареальное при обучении произношению. М., Изд-во Моск. ун-та, 59 с.
3. Волошина Т.Г. 2020. Английский язык в Африке: Лингвокультурологический аспект. М., Флинта, 188 с.
4. Гальперин И.Р. 2005. Текст как объект лингвистического исследования. М., URSS, 144 с.
5. Гуревич С.М. 2004. Газета вчера, сегодня, завтра. М., Аспект Пресс, 288 с.
6. Китик М.В. 2004. Снижение интенсивности высказывания в политическом дискурсе: на материале стенограмм заседаний Британского парламента. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 18 с.
7. Чокою А.-М. 2007. Роль эмоционально-экспрессивных средств в современном политическом газетном тексте: на материале метафоры и прецедентных языковых единиц. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 23 с.

### References

1. Avanesova N.V. 2010. Emotsional'nost' i ekspressivnost' – kategorii kommunikativnoy lingvistiki [Emotionality and Expressiveness – Categories of Communicative Linguistics]. Vestnik Yugorskogo gosudarstvennogo universiteta, 2(17): 5–9.
2. Vinogradov V.A. 1972. Lingvisticheskie aspekty obucheniya yazyku [Linguistic Aspects of Language Teaching]. Iss. 1: Universal'noe i areal'noe pri obuchenii proiznosheniyu [Universal and areal in teaching pronunciation]. M., Publ. Izd-vo Mosk. un-ta, 59 p.
3. Voloshina T.G. 2020. Angliyskiy yazyk v Afrike: Lingvokul'turologicheskiy aspekt [English in Africa: Linguocultural Aspect]. M., Publ. Flinta, 188 p.
4. Gal'perin I.R. 2005. Tekst kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya [Text as an object of linguistic research]. M., Publ. URSS, 144 p.



5. Gurevich S.M. 2004. *Gazeta vchera, segodnya, zavtra* [Newspaper yesterday, today, tomorrow]. M., Publ. Aspekt Press, 288 p.

6. Kitik M.V. 2004. *Snizhenie intensivnosti vyskazyvaniya v politicheskom diskurse: na materiale stenogramm zasedaniy Britanskogo parlamenta* [Reducing the Intensity of Utterance in Political Discourse: Based on the Transcripts of the British Parliament]. Abstract dis. ... Cand. philol. sciences. Volgograd, 18 p.

7. Chokoyu A.-M. 2007. *Rol' emotsional'no-ekspressivnykh sredstv v sovremennom politicheskom gazetnom tekste: na materiale metafory i pretsedentnykh yazykovykh edinit* [The Role of Emotionally Expressive Means in the Modern Political Newspaper Text: On the Material of Metaphor and Precedent Linguistic Units]. Abstract dis. ... Cand. philol. sciences. Moscow, 23 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Волошина Татьяна Геннадьевна**, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры второго иностранного языка Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

**Зуева Елена Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры второго иностранного языка Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

**Нерубенко Наталья Викторовна**, старший преподаватель кафедры второго иностранного языка Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

**Фисунова Наталья Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры второго иностранного языка Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Tatyana G. Voloshina**, Doctor of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of the Second Foreign Language, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia

**Elena A. Zueva**, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of the Second Foreign Language, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia

**Natalya V. Nerubenko**, Senior Lecturer, Department of Second Foreign Language, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia

**Natalya V. Fisunova**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of the Second Foreign Language, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia



УДК 81.373.46:811.133.1

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-497-509

## Многозначность как основа синкретизма предлогов

Гречухина З.Р.

Астраханский государственный медицинский университет,  
Россия, 414000, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121  
E-mail: grechukhinaz@mail.ru

**Аннотация.** На современном этапе развития филологической науки проблемы теории предлогов, такие как многозначность, семантика и синкретизм названных единиц языка привлекают к себе внимание лингвистов, поскольку ни в русском, ни во французском языке до сих пор нет такого описания семантики предлогов, которое охватывало бы все единицы данного класса слов. Трактовка значений большинства многозначных предлогов в словарных статьях представляется несколько упрощенной, наблюдается разница в толковании и количестве значений, приписываемых тому или иному предлогу в разных словарях. Это препятствует адекватному пониманию, употреблению и переводу предлогов и вызывает трудности при изучении иностранного языка. Несмотря на многочисленность публикаций по проблематике синкретизма, практически отсутствует комплексный анализ явления синкретизма предложных единиц в разноструктурных языках: русском и французском. Цель данной статьи заключается в представлении многозначности предлогов русского и французского языков как основы для возникновения синкретизма предложных значений. Автором рассмотрены примеры синкретизма значений предлогов на материале русской и французской художественной литературы XIX–XXI веков. При исследовании применены методы наблюдения, описания, компонентного анализа, обобщения и интерпретации результатов. В ходе работы были выявлены и рассмотрены некоторые виды синкретизма предложных значений, возникших на основе многозначности: а) пространственно-временной, б) пространственно-целевой, в) причинно-целевой, а также условия возникновения данного явления. Результаты исследования демонстрируют, что многозначность, являясь внутренним семантическим свойством предлогов, служит основой для возникновения синкретизма. В синкретическое единство могут вступать как компоненты (семы) одного, так и разных уровней в составе структуры предложного значения. Результаты исследования вносят вклад в развитие теории синкретизма, теории предлогов и предложной семантики.

**Ключевые слова:** значение, контекст, многозначность, отношение, предлог, причина, словосочетание, семантика, цель

**Для цитирования:** Гречухина З.Р. 2021. Многозначность как основа синкретизма предлогов. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 497–509. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-497-509

---

## Polysemy as the Basis of Syncretism of Prepositions

Zemfira R. Grechukhina

Astrakhan State Medical University,  
121 Bakinskaya St, Astrakhan 414000, Russian Federation  
E-mail: grechukhinaz@mail.ru

**Abstract.** At the present stage of the development of philological science, many topical problems of the theory of prepositions, such as polysemy, semantics and syncretism of these linguistic units, remain unresolved to the end. Thus, there is still no description of the semantics of prepositions, either in Russian or in French, which would cover all the units of this class of words. The explanations in dictionary articles of the polysemy of prepositions seem somewhat simplified, and there is a difference in the



number of meanings attributed to one preposition or another in different dictionaries. This prevents prepositions from being adequately understood, used and translated from one language to another, and causes difficulties in learning a foreign language. In spite of numerous publications on syncretism there is practically no comprehensive analysis of the phenomenon of syncretism of prepositional units in different languages: Russian and French, and the theory of syncretism of multi-valued prepositions in these languages is underdeveloped. The aim of this article is to present polysemy of prepositions in Russian and French as a ground for the syncretism of prepositional-propositional meanings. We will consider the examples of prepositional syncretism in Russian and French fiction of the 19-21th centuries. In the course of the research we used descriptive method, methods of component and distributive analysis. The result of the research is the discovery and consideration of some types of syncretic meanings of prepositions: a) spatio-temporal meanings, b) spatio-objective meanings, c) cause-objective meanings, as well as the conditions of this phenomenon origin. It is concluded that ambiguity, which is an intrinsic semantic property of prepositions, is the basis for the syncretism emergence. The syncretic unity can be formed by components (semes) of the same or different levels which make up the structure of prepositional meaning. The results of the study contribute to the development of the theory of polysemy and syncretism, the theory of prepositions and intensification of the study of prepositional semantics.

**Key words:** meaning, context, polysemy, relationship, preposition, cause, semantics, purpose

**For citation:** Grechukhina Z.R. 2021. Polysemy as the Basis of Syncretism of Prepositions. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 497–509 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-497-509

---

## Введение

Интерес лингвистов к исследованию семантики предлогов в различных языках мира в последние десятилетия заметно возрос. Это позволило значительно расширить круг проблем, связанных с данной частью речи, назревших в лингвистической науке и требующих глубокого анализа.

Многочисленные исследования способствовали прояснению некоторых дискуссионных вопросов в этой области, в частности вопроса о наличии у предлогов собственного лексического значения, который в настоящее время признается решенным однозначно: предлоги обладают своеобразным лексическим значением со сложной иерархически организованной структурой. Однако ряд вопросов и по сей день остается открытым. Так, ни в русском, ни во французском языке до сих пор нет многостороннего описания семантики предлогов, которое охватывало бы все единицы данного класса слов. Нет единого мнения ученых по поводу того, какие единицы языка следует считать предлогами, каково их общее количество в русском и во французском языке, каковы их системные связи.

Доработки требует и описание значений предлогов в словарях. Как русский, так и французский язык имеют давнюю и богатую лексикографическую традицию, однако трактовка значений большинства многозначных предлогов в словарных статьях представляется упрощенной и не совсем точной. Наблюдается разница в толковании и количестве значений, приписываемых тому или иному предлогу, от одного словаря к другому. Все это препятствует адекватному пониманию, употреблению и переводу предлогов и создает трудности при изучении иностранного языка.

Вызывает необходимость более глубокого рассмотрения и проблема синкретизма предлогов. Несмотря на многочисленность публикаций по данной проблематике, практически отсутствует комплексный анализ явления синкретизма предложных единиц в разноструктурных языках: русском и французском. Цель настоящей статьи заключается в представлении многозначности как основы для возникновения такого явления, как синкретизм значений предлогов русского и французского языков.

В ходе исследования были применены следующие методы:

- описательный метод с использованием приемов наблюдения, обобщения исследуемого материала;
- метод компонентного анализа, представляющий собой процедуру разложения значения предлога на семантические компоненты;
- метод дистрибутивного анализа, позволяющий выявить характер линейных связей изучаемых языковых единиц в тексте, в первую очередь их сочетаемость.

Объектами исследования являются многозначность и синкретизм рассматриваемых единиц двух языков.

### Многозначность предлогов

Особенности лексического значения предлогов, которое очень тесно связано со значением грамматическим, специфика их семантической структуры, а также высокая степень полисемии большинства из данных единиц языка вызывают трудности в установлении, анализе, описании и представлении предложных значений.

Факт наличия у предлогов нескольких значений отражен в словарях, при этом в них не всегда разграничены значения и контекстные варианты. Так, например, Д. Беннет отмечает, что почти у каждого предлога в разных словарях разное количество значений. Проблему количества значений (*senses*), которые возможно «приписать данной лексеме», он называет одной из самых сложных задач семантики предлогов [Bennet, 1975].

В настоящем исследовании мы исходим из того, что единицы языка обладают принципиальной способностью быть многозначными. Вероятно, у единиц языка может быть одно значение, объединяющее и отражающее все контекстные варианты употребления данной единицы, но значения выбранных для данного исследования предлогов русского и французского языков в большинстве случаев несводимы к одному значению, то есть они многозначны. Полисемия является внутренним семантическим свойством предлогов в отличие от синонимии, антонимии и омонимии, представляющих собой проявление внешних системных семантических связей и отношений между разными единицами.

У исследователей в области лексикологии прочно утвердилось мнение, что значения многозначных слов образуют «понятийные сферы», компоненты которых связаны общим смысловым стержнем. Многозначное слово представляет собой микросистему, в которой значения взаимосвязаны и взаимообусловлены. Взаимосвязь значений предлогов невероятно сложна и недостаточно изучена. Академик В.В. Виноградов в книге «Русский язык» говорил, что «...в толковых словарях русского языка коллекционируются группы значений отдельных предлогов» [Виноградов, 2001, с. 561].

Многие лингвисты обращались к этой проблеме, решая её с той или иной стороны, применяя разные подходы и методы (парадигматический и синтагматический, функциональный и топологический подходы, метод компонентного анализа, «сетевые модели», «образ-схемы» многозначного слова и т.п.) [Коновалова, 1989; Маляр, Селиверстова, 1998; Кравченко, 2001; Селиверстова, 2004; Федотова, 2004; Бороздина, 2009; Borillo M., Vieu L., 1992; Vandeloise, 1992, 1994; Cadiot, 1997; Franckel, Paillard, 2007 и др.] Однако до сих пор в вопросах полисемии предлогов, особенностях «устройства» их семантической структуры остается много неясного.

Следуя общепринятому в лингвистике мнению о полисемии как едином смысловом стержне слова, мы считаем, что все значения в семантической структуре той или иной единицы взаимосвязаны и взаимообусловлены. В таких случаях, может быть, уместнее говорить об имплицитности или эксплицитности тех или других сем, так как состав компонентов лексического значения (семный состав) подвижен и изменчив, возможно акцентирование и усиление одних и, наоборот, затухание и исчезновение других, актуализация





потенциальных сем и появление новых – все это и создает основу полисемии слов [Гак, 1972; Кузнецова, 1989; Кузнецов, 1996].

Все вышесказанное в полной мере относится и к предлогам как русского, так и французского языков, большинство из которых являются многозначными. В.В. Виноградов выделяет 21 вид основных отношений, означаемых предлогами в современном русском языке:

- 1) локальные (пространственные);
- 2) темпоральные (временные);
- 3) комитативные (обозначающие сопровождение, совместность, соучастие);
- 4) аблятивные (каритивные, выражающие лишение, удаление, отнятие, противопоставление);
- 5) трансгрессивные (обозначающие переход из одного состояния в другое, выход за пределы чего-нибудь);
- 6) инхоативно-финитивные (терминологические, определяющие степень, предел, исходную точку, начальный момент чего-нибудь);
- 7) квантитативные (количественно-определятельные);
- 8) дистрибутивные (разделительные);
- 9) лимитативные, ограничительные;
- 10) посессивные (притяжательные, выражающие принадлежность);
- 11) генетические (генетивные, определяющие источник, состав, происхождение чего-нибудь);
- 12) компаративные (выражающие сравнение, сопоставление, иногда даже тождество);
- 13) модальные (образа и способа действия);
- 14) финальные (целевые);
- 15) каузальные (причинные);
- 16) инструментальные;
- 17) делиберативные (служащие для указания на содержание, повод суждения, на предмет мысли, речи, чувства);
- 18) отношения внутреннего содержания (включенности, сопричастности);
- 19) отношения заместительства, функционального пребывания в роли кого-нибудь;
- 20) отношения внутренней зависимости;
- 21) отношения приблизительной меры [Виноградов 2001, с. 561].

Г.А. Тер-Авакян выделяет у предлогов французского языка лексические (онтологические и логические) и синтаксические значения (всего 23 вида):

– онтологические, отражающие отношения, реально существующие во внеязыковой действительности независимо от какого бы то ни было наблюдателя (пространственное, временное, орудийное, модальное, цены или стоимости, агентное, объектное, адресатное, трансформативное, причины, следствия и цели);

– логические отношения, привносимые во внеязыковую действительность наблюдателем и представляющие собой результат логических операций (значения сравнения, соответствия – несоответствия, включения – исключения, замещения, условное, распределительное и ограничительное);

– синтаксические (выделительные, атрибутивно-предикативное, предикативно-обстоятельственное и аппозитивное) [Тер-Авакян, 1983, с. 12].

Представим наглядно наличие/отсутствие этих значений у каждого из рассматриваемых в нашем исследовании русских и французских предлогов «в», «на», «à», «dans», «sur» (см. таблицу).

Значения в семантической структуре предлогов  
 Meanings in the semantic structure of prepositions

Наименование предложного значения	Предлоги				
	«в»	«на»	«à»	«dans»	«sur»
локальное (пространственное)	+	+	+	+	+
темпоральное (временное)	+	+	+	+	+
финальное (целевое)	+	+	+	+ (в составе сложных предлогов)	–
каузальное (причинное)	+	+	+	+	+
инструментальное (орудийное)	+	+	+	+	+
квантитативное (количественно-определяющее, цены или стоимости)	+	+	+	–	–
компаративные (сравнение)	+	+	+ (в составе сложных предлогов)	–	–
делиберативные	+	+	+	+	+
дистрибутивные (разделительные, распределительные)	–	+	+	–	–
трансгрессивные (трансформативное)	+	–	–	–	–
внутреннего содержания (включенности)	+	–	–	–	–
условное	–	–	+ (в составе сложных предлогов)	–	–
лимитативные, ограничительные	–	–	+	+	–

Сводная таблица иллюстрирует, что большая часть значений, например, таких как локальное (пространственное), темпоральное (временное), каузальное (причинное), инструментальное (орудийное), финальное (целевое), делиберативное, присутствуют в семантической структуре практически всех вышеназванных предлогов. Это объясняется, очевидно, тем, что данные значения выражают наиболее значимые понятийные категории человеческого бытия, отражающиеся в семантике предлогов, посредством которых они передаются в языке.

Из таблицы видно, что каждый из предлогов имеет и ряд других значений (например, предлоги «в», «на», «à» имеют квантитативное и компаративное значения, а предлоги «à», «dans» – лимитативное и т.д.). Наличие такого количества значений в семантической структуре исследуемых предлогов подтверждает факт многозначности данных языковых единиц.

По словам В.В. Виноградова, «совершенно очевидно, что исчерпать синтаксические отношения, даже выражаемые только простыми предлогами, в сухом протокольном перечне очень трудно» [Виноградов, 2001, с. 564], «ни в одном другом типе слов, кроме разве сочинительных союзов, не совмещается так много разнообразных значений и оттенков, как в первичных предлогах» [Виноградов, 2001, с. 566]. Это объясняется тем, что значение предлога представляет собой сложноорганизованный комплекс, складывающийся из его собственного индивидуального значения (типа синтаксического отношения), грамматического значения присоединяемой падежной формы и синтаксического значения всей кон-



струкции, которое также зависит от специфики лексической и грамматической семантики опорного слова, с которым связана словоформа с предлогом.

Вслед за лингвистами Г.А. Шигановой [2001] и Л.А. Миловановой [2009] значение предлога рассматривается нами как сложная иерархически организованная структура, состоящая из сем разного уровня:

– категориальной семы – самое общее значение предлога, его релятивное значение (значение отношения);

– субкатегориальной семы – передает обстоятельственные, объектные и определительные отношения;

– групповой семы – уточняет, конкретизирует субкатегориальные семы, например: локатив, темпоратив, каузатив и т.д. Так, в предлогах русского языка «*в*» и «*на*» и французского языка «*dans*» и «*sur*» присутствуют групповые семы локатив и темпоратив: *гулять в парке* – локатив, *вернуться в 9 часов вечера* – темпоратив; *быть на улице* – локатив, *зайти на пять минут* – темпоратив; *dans Paris* – локатив, *dans trois jours* – темпоратив; *sur le Pont Neuf* – локатив, *partir sur les dix heures* – темпоратив.

– подгрупповой (дифференциальная) семы – конкретное проявление значения предлога в данной предложно-падежной форме.

Исходя из этого, вышеперечисленные отношения (значения) предлогов «*в*», «*на*», «*à*», «*dans*», «*sur*» можно отнести к групповым семам. Все они потенциально содержатся внутри их структуры.

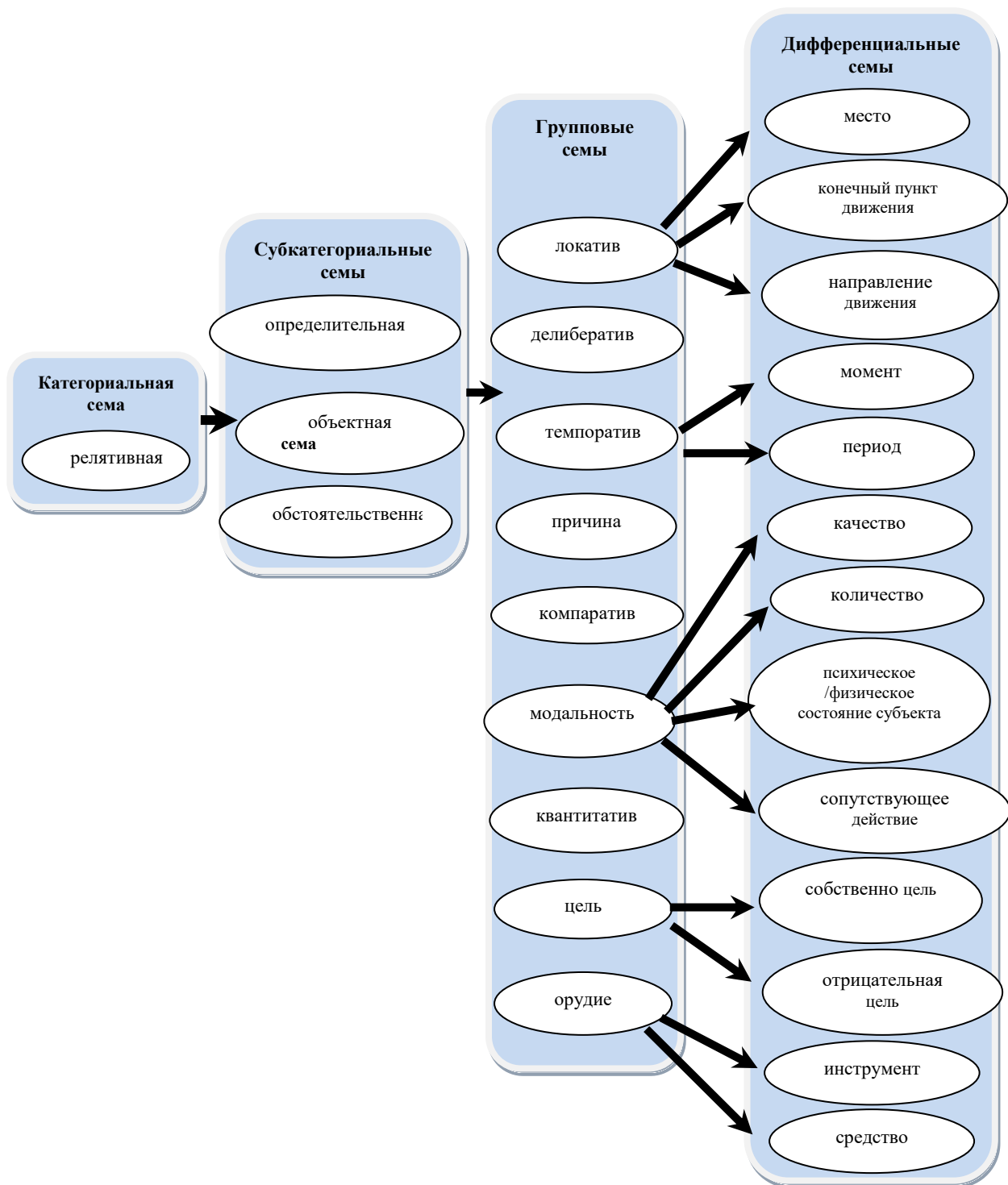
Некоторые из них в свою очередь подразделяются на более конкретные семы. Например, пространственная групповая сема (локатив) содержит такие дифференциальные семы, как ‘место’, ‘конечный пункт движения’, ‘направление движения’; временная сема (темпоратив) – ‘момент’, ‘период времени’.

Категориальная сема, содержащая самое общее значение предлога, присутствует в структуре предложного значения постоянно. Такие же семы, как субкатегориальные, групповые и дифференциальные, являются подвижными, их состав может меняться в зависимости от ситуации и речевых условий, одни будут выходить на передний план, другие, наоборот, отступать на задний или совсем исчезать. В каждом конкретном случае в предлоге будет актуализироваться определенный набор сем (субкатегориальных, групповых, дифференциальных), отличающийся от других случаев употребления этого же предлога. Сместем предположить, что это одна из причин, которой и объясняется трудность представления значения предлогов.

Поскольку выбранные для данного исследования единицы имеют достаточно схожий семный состав, представим их многозначность общей для всех предлогов схемой (см. рисунок) (так как невозможно отразить полное количество субкатегориальных, групповых и дифференциальных сем, схема имеет условный характер и служит лишь для демонстрации сложной иерархической структуры предложного значения).

Из схематического представления структуры русских предлогов «*в*», «*на*» и французских «*à*», «*dans*», «*sur*» становится очевидным, что многозначность исследуемых языковых единиц складывается из совокупности сем разного уровня – субкатегориальных, групповых и дифференциальных – и проявляется на всех трех уровнях иерархии.

Многозначность данных предлогов служит фундаментом для возникновения при определенных условиях такого явления, как синкретизм их значений. В нашем исследовании мы рассматриваем семантический синкретизм, поэтому для нас представляют интерес значения семантического уровня – это групповые и дифференциальные семы. Анализ примеров показал, что в синкретичное целое часто вступают между собой групповые семы предложного значения, однако можно наблюдать и межуровневый синтез – это синкретизм групповых и дифференциальных сем.



Семный состав многозначного предлога  
Component composition of a polysemantic preposition

Таким образом, мы рассматриваем многозначность предлога как совокупность сем разного уровня. В нашей работе мы исследуем именно многозначные предлоги русского и французского языков, поскольку полагаем, что многозначность, являясь их внутренним семантическим свойством, служит основой для возникновения синкретизма.

Обладая многозначностью как совокупностью сем разного уровня, предлог в определенных условиях способен вычленять и актуализировать в своей сложной семантиче-



ской структуре несколько сем одновременно, совмещение которых и ведет к возникновению синкретизма.

### Синкретизм предлогов

Синкретизм (*syncretismos*) в переводе с греческого означает соединение. «Словарь лингвистических терминов» дает следующее определение данного явления: «Синкретизм – функциональное объединение разных форм выражения, нейтрализация противопоставлений (оппозиций); совпадение означающих при различных означаемых. Сокращение в процессе развития языка числа категориальных форм, реализующих данную грамматическую категорию, сопровождаемое изменением (расширением) функций сохраняющихся категориальных форм и приводящее к грамматической омонимии. В латинском языке аблатив, выражающий инструментальное и местное значение» [Ахманова, 2021, с. 406].

В.В. Бабайцева трактует синкретизм как «совпадение в процессе развития языка функционально различных грамматических категорий и форм в одной форме; совмещение (синтез) дифференциальных структурных и семантических признаков единиц языка (некоторых разрядов слов, значений, предложений, членов предложения и др.), противопоставленных друг другу в системе языка и связанных явлениями переходности» [Бабайцева, 1990, с. 446].

В ходе исследования были выделены следующие виды синкретизма предложных значений:

1. Синкретизм пространственного и временного значений.
2. Синкретизм пространственного и целевого значений.
3. Синкретизм целевого и причинного значений.

**Пространственно-временной** синкретизм свойствен как предлогам русского, так и предлогам французского языка и возникает в условиях:

- а) когда предлог вводит имя существительное, обозначающее событие с пространственными и временными параметрами;
- б) когда предлог связывает два имени существительных событийной семантики.

Схематично покажем типы сочетаний, в которых чаще всего встречается пространственно-временной синкретизм значений рассматриваемых предлогов. Нами было выявлено два типа сочетаний:

- а) Pr + Nom (где Pr – предлог, Nom – имя существительное), например:

*Они познакомились **на свадьбе*** [Токарева, 2003, с. 13];

- б) Nom 1 + Pr + Nom 2, например:

*Пусть наградой за все понесенные мною **труды в скитаньях** по вселенной будут молитвы за меня благочестивых правоверных...* [Ян, 1983, с. 88].

Обязательным условием возникновения пространственно-временного синкретизма у русских предлогов «в» и «на» является наличие формы предложного падежа имени существительного. Поскольку во французском языке отсутствует падежная система, данное условие не значимо для возникновения синкретизма значений пространства и времени у французских предлогов «à», «dans» и «sur».

*Прозвище Мерген – меткий стрелок он получил **в ханской школе*** [Хабибуллин. 2005, с. 190].

*Вика и **в Москве** здорово смотрелась, видная баба, ничего не скажешь* [Рыбаков, 2004, с. 218].

***В России** сели на теплоход, который делает круиз по Волге* [Токарева, 1995, с. 165].

*Et bien, c'est moi qui lui ai appris la stratégie **à l'École de Guerre**. (Это я научил его стратегии **в Военной школе**)* [Дрюон, 1975, с. 93].

*Il connaissait Gerhardt par hasard, il l'avait rencontré **à Bayreuth**, je crois, et il l'aimait beaucoup. (Он познакомился с Герхардом случайно, **он его встретил в Бейруте**, я думаю, и он его очень любил)* [Sagan, 1986, p. 165].

– ...une balle qui m'a éraflé **au Maroc** (...пуля, которая поцарапала меня в Марокко) [Дрюон, 1975, с. 93].

**Sur le trottoir**, Baudu n'adressa pas la parole à sa nièce. (На тротуаре Бодю не сказал племяннице ни слова) [Золя, 1956, с. 22].

На уровне компонентов значения пространственно-временной синкретизм выражается в соединении в семантической структуре предлогов групповой семы 'время' и дифференциальной (подгрупповой) семы 'местоположение'.

**Пространственно-целевой** синкретизм обнаруживают предлоги русского языка «в» и «на». Во французском языке он проявляется только у предлога «à», предлоги «dans» и «sur» не проявляют данный вид синкретизма.

Исследование показало, что синкретизм пространственного и целевого значений предлогов русского и французского языков возникает в следующих сочетаниях типа б) Vb + Pr + N: «пойти/поехать на рыбалку, охоту, прогулку, на работу, службу»; «пойти/отправиться на (в) разведку, поиски, задание»; «прийти на помощь, выручку»; «броситься/кинуться в погоню, в преследование»; «aller/partir à la chasse, à la pêche, à la promenade, au travail, au service», à la poursuite, à la recherche».

Пространственно-целевой синкретизм возникает:

а) при наличии имени существительного, содержащего в своем значении сему 'цель', которая чаще всего присутствует в них имплицитно и осознается говорящими лишь в процессе коммуникации, т.е. домысливаются исходя из опыта;

б) при наличии глагола, содержащего в своей семантике подгрупповую сему 'направленное движение вперед', которая входит в более крупную в иерархическом отношении групповую сему 'пространство'.

*Отпустите меня на поиски моей единственной, а дальше уж я сам* [Хабибуллин, 2005, с. 332].

*Поэтому пойдём на служение к Чингисхану* [Ян, 1983, с. 141]

*Азаты Тубыкбая-багадур бросились в погоню* [Хабибуллин, 2005, с. 361].

*Mylord, allons au secours de mon père!* (Милорд, **отправимся на помощь** моему отцу!) [Verne, с. 143].

– *Non, je vais mettre mes escarpins pour aller à la danse.* (Нет, я собираюсь обуть туфли-лодочки, чтобы **пойти на танцы**) [Stendhal, 1953, с. 76].

На уровне компонентов значения пространственно-целевой синкретизм выражается в соединении в семантической структуре предлогов групповых сем 'пространство' и 'цель'. Обязательным условием возникновения пространственно-целевого синкретизма у русских предлогов «в» и «на» является наличие формы винительного падежа имени существительного.

**Причинно-целевой** синкретизм у русских предлогов «в» «на» и у французских «à», «dans» и «pour» возникает:

а) при наличии имени существительного, сочетающего в себе причинную и целевую семантику;

б) при наличии глагола общения или эмоционального глагола.

Обязательным условием возникновения причинно-целевого синкретизма у русских предлогов «в» и «на» является наличие формы винительного падежа имени существительного. Данный вид синкретизма не присущ французскому предлогу «sur».

*Отец решил, видно, чтобы сын поездил на своем саврасом иноходце хоть день-два на прощание* [Айтматов, 2007, с. 407] – цель + причина.

*Из дверей выглядывали лица сановников, толпившихся в ожидании ханской милости* [Ян, 1983, с. 35] – цель + причина.

*Nous sommes tous réunis dans le souvenir ému d' Antoine.* (Мы все собрались в память Антуана – можно трансформировать: чтобы вспомнить Антуана / ради памяти Антуана) [Балашова, Балашов, 1981, с. 38]

*Nous sommes des hommes, nous aimons bien Antoine, nous sommes là pour lui...* (Мы люди, мы очень любим Антуана, мы здесь для него /из-за него / ради него...) [Балашова, Балашов, 1981, с. 38].

На уровне компонентов значения причинно-целевой синкретизм выражается в соединении в семантической структуре предлогов групповых сем 'причина' и 'цель'.

Синкретизм предлогов не возникает:

а) при нарушении/изменении условий (имя существительное или глагол не содержат соответствующих семантических компонентов; имя существительное употребляется в другом падеже);

б) при наличии сразу двух лексических средств, отдельно выражающих каждое из значений.

*Завтра спрошу в школе* [Шукшин, 2010, с. 142] – значения времени и пространства выражены отдельно.

*Багадур Тубыкбай привел брата в ханскую школу, когда ему стукнуло семь лет* [Хабибуллин, 2005, с. 190] – имя существительное употребляется в другом падеже.

*В Москве приземлились в полдень 23 августа* [Рыбаков, 2004, с. 223] – значения времени и пространства выражены отдельно.

*Получив распоряжение выехать в Москву, Шарок задумался* [Рыбаков, 2004, с. 98] – имя существительное употребляется в другом падеже.

*За это время немцы потеряли четверть своих вооруженных сил в России* [Рыбаков, 2004, с. 48] – значения времени и пространства выражены отдельно.

*Революция застала его за границей, и много лет он пытался вернуться в Россию* [Рубина, 2021, с. 142] – имя существительное употребляется в другом падеже.

*Девочка и мальчик лет одиннадцати-двенадцати ушли на поиски в кухню, мальчик кашлял* [Рыбаков, 2004, с. 9] – значения времени и пространства выражены отдельно.

*Каганович, с ненавистью глядя на Литвинова холодными голубыми глазами, обвинил его в том, что в погоне за дешевой популярностью у западной буржуазии Литвинов поступился интересами Советского Союза* [Рыбаков, 2004, с. 163] – только значение цели.

То же самое наблюдаем и во французском языке:

*Et voilà que dans l'après-midi déjà c'est à la chambre de Pétillon qu'on s'en prend* [Сименон, 1974, с. 193]. (*И вот уже днем в комнате Петийона мы нападаем (атакуем, хватаем его)*) – значения времени и пространства выражены отдельно.

– *Dis donc, Maigret, je crois que c'est ton ami qui fait les cent pas sur le trottoir.* (*Скажи-ка Мегрэ, я думаю, что это твой друг прогуливается на тротуаре*) [Simenon, 2012, p. 83] – только пространство.

*Le lendemain, je l'attendis vainement pour une promenade.* (*На следующий день я напрасно ждал её на прогулку*) [Bordeaux, 1990, p. 45] – только значение цели.

### Заключение

Материалы проведенного исследования демонстрируют, что многозначность, являясь внутренним семантическим свойством предлогов, служит основой для возникновения синкретизма. В синкретическое единство могут вступать как компоненты (семы) одного, так и разных уровней в составе структуры предложного значения.

На компонентном уровне были выявлены следующие синкретичные единства:

1) групповая семы 'время' + дифференциальная (подгрупповая) сема 'местоположение';

2) групповая сема 'пространство' + групповая сема 'цель';

3) групповая сема 'причина' + групповая сема 'цель'.

На наш взгляд, здесь можно говорить о разноуровневом семантическом синкретизме, который возникает на основе многозначности исследуемых предлогов, что свидетельствует о подвижности семного состава их лексического значения, его гибкости.

### Список источников

1. Ахманова О.С. 2021. Словарь лингвистических терминов. М., URSS, 576 с.
2. Айтматов Ч. 2007. Плаха. СПб., Издательский Дом «Азбука-классика», 496 с.
3. Бабайцева В.В. 1990. Синкретизм. В кн. Лингвистический энциклопедический словарь. Под ред. В.Н. Ярцевой. М., Советская энциклопедия, 682 с.
4. Балашова Т.В., Балашов В.П. 1981. Современная французская новелла XX века = *Conteurs francais du XXé siècle, 1945–1977*. М., Прогресс, 494 с.
5. Дрюон М. 1975. Рассказы = *Nouvelles*. Под ред. Л.Ю. Виндт. Л., «Просвещение», Ленинградское отделение, 221 с.
6. Золя Э. 1956. Счастье дам = *Au Bonheur des Dames*. Под ред. О. Ловцовой. М., Изд-во лит. на иностр. яз., 471 с.
7. Рубина Д. 2021. На Верхней Масловке. М., Эксмо, 448 с.
8. Рыбаков А. 2004. Прах и пепел. Кн. 3. Дети Арбата: в 3 кн. СПб., Амфора, 480 с.
9. Сименон Ж. 1974. Мегрэ сердится = *Maigret se Fache*. Л., «Просвещение», 231 с.
10. Токарева В.С. 1995. Вместо меня. М., ЭКСМО, 368 с.
11. Токарева В.С. 2003. Розовые розы. М., ООО «Издательство АСТ», 380 с.
12. Хабибуллин М. 2005. Сказание о Казани и дочери хана. Казань, Татарское книжное издательство, 608 с.
13. Шукшин В. 2010. Калина красная. СПб., Амфора, 475 с.
14. Ян В. 1983. Чингисхан. Челябинск, Юж.-Урал. кн.изд-во, 312 с.
15. Bordeaux H. 1990. *La robe de laine*. Éditions du Rocher, 238 p.
16. Sagan F. 1986. *De guerre lasse*. Éditions Gallimard, 220 p.
17. Simenon G. 2012. *La première enquête de Maigret* = Первое дело Мегрэ. Коммент. и слов. О. П. Панайотти. Санкт-Петербург, КАРО, 287 с.
18. Stendhal. 1953. *La chartreuse de Parme*. Москва, Издательство иностранной литературы, 548 с.
19. Verne J. *Les enfants du Capitaine Grant*. URL: [https://bookscafe.net/read/verne\\_jules-les\\_enfants\\_du\\_capitaine\\_grant-261171.html#p1](https://bookscafe.net/read/verne_jules-les_enfants_du_capitaine_grant-261171.html#p1) (дата обращения: 30.08.2021)

### Список литературы

1. Бабайцева В.В. 2005. Избранное. 1955–2005. М., Ставрополь, Издательство СГУ, 515 с.
2. Бороздина И.С. 2009. Вариативность исследовательских подходов к изучению предложной семантики: история вопроса. В кн.: Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета, 2 (10): 83–92. URL: <http://scientific-notes.ru/#new-number?id=10> (дата обращения 25.02.2020).
3. Виноградов В.В. 2001. Русский язык (Грамматическое учение о слове). Под ред. Г.А. Золотовой. М., Русский язык, 720 с.
4. Гак В.Г. 1972. К проблеме семантической синтагматики. В кн.: Проблемы структурной лингвистики. М., Изд-во АН СССР, с. 367–395.
5. Гак В.Г. 2014. Теоретическая грамматика французского языка. М., Добросвет, 832 с.
6. Кравченко Н.П. 2001. Семантико- и текстообразующие функции русских предлогов: На материале языка художественной литературы и СМИ: дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.01.10. Краснодар, 2001, 273 с.
7. Коновалова Т.Е. 1989. Функционально-стилистическая обусловленность использования служебных слов (на материале предлогов с широкой семантикой в русском и английском языках). В кн.: Язык и общество. Роль экстралингвистических факторов в развитии лексических подсистем. Саратов, Изд-во Саратовского университета, с. 40–47.
8. Кузнецов А.М. 1986. От компонентного анализа к компонентному синтезу. Москва, Наука, 123 с.
9. Кузнецова Э.В. 1978. О соотношении многозначности и функциональной эквивалентности слов. Науч. докл. высш. школы Филол. науки, 2: 97–103.
10. Кузнецова Э.В. 1989. Лексикология русского языка. М., Высшая школа, 216 с.
11. Лакофф Д. 2004. Метафоры, которыми мы живем. Москва, УРСС, 252 с.
12. Маляр Т.Н., Селиверстова, О.Н. 1998. Пространственно-дистанционные предлоги и наречия в русском и английском языках. München, Verlag Otto Sagner, 345 с.





13. Милованова Л.А. 2009. Семантико-грамматические свойства и отношения предлога за1, оформляющего винительный падеж, и предлога за2, оформляющего творительный падеж, в современном русском языке. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 23 с.
14. Пайар Д. 2000. К вопросу о значении предлога sur. В кн.: Исследования по семантике предлогов. М., Русские словари, С. 153–188.
15. Селиверстова О.Н. 2004. Труды по семантике. Москва, Языки славянской культуры, 959 с.
16. Тер-Авакян Г.А. 1983. Значение и употребление предлогов во французском языке. М., Высшая школа, 240 с.
17. Тер-Авакян Г.А. 1993. О взаимных связях предлога и артикля во французском языке. В кн.: Функционально-семантические характеристики предложения в современном французском языке. Пятигорск, Изд-во Пятигор. гос. пед. ин-та иностр. яз., 171 с.
18. Федотова М.А. 2004. Семантика предлога Dans в именных сочетаниях в современном французском языке: Когнитивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. Иркут. государственный лингвистический университет. Иркутск, 2004, 22 с.
19. Шиганова Г.А. 2001. Система лексических и фразеологических предлогов в современном русском языке. Челябинск, Изд-во Челябинского государственного педагогического университета, 454 с.
20. Bennet D.C. 1975. Spatial and Temporal Uses of English Prepositions: An Essay in Stratificational Semantics. London, Longman Publishing Group, 235 p.
21. Borillo M., Vieu L. 1992. Comprehensive semantics of the spatial relation *dans*. In: Rapport IRIT. Toulouse, P. 145–157.
22. Cadiot P. 1997. Les prépositions abstraites en français. Vol. 1. Paris: A. Colin, 295 p.
23. Franckel J.-J., Paillard D. 2007. Grammaire des prépositions. In: J.-J. Franckel, D. Paillard. Paris, Éditions Ophrys, 223 p.
24. Vandeloise C. 1992. Les analyses de la préposition *dans*: faits linguistiques et effets méthodologiques. In: Lexique, P. 15–40.
25. Vandeloise C. 1994. Methodology and Analyses of the Preposition. *Cognitive Linguistics*, 5 (2): 157–184.

## References

1. Babajceva V.V. 2005. Izbrannoe. 1955–2005. [Selected. 1955–2005]. M., Stavropol', Publ. SGU, 515 p.
2. Borozdina I.S. 2009. Variativnost' issledovatel'skih podhodov k izucheniyu predlozhnoj semantiki: istoriya voprosa [Variation of research approaches to the study of prepositional semantics: the history of the issue]. *Uchenye zapiski*, 2 (10): 83–92. URL: <http://scientific-notes.ru/#new-number?id=10> (Accessed 25.02.2020).
3. Vinogradov V.V. 2001. Russkij yazyk (Grammaticheskoe uchenie o slove). [Russian language (Grammatical doctrine of the word)]. Ed. G.A. Zolotovoj. M., Publ. Russkij yazyk, 720 p.
4. Gak V.G. 1972. K probleme semanticheskoy sintagmatiki. [To the problem of semantic syntagmatics]. In: Problemy strukturnoj lingvistiki [Problems of Structural Linguistics]. Moscow, Publ. AS USSR, 1972, pp. 367–395.
5. Gak V.G. 2014. Teoreticheskaya grammatika francuzskogo yazyka. [Theoretical grammar of the French language]. M., Publ. Dobrosvet, 832 p.
6. Kravchenko N.P. 2001. Semantiko- i tekstoobrazuyushchie funkicii russkikh predlogov: Na materiale yazyka hudozhestvennoj literatury i SMI [Semantico- and text-forming functions of Russian prepositions: On the material of the language of fiction and mass media]: diss. ... d-ra filol.: 10.02.01, 10.01.10. Krasnodar, 273 p.
7. Konovalova T.E. 1989. Funkcional'no-stilisticheskaya obuslovlennost' ispol'zovaniya sluzhebnyh slov (na materiale predlogov s shirokoj semantikoj v russkom i anglijskom yazykah) [Functional and stylistic conditionality of the use of function words (on the material of prepositions with wide semantics in Russian and English languages)]. In: YAzyk i obshchestvo. Rol' ekstralingvisticheskikh faktorov v razvitii leksicheskikh podsystem. [Language and society. The Role of Extra-linguistic Factors in the Development of Lexical Subsystems]. Saratov, Publ. Saratovskogo universiteta, pp. 40–47.
8. Kuznecov A.M. 1986. Ot komponentnogo analiza k komponentnomu sintezu [Lexicology of the Russian language]. Moscow, Publ. Nauka: 123 p.

9. Kuznecova E.V. 1978. O sootnoshenii mnogoznachnosti i funkcional'noj ekvivalentnosti slov [On the relation of polysemanticity and functional equivalence of words]. Nauch. dokl. vyssh. shkoly Filol. nauki, 2: 97–103.
10. Kuznecova E.V. 1989. Leksikologiya russkogo yazyka. [Lexicology of the Russian language]. Moscow, Publ. Vysshaya shkola, 216 p.
11. Lakoff D. 2004. Metafori, kotorymi my zhivem. [Metaphors we live by]. Moscow, URSS, 252 p.
12. Malyar T.N., Seliverstova, O.N. 1998. Prostranstvenno-distancionnye predlogi i narechiya v russkom i anglijskom yazykah. [Spatial-distance prepositions and adverbs in Russian and English]. München, Verlag Otto Sagner, 345 p.
13. Milovanova L.A. 2009. Semantiko-grammaticheskie svojstva i otnosheniya predloga za1, oformlyayushchego vinitel'nyj padezh, i predloga za2, oformlyayushchego tvoritel'nyj padezh, v sovremennom russkom yazyke. [Semantico-grammatical properties and relations of the preposition za1, which forms the accusative case, and the preposition za2, which forms the instrumental case, in the contemporary Russian language]. Avtoref. dis. ... kand. Philological Sciences. CHelyabinsk, 23 p.
14. Pajar D. 2000. K voprosu o znachenii predloga sur [On the meaning of the preposition sur]. In: Issledovaniya po semantike predlogov. [Studies on the semantics of prepositions]. Moscow, M., Publ. Russkie slovari, pp. 153–188.
15. Seliverstova O.N. 2004. Trudy po semantike [Works on Semantics]. Moscow, Publ. YAzyki slavyanskoj kul'tury, 959 p.
16. Ter-Avakyan G.A. 1983. Znachenie i upotreblenie predlogov vo francuzskom yazyke. [The meaning and use of prepositions in French]. Moscow, Publ. Vysshaya shkola, 240 p.
17. Ter-Avakyan G.A. 1993. O vzaimnyh svyazyah predloga i artiklya vo francuzskom yazyke. [On the mutual relations of the preposition and the article in French]. In: Funkcional'no-semanticheskie harakteristiki predlozheniya v sovremennom francuzskom yazyke [Functional-semantic characteristics of the sentence in modern French]. Pyatigorsk, Publishing house of the Pyatigorsk State Pedagogical Institute of Foreign Languages, 171 p.
18. Fedotova M.A. 2004. Semantika predloga Dans v imennyh sochetaniyah v sovremennom francuzskom yazyke: Kognitivnyj aspekt. [Semantics of the preposition Dans in nominative combinations in modern French: Cognitive aspect]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.05. Irkut. gosudarstvennyj lingvisticheskij universitet. Irkutsk, 22 p.
19. SHiganova G.A. 2001. Sistema leksicheskikh i frazeologicheskikh predlogov v sovremennom russkom yazyke. [The system of lexical and phraseological prepositions in the modern Russian language]. CHelyabinsk, Publ. CHelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta, 454 p.
20. Bennet D.C. 1975. Spatial and Temporal Uses of English Prepositions: An Essay in Stratificational Semantics. London, Longman Publishing Group, 235 p.
21. Borillo M., Vieu L. 1992. Comprehensive semantics of the spatial relation dans. In: Rapport IRIT. Toulouse, P. 145–157.
22. Cadiot P. 1997. Les prépositions abstraites en français. Vol. 1. Paris: A. Colin, 295 p.
23. Franckel J.-J., Paillard D. 2007. Grammaire des prépositions. In: J.-J. Franckel, D. Paillard. Paris, Éditions Ophrys, 223 p.
24. Vandeloise C. 1992. Les analyses de la préposition dans: faits linguistiques et effets méthodologiques. In: Lexique, P. 15–40.
25. Vandeloise C. 1994. Methodology and Analyses of the Preposition. Cognitive Linguistics, 5 (2): 157–184.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Гречухина Земфира Ришадовна**, старший преподаватель кафедры латинского и иностранных языков Астраханского государственного медицинского университета, г. Астрахань, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Zemfira R. Grechukhina**, Senior Lecturer, Department of Latin and Foreign Languages. Astrakhan State Medical University, Astrakhan, Russia



УДК 81'282.8  
DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-510-519

## Языковые трансформации в ходе контактного взаимодействия

<sup>1</sup> Молодкин А.М., <sup>2</sup> Контрерас С.Х.О., <sup>2</sup> Михайлова Е.Н.

<sup>1</sup> Саратовская государственная юридическая академия,  
Россия, 410056, г. Саратов, Вольская улица, 1,

<sup>2</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85,

E-mail: post@ssla.ru; khasintokotreras@gmail.com; mikhailova@bsu.edu.ru

**Аннотация.** Анализу подвергается лингвокультурные особенности национального варианта испанского языка, функционирующего на территории Перу. В процессе контактного взаимодействия испанского языка и местных лингвокультур на территории Перу развился такой национальный вариант, как перуанский вариант испанского языка. Процесс влияния автохтонных языков, их диалектов и многочисленных местных культур на состояние испанского языка в Перу позволил выявить ряд уникальных характеристик, типичных исключительно для перуанской лингвокультуры. Анализируемый территориальный вариант обладает рядом свойств на всех языковых уровнях: фонетическом, грамматическом, лексическом, что проявляется в ряде фонетических, грамматических, лексических трансформаций, выявленных в ходе анализа. Лексические трансформации перуанского варианта испанского языка преобладают над фонетическими и грамматическими изменениями и проявляются в использовании высокочастотных лингвокультурем в формальной и неформальной коммуникации.

**Ключевые слова:** контактная лингвистика; перуанский вариант испанского языка; лингвокультурология; фонетическая трансформация; грамматическая трансформация; лексическая трансформация; лингвокультурная ситуация

**Для цитирования:** Молодкин А.М., Контрерас С.Х.О. 2021. Языковые трансформации в ходе контактного взаимодействия. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 510–519. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-510-519

---

## Language Transformations During Contact Interaction

<sup>1</sup> Anatoly M. Molodkin, <sup>2</sup> Sarria J.O. Contreras, Elena N. Mikhailova

<sup>1</sup> Saratov State Law Academy,

1 Volskaya St, Saratov 410056, Russian Federation

<sup>2</sup> Belgorod National Research University,

85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russian Federation

E-mail: post@ssla.ru; khasintokotreras@gmail.com; mikhailova@bsu.edu.ru

**Abstract.** The article deals with the peculiar features of the Spanish language functioning on the territory of Peru. In the process of contact interaction of the Spanish language and Peruvian local languages and cultures a new hybrid language, named as Peruvian Spanish was formed on the territory of Peru. The adaptation process of the autochthonous languages influence, as well as all their dialects, and numerous local cultures has been the reason of forced naturalization of Spanish to local linguistic and cultural realities. Therefore, the formed language variant – Peruvian Spanish - has revealed a number of unique characteristics that are typical exclusively for the Peruvian language and culture environment. The analyzed territorial variant has a number of peculiarities at all language levels: phonetic, grammatical, lexical, which is manifested in a number of phonetic, grammatical, lexical transformations which are to be identified during the research work. Lexical transformations of Peruvian Spanish according to the research prevail over phonetic and grammatical changes and are manifested in the use of high-frequency language and culture lexemes, and are of use both in formal and informal communication types.

**Keywords:** contact linguistics; Peruvian Spanish; language and culture; phonetic transformation; grammatical transformation; lexical transformation; language and culture peculiarities

**For citation:** Molodkin A.M., Contreras S.J.O. 2021. Language Transformations During Contact Interaction. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 510–519 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-510-519

## Введение

В ходе контактного взаимодействия испанского языка и многочисленных автохтонных языков и культур на территории Перу возник и развивался такой территориальный вариант, как перуанский вариант испанского языка. Подвергаясь доминирующему влиянию со стороны местных лингвокультур, испанский язык, функционируя на территории Перу, был подвержен многочисленным изменениям, в результате чего в его фонетической, лексической и грамматической подсистемах возникли существенные трансформации.

В процессе своего становления по причине несоответствия норме – испанскому языку Испании – перуанский вариант испанского языка рассматривался как язык необразованной части населения, средство общения сельских жителей. Принимая во внимание огромное количество местных региолектов и диалектов Перу, говорить о соответствии норме – испанскому языку Испании – становилось еще более проблематичным. Тем не менее есть все основания полагать, что перуанский вариант испанского языка, как и любой другой территориальный вариант, имеет право на существование, так как он обладает официальным статусом, литературной нормой, зафиксированной в словаре, является средством общения подавляющего большинства перуанцев.

Актуальность исследования определяется необходимостью проведения комплексного анализа функционирования испанского языка и его национальных вариантов в период популяризации испанского языка в современном обществе, что может внести определенный вклад в развитие теории языковых контактов.

Целью нашего исследования является выявление ключевых свойств перуанского варианта испанского языка (ПВИЯ) на всех языковых уровнях с позиции лингвокультурологии. При таком подходе анализу подвергаются языковые процессы, возникающие в ходе влияния культуры на функционирование языка.

В ходе исследования была сформулирована научная гипотеза о возможных языковых изменениях, происходящих в испанском языке, функционирующем на территории Испании, в силу влияния местных языков и культур, в результате чего сформированный территориальный вариант должен иметь существенные отличия от испанского языка Испании. Научная новизна работы определяется тем, что автор рассматривает специфику языковых изменений перуанского варианта испанского языка с позиции лингвокультурологии. При таком подходе анализируются фонетические, грамматические и лексические трансформационные процессы, происходящие в следствие доминирующего влияния автохтонных языков и культур и выявляются причины совершения ошибок в формальной и неформальной коммуникации в силу влияния лингвистических и экстралингвистических факторов.

## Объекты и методы исследования

Объектом исследования является лингвокультурная специфика перуанского варианта испанского языка, возникшего в ходе контактного взаимодействия испанского языка и перуанских местных языков и адаптированного к реалиям местных культур. Фактический материал исследования составили лингвокультурные единицы перуанского варианта испанского языка, полученные в процессе целенаправленной выборки из текстов современных словарей, средств массовой коммуникации, включая интернет-блоги и социальные сети.



В ходе анализа были использованы общенаучные (описательно-аналитический метод и его приемы: интерпретация, обобщение, систематизация явлений и фактов) и специальные методы исследования (компонентный и трансформационный анализ). В работе также применялись сравнительный метод, метод контекстуального и количественного анализа.

### Результаты и их обсуждение

На территории Перу «испанский язык является официальным языком более 400 лет, однако за этот период времени местные языки не только не прекратили свое существование, но и смогли оказать существенное влияние на состояние местной лингвокультуры; в целом в настоящее время на территории Перу существует около 57 индейских языков» [Морено, 2016, с. 78–81]. Отечественный исследователь Н.М. Фирсова в своих работах отмечает, что «45 % населения Перу составляют индейцы кечуа и аймара, 37 % – метисы, 15 % – белые, 3 % – темнокожее население, китайцы, японцы и др., испаноязычных перуанцев насчитывается около 60 %» [Чавес Уамен, 2006, с. 15]. Как показывают данные исследователя, большая часть перуанского населения принадлежит индейской части населения, при этом наиболее частотными авохтонными языками являются *кечуа* и *аймара*.

Другой отечественный исследователь, Е. Ю. Березкин, отмечает, что «инки содействовали распространению *кечуа* на завоеванных территориях, хотя окончательная кечуанизация центральной части Анд произошла лишь в колониальный период; насильственное распространение норм европейской культуры и испанских порядков, внедренных на территорию Перу испанскими завоевателями, католическими миссионерами, способствовало истреблению и вымиранию местных племен, что, в свою очередь, привело к исчезновению многочисленных местных языков, о существовании которых возможно сегодня только догадываться, исходя из топонимических данных» [Березкин, 1991, с. 23].

Н.М. Фирсова отмечает: «С одной стороны, многообразие индейских языков способствовало распространению испанского языка в качестве определенного койне или общего языка, но, с другой стороны, соответствовало интересам завоевателей и колонизаторов, что привело к росту престижа наиболее влиятельных индейских наречий» [2007, с. 85]. Такого рода «амфотерные действия были продиктованы необходимостью соблюдения испанских политических интересов, заключавшихся в безотлагательной испанизации завоеванных территорий; с другой стороны, в ранг интересов католической церкви входило обращение в христианство коренных жителей американского региона, что в значительной степени препятствовало процессу испанизации местного населения и содействовало сохранению и процветанию авохтонных языков» [Морено, 2016, с. 28].

Пребывание испанцев на территории Перу способствовало «закату империи инков, в то же время этот период спровоцировал развитие нового этапа, понимаемый в современной социолингвистике и лингвокультурологии как "синтез языков и культур", определивший неоднородный характер языковой ситуации» [Caravedo, 1996]. В ходе изучения специфики функционирования европейских языков в качестве территориальных вариантов необходимо уделять особое внимание вопросу мультикультурализма, определяющего многогранную структуру местной лингвокультуры [Багана, Волошина, 2019]. Языковая ситуация Перу отличается многослойной структурой в силу особенностей сложившегося мультилингвизма, что проявляется в двуязычии населения Перу.

В нашей работе мы исходим из позиции отечественного исследователя Р.А. Будагова, который полагал, что «проблема субстрата, как и его своеобразных разновидностей – суперстрата и адстрата, – это не столько собственно лингвистическая, сколько историческая проблема» [Будагов, 1963, с. 273].

Такая позиция многократно была предметом исследования в работах зарубежного исследователя Х. П. Рона [Rona, 1958, с. 35]. Анализируя лингвокультурологическую специфику ПВИЯ, автор говорит о необходимости рассмотрения влияния географических

условий, в которых функционирует язык. Такую точку зрения разделяют и другие исследователи, заявляя, что «ни в одной другой стране мира, кроме Перу, нет такой связи между очертаниями рельефа и событиями в жизни людей, проживающих на ее территории» [Степанов, 2004, с. 249].

Уникальными географическими условиями обладает страна Перу. Вслед за мнением отечественного исследователя Морено В.Р., мы придерживаемся необходимости учитывать фактор географических зон и влияние климатических зон при анализе функционирования языков. Так, государство Перу «разделено на три ярко выраженные географические зоны: она побережье (*costa*), зона горных районов (*sierra*), лесная зона (*selva*)» [Морено, 2016, с. 22].

В своих работах исследователь Ж. Багана уделяет внимание специфике влияния географического фактора на состояние лингвокультуры в целом [Baghana et al., 2019]. Другой исследователь, В.Р. Морено, акцентируя внимание на принципе географического положения и придавая особую значимость фактору его влияния на состояние языка, разработала классификацию национального испанского языка, функционирующего на территории Перу, согласно которой «выделяются такие диалекты как *андский диалект (español andino)*; *прибрежный перуанский испанский диалект (español costeño)*; *амазонский испанский диалект (español amazónico)*» [Морено, 2016, с. 28].

Рассмотрим подробнее фонетические особенности ПВИЯ.

К рангу наиболее продуктивных диалектов на территории сельских районов относится *андский испанский диалект (español andino)*. Этот диалект имеет значительное сходство с диалектами Боливии, Эквадора.

К фонетическим характеристикам андского перуанского испанского языка относится своеобразный замедленный ритм по сравнению с быстрым темпом европейского испанского языка, а иногда и других южноамериканских территориальных вариантов испанского языка.

В перечень фонетических особенностей анализируемого диалекта входят:

- трансформация гласного звука испанского языка /e/ в звук в перуанском варианте испанского языка /i''/;
- переход гласного испанского языка /o/ в гласный звук перуанского варианта испанского языка /u/;
- произношение согласного звука /s/ с большей степенью придыхания, по сравнению с прибрежным перуанским испанским вариантом.

К рангу грамматических трансформаций андского испанского диалекта ПВИЯ относятся:

- дублирование притяжательных местоимений, например, «*su casa de Pepe* – дом Пепе (согласно норме, в испанском языке, функционирующем в Испании, правильным вариантом будет употребление *la casa de Pepe* или *su casa*)»;
- использование наречий *no más* – больше/дольше и *pués* – так/тогда после глагола (например, *dile no más pues* – больше не говори этого (обычно не произносится *lo digas más*) [Морено, 2016, с. 108];
- использование настоящего времени для выражения прошедшего времени.

В свою очередь *прибрежный перуанский испанский диалект (español costeño)* представляет собой средство общения для представителей высшего общества Лимы и тех, кто долгое время общался с мигрантами, проживающими в крупных городах или на побережье. Несмотря на то, что этот диалект является средством коммуникации для языкового меньшинства, рассматриваемый вариант считается наиболее приближенным к норме – испанскому языку Испании.

Фонетические особенности *прибрежного диалекта* ПВИЯ включают следующие особенности:

- гласные звуки произносятся четко, имеют одинаковую долготу;



- согласный звук /s/ опускается при произношении, если перед ним есть другой согласный звук;
- согласный звук /d/ переходит в /t/.
- подобно андскому испанскому диалекту происходит трансформация гласных звуков испанского языка: гласный звук /e/ переходит в /i/, гласный звук /o/ трансформируется в /u/;
- звонкие согласные звуки /b/, /d/ и /g/ оглушаются и произносятся без придыхания, а иногда опускаются (в интервокальной позиции, например, *dado* /da'o/ – *данный, настоящий*);
- глухие согласные, например, /p/ часто озвончаются (*epoca* /eboca/ – *эпоха, период, сезон*).

*Прибрежный диалект* ПВИЯ родился более 50 лет назад и представляет собой процесс гибридизации андского и прибрежного диалектов, в котором наблюдается смешение речи андских мигрантов и жителей Лимы. Этот тип является наиболее продуктивным на территории Перу. Особого внимания со стороны лингвистов заслуживает «вопрос изучения специфики лексического строя прибрежного перуанского диалекта, так как в ее состав входят не только фразы и выражения из Северной и Южной Америки, но также содержится большое количество лексических единиц, заимствованных из языков и диалектов прибрежной зоны Лимы» [Морено, 2015, с. 98]. В этот ранг входят наиболее частотные термины и выражения, заимствованные из автохтонного языка *кечуа*, например, “*tengo una uaya*” – у меня травма, содержащее в своем составе лексему автохтонного языка *кечуа* – *уауа* – травма. В рассматриваемом примере испанец употребил бы лексему *lesión* – травма: *tengo una lesión*.

*Амазонский испанский диалект* образовался в результате контактного взаимодействия лингвокультур андского испанского диалекта, испанского языка Лимы и автохтонных амазонских языков. В ранг фонетических особенностей *амазонского испанского диалекта* входит его уникальная тональная структура.

К фонетическим трансформациям, происходящим в этом диалекте, относятся:

- трансформация звука /j'/ в /f/, например, *San Juan* – *San Fuan*;
- глухие согласные звуки /p/, /t/ и /k/ произносятся с активным придыханием, то есть сопровождаются активным выходом воздуха.

Морфологический строй ПВИЯ так же, как и его фонетическая подсистема, подвержен изменению, что продиктовано интерференционными процессами со стороны автохтонных языков.

Одной из наиболее распространенных и универсальных особенностей ПВИЯ, аналогичной другим южноамериканским версиям испанского языка, является использование в речи перуанцев местоимения *ustedes* (местоимение третьего лица множественного числа) вместо местоимения *vosotros* (местоимение второго лица множественного числа). Например, при приветствии собеседника на улице в Перу принято обращаться при помощи выражения *¿Cómo están?* – *Как поживаешь?* вместо привычного в испанском языке Испании *¿Cómo estáis?* – *Как поживаете?*

Другой особенностью ПВИЯ на морфологическом уровне является добавление уменьшительных суффиксов к существительным, например, *gringuito* – происходит от *gringo* – *гринго, американец*:

*¡Soy su gringo favorito!* – *Это ваш любимый американец!* [Quechua phrase... 2019, p. 134].

Лексический строй ПВИЯ подвержен трансформациям в наибольшей степени по сравнению с фонетической и грамматической подсистемами. В речи перуанцев часто используются лексемы автохтонных языков, что объясняется желанием комфортной коммуникации и необходимостью следовать норме и сохранять родную культуру.

В ходе анализа ПВИЯ мы пришли к выводу, что в его лексической подсистеме содержится большое количество (свойственных исключительно для этого территориального варианта) лингвокультурем, что является его уникальным свойством. Под лингвокультуремой мы понимаем «комплексную межуровневую единицу, представляющую собой диалектическое единство лингвистического и экстралингвистического; являясь единицей более глубокого уровня, чем слово, лингвокультурема аккумулирует в себе как собственно языковое представление, так и тесно связанную с ней внеязыковую культурную среду и отражает специфику и систематизацию реалий внутри класса предметов, соотношенных с определенным знаком; она может быть выражена словом, словосочетанием» [Лингвокультурема, 2000–2021]. Анализируемый термин был предложен в отечественной лингвокультурологии исследователем В.В. Воробьевым и широко используется в таких отраслях лингвистики, как лингвострановедение, межкультурная коммуникация, этнолингвистика [Воробьев, 2006, с. 56].

Лексемы автохтонных языков наиболее продуктивны в неформальной коммуникации перуанцев.

Примеры:

1. *Mira, si te lo he ocultado es porque de lo contrario, te habrías **asado**.* – *Послушай, если бы я рассказал тебе то, чем занимаюсь, наверняка, ты бы сразу сошла с ума **от злости*** [McKay, 2012].

В рассматриваемом примере речь идет о том, что молодой человек не хочет сообщить своей подруге о своем роде деятельности – ему приходится заниматься нелегальным бизнесом. Герой весьма эмоционально заявляет, что реакция девушки может быть весьма неожиданной – *te habrías **asado** – она бы сошла с ума **от злости***.

Анализируемый пример содержит в своем составе лексему автохтонного языка кечуа – *asado* – *злбный*, в данном случае испанец употребил бы наречие *enfadado* – *злбно* (*Mira, si te lo he ocultado es porque de lo contrario, te habrías **enfadado***).

2. *A menudo escuchará esto en los mercados peruanos donde los productos **bamba** están en circulación.* – *Часто можно услышать, что на перуанских рынках используются **поддельные (ненастоящие)** деньги* [Vabel, 2013, p. 25].

Второй пример описывает ситуацию, в которой один собеседник сообщает другому о своем личном отрицательном опыте – *на перуанском рынке он столкнулся с тем фактом, что возможно получить поддельные (ненастоящие) деньги – **bamba** – **поддельные деньги***. В рассматриваемой ситуации испанец употребил бы выражение *falso están en circulación* – *обиход поддельных денег*.

3. *Es mi **pata!*** – *Он мой **друг!***

Необходимо отметить, что в испанском языке Испании лексема *pata* буквально означает *нога* или *лапа животного* (*pierna* используется только для обозначения человеческих ног). В ПВИЯ лексическая единица *pata* применяется в неформальной коммуникации между близкими собеседниками и часто заменяет в ежедневной речи лексему испанского языка *amigo*.

Важно заметить, что рассматривая лексема всегда имеет окончание *-a*, независимо от того беседуют ли коммуниканты с лицом женского или мужского рода. Обращаясь к другу или подруге, можно сказать так: *Ei, **pata**, ¿qué tal?* – *Привет, **друг/подруга**, как дела?*

4. *Si tienes un **pisco** de alta gama, disfrútalo directamente; de lo contrario, querrás usarlo en un cóctel para crear...* – *Если у вас есть высококачественный писко (бренди из винограда), наслаждайтесь им прямо сейчас; в противном случае можно использовать его для приготовления коктейля...* [Coronel-Molina, 2019, p. 76].

Приведенный пример содержит в своем составе лексему автохтонного языка кечуа *pisco* – *писко (бренди, приготовленный на основе винограда)*. Употребление этого спиртного напитка характеризуется как важное национальное развлечение, о котором обязательно необходимо знать, если Вы собираетесь говорить с перуанцами.



В ПВИЯ есть словосочетание *Pisco Sauer*, которое обозначает *национальный коктейль Перу*, например:

*Es por eso que ella le vertió un Pisco Sauer.* – *Вот почему она вылила на него коктейль "Писко Сауэр"* [McKay, 2012].

Национальный коктейль *Pisco Sauer* достаточно известен на международном уровне, хотя за право первенства этого национального спиртного напитка часто происходят споры между перуанцами и чилийцами. Коктейль *Pisco Sauer* состоит из *писко* (бренди, приготовленного на основе винограда), яичного белка, лайма и сладкого сиропа. Если Вы не распробовали национальный напиток, выпив один бокал, то можно попросить еще, обращаясь к бармену при помощи выражения *¿Puedes darme uara?* – *Можно мне еще?* В приведенном вопросе содержится лексема автохтонного языка *кечуа* – *уара* – *немного больше, еще*. Правилom хорошего тона в перуанской культуре считается произнесение слов благодарности в ответ на любую оказанную услугу. Например, в неформальной коммуникации перуанцы, особенно молодежь, использует для этой цели выражение *pitri mitri* – *прекрасно, здорово, спасибо*. Другим способом выразить благодарность может служить восклицание *¡Vacán!* – *здорово, вкусно* или выражение *qué bacán*, которое означает тот факт, что Вы выражаете благодарность или согласие с собеседником. В ответ на слова благодарности принято произнести *porfa* – сокращенная форма от *por favor* – *пожалуйста*. В некоторых городах Перу также можно услышать *porfis* – *пожалуйста*.

5. *La tono está a punto de empezar.* – *Пора начинать торжество.*

Анализируемый пример содержит в своем составе лексему автохтонных языков *топо* – *праздник, торжество*. Рассматриваемое существительное так же, как и в предыдущем случае, отражает национально-культурную специфику перуанцев, которые очень любят отмечать различные торжества и праздники.

Следует отметить, что лексема *топо* – *праздник, торжество* часто встречается в средствах массовой информации, а именно в заголовках перуанских газет и журналов, а также в социальных сетях, например: *topo nacional* – *национальный праздник*, *topo dedicada a la Fundación de la ciudad* – *праздник, посвященный основанию города*.

6. *Hagamos chancha* – *делить счет пополам* [Coronel-Molina, 2019, p. 109].

Приведенный пример содержит в своем составе существительное женского рода *chancha* – *свинья*. Когда друзья хотят разделить оплату счета в кафе или ресторане между всеми участниками, в Перу принято говорить *hagamos chancha* или *vamos a hacer una chancha*.

7. *Tiene un mote provincial.* – *У него провинциальный акцент* [Babel, 2013, p. 45].

В рассматриваемом примере мы находим существительное автохтонного языка *аймара* *mote* – *акцент*. Анализируемая лексема может означать как *акцент*, так и *дефект речи*.

С большой вероятностью можно сказать, что у людей, изучающих иностранные языки, может присутствовать в речи небольшой акцент. Интересно отметить, что жителей Северной Америки, говорящих на испанском языке с акцентом, перуанцы называют *mote norteamericano* – *жители Северной Америки, говорящие с акцентом*; а англичан, говорящих на испанском языке с акцентом, принято называть *mote inglés* – *англичане, говорящие с акцентом*. Жители преклонного возраста часто обладают *провинциальным акцентом* – *mote provinciano*; проживающие в северной части страны имеют *северный акцент* – *mote norteño*; люди, обитающие в горных местностях, могут иметь *горный акцент* – *mote Serrano*.

Лексема *mote* – *акцент* происходит из автохтонного языка *кечуа*. В современном перуанском варианте испанского языка употребление анализируемой лексемы в речи по отношению к другим людям может носить уничижительный характер, поэтому ее необходимо употреблять с осторожностью в ежедневном общении. Часто рассматриваемая лек-

сическая единица имеет значение *говорить что-либо неправильно, некорректно*, что может обидеть собеседника.

### Заключение

Таким образом, испанский язык, функционирующий на территории Перу, представляет собой территориальный вариант, сформированный в результате контактного взаимодействия испанского языка и автохтонных языков и культур Перу. В результате такого взаимовлияния был сформирован гибридный язык, который мы определяем как ПВИЯ, для которого свойственны уникальные черты, типичные исключительно для этого территориального варианта. Языковая ситуация в стране осложняется за счет языкового разнообразия в Перу: сложный мультикультурный характер общества требует от перуанцев знать не только автохтонные языки и их диалекты, но также владеть на высоком уровне испанским языком.

Доминирующее влияние автохтонных языков и культур на состояние испанского языка, функционирующего в Перу, привело к появлению целого ряда особенностей анализируемого территориального варианта, типичных для всех уровней: фонетического, грамматического и лексического.

Лексические трансформации в ПВИЯ, происходящие в силу влияния интерференционных процессов со стороны местных языков, превалируют над фонетическими и грамматическими изменениями. В ранг трансформационных процессов на лексическом уровне входит превалирующее использование в речи перуанцев лингвокультурем, отражающих реалии местной лингвокультуры, что продиктовано желанием комфортной коммуникации и необходимостью сохранять родной язык и культуру.

К наиболее продуктивным фонетическим трансформациям относятся: оглушение и озвончение согласных звуков, опущение некоторых согласных, замена гласных звуков испанского языка Испании на аналоги гласных звуков автохтонных языков.

Грамматические изменения в ПВИЯ, вызванные влиянием автохтонных языков, являются наименее продуктивными по сравнению с фонетическими и лексическими трансформациями. К наиболее частотным грамматическим трансформациям относятся: дублирование притяжательных местоимений, использование настоящего времени для выражения прошедшего времени.

Фонетические и грамматические трансформационные процессы вызваны влиянием фонетического и грамматического строя местных языков.

### Список источников

1. Лингвокультурема. 2000-2021. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). Академик. URL: [https://methodological\\_terms.academic.ru/850/ЛИНГВОКУЛЬТУРЕМА](https://methodological_terms.academic.ru/850/ЛИНГВОКУЛЬТУРЕМА) (дата обращения: 01.08.2021).
2. Спенс Л. 2005. Мифы инков и майя. Пер. с англ. Л.А. Карпова. М., Центрополиграф, 333 с. (Spence L. The Myth of Mexico and Peru. London, G.G. Harrap & company, 1913.)
3. Babel L. 2013. Quick Guide to Peruvian Spanish (Spanish Vocabulary Quick Guides). Language Babel, 80 p.
4. Coronel-Molina S.M. 2019. Quechua Phrasebook & Dictionary. Lonely Planet, 228 p.
5. McKay D. 2012. Quien me llama? Learn Peruvian Spanish Slang. Create Space Independent Publishing Platform, 84 p.

### Список литературы

1. Багана Ж., Волошина Т.Г. 2019. Влияние глобализации на состояние лингвокультуры этнических сообществ (на примере территориального варианта английского языка Нигерии). Научная мысль Кавказа, 1 (97): 96–102. DOI: 10.18522/2072-0181-2019-97-1-96-102
2. Березкин Ю.Е. 1991. Инки: исторический опыт. Л., Наука, 232 с.



3. Будагов Р.А. 1963. Сравнительно-семасиологические исследования (романские языки). М., МГУ, 303 с.
4. Воробьев В.В. 2006. Лингвокультурология: теория и методы. М., Издательство университета дружбы народов, 112 с.
5. Морено В.Р. 2016. Стилистические доминанты в индихенистской прозе как объект лингвистического исследования. Дис. ... канд. филол. наук. СПб., 224 с.
6. Степанов Г.В. 2004. К проблеме языкового варьирования. Испанский язык Испании и Америки. М., URSS, 328 с.
7. Фирсова Н.М. 2007. Современный испанский язык в Испании и странах Латинской Америки. М., АСТ Восток-Запад, 352 с.
8. Чавес Уаман М. М. 2006. Современная разговорная речь Перу: лингвистический аспект и межкультурная специфика. Дис. ... канд. филол. наук. М., 207 с.
9. Baghana J., Voloshina T.G., Novakova K.S. 2019. Morphological and syntactic interference in the context of Franco-Congolese bilingualism. *XLinguae: European Scientific Language Journal*, 12(3): 240–248.
10. Caravedo R. 1996. Manual de la dialectología hispánica. El español de América. Por la dirección de la obra: M. Alvar. Barcelona, Ariel Lingüística: 152–161.
11. Rona J. P. 1958. Algunos aspectos metodológicos de la dialectología hispanoamericana. Montevideo, Univ. de la República, 36 p.

### References

1. Bagana Zh., Voloshina T.G. 2019. The influence of globalization on the state of linguistic culture of ethnic communities (based on the example of territorial version of nigerian english). *Nauchnaya mysl' Kavkaza*, 1 (97): 96–102 (in Russia). DOI: 10.18522/2072-0181-2019-97-1-96-102
2. Berezkin Yu.E. 1991. *Inki: istoricheskiy opyt [The Incas: A Historical Experience]*. L., Publ. Nauka, 232 p.
3. Budagov R.A. 1963. *Sravnitel'no-semasiologicheskie issledovaniya (romanskie yazyki) [Comparative Semasiological Research (Romance Languages)]*. M., Publ. MGU, 303 p. (in Russia).
4. Vorob'ev V.V. 2006. *Lingvokul'turologiya: teoriya i metody [Cultural linguistics: theory and methods]*. M., Publ. Izdatel'stvo universiteta druzhby narodov, 112 p.
5. Moreno V.R. 2016. *Stilisticheskie dominanty v indikhenistskoy proze kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya [Stylistic dominants in Indianist prose as an object of linguistic research]*. Dis. ... Cand. philol. sciences. SPb., 224 p.
6. Stepanov G.V. 2004. *K probleme yazykovogo var'irovaniya. Ispanskiy yazyk Ispanii i Ameriki [On the problem of linguistic variation. Spanish of Spain and America]*. M., Publ. URSS, 328 p.
7. Firsova N.M. 2007. *Sovremennyy ispanskiy yazyk v Ispanii i stranakh Latinskoy Ameriki [Modern Spanish in Spain and Latin America]*. M., Publ. AST Vostok-Zapad, 352 p.
8. Chaves Uaman M. M. 2006. *Sovremennaya razgovornaya rech' Peru: lingvisticheskiy aspekt i mezhkul'turnaya spetsifika [Modern colloquial speech of Peru: linguistic aspect and intercultural specificity]*. Dis. ... Cand. philol. sciences. M., 207 p. (in Russia)
9. Baghana J., Voloshina T.G., Novakova K.S. 2019. Morphological and syntactic interference in the context of Franco-Congolese bilingualism. *XLinguae: European Scientific Language Journal*, 12(3): 240–248.
10. Caravedo R. 1996. Manual de la dialectología hispánica. El español de América. Por la dirección de la obra: M. Alvar. Barcelona, Ariel Lingüística: 152–161.
11. Rona J. P. 1958. Algunos aspectos metodológicos de la dialectología hispanoamericana. Montevideo, Univ. de la República, 36 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.



#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Молодкин Анатолий Михайлович**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков Саратовской государственной юридической академии, г. Саратов, Россия

**Контрерас Сарриа Хасинто Омар**, старший преподаватель кафедры второго иностранного языка Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

**Михайлова Елена Николаевна**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Anatoly A. Molodkin**, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Foreign Languages, Saratov State Law Academy, Saratov, Russia

**Sarria Josinto Omar Contreras**, Senior Lecturer, Department of Second Foreign Language, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia

**Elena N. Mikhailova**, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Romano-Germanic Philology and Intercultural Communication, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia



УДК 811  
DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-520-533

## Лексико-семантическое поле «движение вперед» в англоязычном деловом дискурсе

**Мадинян Е.И.**

Российский университет дружбы народов,  
Россия, 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6  
E-mail: madinyan-ei@rudn.ru

**Аннотация.** Важную роль в ходе деловых переговоров англоязычных компаний играют коллокации, так как позволяют лаконично и четко передавать информацию. В научной литературе коллокации лексико-семантического поля «движение вперед» рассматриваются, как правило, с точки зрения комбинаторных, синтаксических и лексико-семантических признаков. Однако остается малоизученной их роль в лингвопрагматическом аспекте, в частности в сфере деловых отношений. Целью данного исследования является изучение лексико-семантических и лингвопрагматических аспектов коллокаций, включающих в себя семантику лексических единиц и особенности их функционирования в деловом дискурсе. В статье используются методы сплошной выборки, систематизации, интерпретации, а также лексико-семантический и лингвопрагматический анализ. Особое внимание уделяется изучению функций, выполняемых коллокациями в деловом дискурсе. Выявлено четыре наиболее распространенных микрополя, составляющих лексико-семантическое поле «движение вперед»: микрополе «идти», микрополе «подъем», микрополе «движение вперед с элементами игры» и микрополе «движение вперед с применением грубой силы». Систематизация коллокаций в рамках микрополей позволяет провести более детальный семантический анализ с учетом семантического выражения коллокаций исследуемого лексико-семантического поля. Главными функциями коллокаций, входящих в ЛСП «движение вперед», являются информативная, экспрессивная, апеллятивная и оценочная. Также была выявлена тенденция к выполнению коллокациями одновременно нескольких функций в деловом дискурсе. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории лексико-семантического поля и лингвопрагматики.

**Ключевые слова:** коллокации, лексико-семантическое поле, лингвопрагматика, деловой дискурс

**Для цитирования:** Мадинян Е.И. 2021. Лексико-семантическое поле «движение вперед» в англоязычном деловом дискурсе. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 520–533. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-520-533

---

## Lexical-Semantic Field "Moving Forward" in English Business Discourse

**Elena I. Madinyan**

Peoples' Friendship University of Russia,  
6 Miklukho-Maklaya St, Moscow 117198, Russian Federation  
E-mail: madinyan-ei@rudn.ru

**Abstract.** Collocations play an important role during meetings and business negotiations of English-speaking companies, as they allow you to convey information concisely and clearly. In the scientific literature, collocations of the lexico-semantic field "moving forward" are observed from the standpoint of combinatorial, syntactic and lexico-semantic features. However, their role in the linguopragmatic aspect is poorly studied, in the field of business relations in particular. The purpose of this research is to study the lexical-semantic and linguopragmatic aspects of collocations, including the semantics of lexical units and the features of their functioning in business discourse. There are the following methods employed in

the article: continuous sampling, systematization, interpretation, as well as lexical-semantic and linguopragmatic analysis. Special attention is paid to the study of the functions performed by the collocations in business discourse. The four most common microfields that constitute the lexico-semantic field "moving forward" have been identified: the microfield "to go", the microfield "rise", the microfield "moving forward with elements of the game" and the microfield "moving forward with the use of brute force". Systematization of collocations within microfields allows for a more detailed semantic analysis taking into account the semantic expression of collocations of the lexical-semantic field under study. The main functions of collocations included in lexical-semantic field "moving forward" are informative, expressive, appellative and evaluative. There is also a tendency for collocations to perform several functions simultaneously in business discourse. The theoretical and practical significance of the article lies in the fact that it contributes to the field of lexical semantics and linguopragmatics and its results can be reflected in collocation dictionaries, as well as in teaching English to students and while conducting corporate English trainings. The obtained results contribute to the development of the theory of lexico-semantic field and linguopragmatics.

**Keywords:** collocations, lexico-semantic field, linguopragmatics, business discourse

**For citation:** Madinyan E.I. 2021. Lexical-Semantic Field "Moving Forward" in English Business Discourse. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 520–533 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-520-533

---

## Введение

За последние 20 лет исследование семантических отношений и групп слов в лексических и лексико-семантических системах языка значительно продвинулось: изучается понятие лексической и лексико-семантической парадигмы, используется метод оппозиций для определения признаков лексических значений слов и др. [Томалин, Малюга, 2016; Sibul, 2017; Peluso, 2021]. Системный подход в лингвистике основан на связях слов, таких как лексико-семантические поля и лексико-семантические группы.

В данной работе предлагается способ исследования коллокаций в деловом дискурсе, основанный на применении теории лексико-семантического поля (ЛСП), которая способствует раскрытию внутренней языковой системы. Теория поля актуализирует проблемы лексико-семантических полей, затрагивающие их структурную иерархию и типологию.

Впервые термин «лексико-семантическое поле» был использован исследователями Х. Ибсеном [1924] и Й. Триром [1931] в XX веке. Большой вклад в дальнейшее развитие теории лексико-семантического поля был сделан В. Порцигом [1934], Ю.Д. Апресяном [1974], Г.С. Щуром [1974], З.Д. Поповой [2010], Л. Бринтон [2000], О.Е. Потаповой [2020] и др. В данных исследованиях особое внимание уделялось парадигматической категории. Согласно этой теории, значение лексемы не может быть объективно описано без учета значений лексических единиц одного лексико-семантического поля. Различные лексико-семантические связи оказывают влияние на отношения между словами.

В рамках лексико-семантических полей ученые анализируют комбинаторные, синтаксические и лексико-семантические признаки коллокаций. Однако остается пока малоизученной их роль в лингвопрагматическом аспекте в частности в сфере деловых отношений, что обуславливает актуальность данного исследования.

Целью данного исследования является изучение лексико-семантических и лингвопрагматических характеристик коллокаций в рамках ЛСП «движение вперед» в британском деловом дискурсе, а именно описание их семантического выражения, выявление функций и лингвопрагматических интенций.

Материалом для настоящего исследования послужили транскрипты переговоров таких британских компаний как Unilever, British Petroleum, HSBC. Объектом исследования являются коллокации, относящиеся к лексико-семантическому полю «движение вперед». Всего было выделено 800 глагольных коллокаций. Применяется лингвопрагматический



подход для изучения закономерности отбора языковых средств в определенной ситуации общения и последующего влияния этого выбора на реципиентов [Crystal, 2010, с. 240; Малев, Масалова, 2013, с. 116; Laura Alba-Juez, 2018].

### Структура лексико-семантического поля

Лексико-семантическое поле (ЛСП) включает в себя такие явления, как синонимия, антонимия, полисемия, соотношение слова и понятия. Однако наиболее комплексным является семантическое поле, которое представляет собой иерархическую организацию слов, объединенную одним родовым значением и представляющую в языке определенную семантическую сферу, покрывающую определенную область действительности [Тамбовцева, 2014, с. 142].

В рамках семантического поля И.В. Сентенберг выделяет следующие иерархические связи: лексико-семантические поля; лексико-семантические группы; тематические ряды (лексико-семантические подгруппы); многозначные слова, синонимические ряды, антонимические ряды, конверсивы [Сентенберг, 1984, с. 56]. Мы видим, что лексико-семантическое поле – это одна из составляющих иерархии, в которой она занимает первое место. В исследованиях многих ученых [К.Д. Тамбовцева, 2014; Н.С. Белякова, 2017] используется термин «микрополе» при выделении более узких тематических групп лексико-семантических полей. Например, в лексико-семантическом поле *International trade relations* можно выделить следующие микрополя: *trade, tariffs, trade barriers, trade regulations and trade policies* [Белякова, 2017].

За лексико-семантическим микрополем следует лексико-семантическая группа (ЛСГ), которая является частью лексико-семантической системы языка и объединяет значения близких по смыслу слов одной и той же части речи на основе неотъемлемых семантических признаков как обязательного компонента. С другой стороны, она очень близка синонимическому ряду, так как она представляет собой связку синонимов для основного значения доминанты.

Согласно З.Д. Поповой и И.А. Стернину [2010] в структуре ЛСП может быть также выделено ядро, ближняя и дальняя периферии значения. К ядру относятся основные, постоянные, эксплицитные семы, к периферии – неосновные и вероятностные семы. Ядерными могут быть как денотативные, так и коннотативные семы. Ядерные семы являются основой различных лексических группировок в системе языка, именно они являются основой для построения парадигм, синонимических рядов, антонимических пар, лексико-семантических и тематических групп. Функциональные семы обычно входят в периферию. Периферийные семы обозначают менее существенные, непостоянные признаки предмета, не являющиеся для предмета основными. Актуализируясь в речи, периферийные семы создают образность и экспрессивность лексической единицы или коллокации, выступают основой образования переносных значений, расширяют номинативные возможности лексемы. Данные семы могут быть очень яркими и их реализация в основном обусловлена метафорическим переносом значения, например, использование *dough* в значении слова *money* и др.

Е.Н. Малюга [Maluyga, Aleksandrova, 2020. с. 2] в работе "Linguopragmatic aspect of idiomatic expressions in English business discourse" выделяет пять наиболее частотных семантических групп, используемых в англоязычном деловом дискурсе:

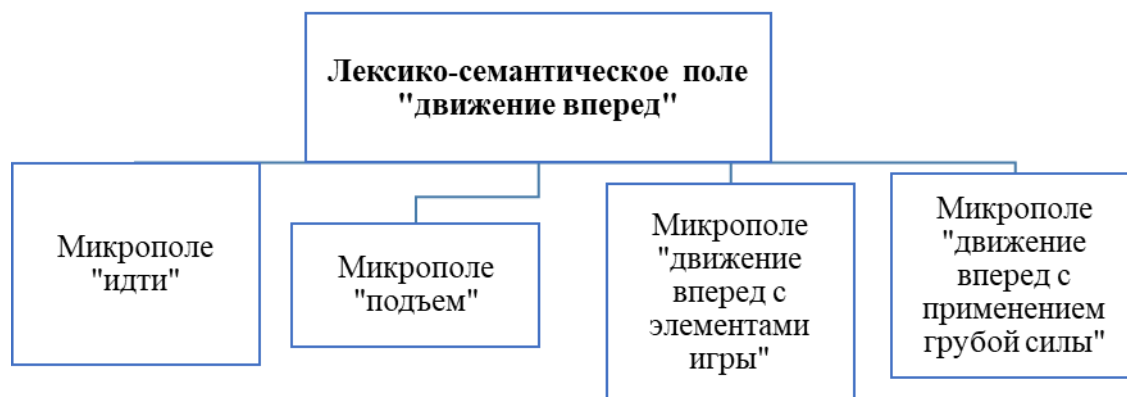
- 1) группа, в которой деловые процессы наделяются свойствами людей;
- 2) группа, в которой деловые отношения сравниваются с супружескими;
- 3) группа, указывающая на схожесть деловых процессов с особенностями ведения военных действий;
- 4) группа процесса нахождения в пути, движения вперед;
- 5) группа, проводящая параллель с деятельностью по выслеживанию и добыче чего-либо.

Все вышеупомянутые семантические группы обладают ярким образным планом и выраженным прагматическим эффектом, который играет важную роль в деловом дискурсе [Malyuga, McCarthy, 2018; Kuzhevskaya, 2019; Малюга, 2020].

Данные семантические группы также находят отражение в британском деловом дискурсе, однако наибольший интерес для настоящего исследования представляет лексико-семантическое поле «движения вперед, нахождения в пути», так как, во-первых, при изучении материала исследования было обнаружено, что данное поле состоит из наибольшего количества примеров, во-вторых, для делового дискурса оно имеет существенное значение, так как, передает не только значения передвижения и перемещения, но значения материального благополучия бизнеса, компании или человека (возглавлять, идти на повышение, продвигаться по службе, подниматься в цене, расти, улучшаться и т.д.).

Общая сема «движение вперед» является ядром данного лексико-семантического поля и, изучив исследуемые транскрипты, мы выявили, что ядро ЛСП глаголов движения в английском языке составляет лексема *move*; ближняя периферия представлена такими лексемами, как *drive, go, walk, come, step, follow, run, stroll, track*; дальняя периферия включает в себя большее количество лексем: *crawl, stray, lead, climb, fly, carry, extend, drag, seek, pass, navigate, get, give, deliver, jump, accelerate, top, unwind, spin, pivot, surge, bounce, grapple, plug, strike, chop, hit, pinch on, squeeze in, smash, sweep, embark on, push, grab, roll, skew in, turn, head, pave, leverage, scale up, lift, ramp up, tweak, look for, enter, flow, kick in*. Данный факт объясняется тем, что, согласно Е.А. Митиной, языковые единицы, расположенные на периферии, обладают более сложным, насыщенным, специализированным содержанием и тесно взаимодействуют с членами смежных полей. Следовательно, данные лексемы обладают большей стилистической выразительностью и эмфатичностью [Митина, 2010, с. 295].

В рамках ЛСП «движение вперед» мы выделяем следующие микрополя: «идти», «подъем», «движение вперед с элементами игры» и «движение вперед с применением грубой силы» (см. рисунок).



Лексико-семантическая структура ЛСП «движение вперед»  
Lexico-semantic structure of the LSP "moving forward"

Дробление ЛСП на микрополя позволяет более полно систематизировать лексические единицы с учетом семантических признаков, а также способствует пониманию смысла и лингвопрагматического значения коллокаций. Общей характеристикой лексических единиц, входящих в вышеуказанные микрополя в деловом дискурсе, является направленность движения вперед, в остальном их лексико-семантические свойства варьируются. Детальное описание коллокаций, входящих в указанные микрополя, с их лингвопрагматическими характеристиками представлено в следующем разделе.





### Лингвопрагматические характеристики коллокаций, входящих в лексико-семантическое поле «движение вперед»

Коллокации представляют особый интерес для нашего исследования, так как они воспринимаются как неотъемлемая часть лексического запаса и посредством частого и повторяющегося употребления становятся конвенциональными, приобретают устойчивое, предметно-специфическое значение и определенные культурные коннотации.

Вслед за А.Н. Барановым и Д.О. Добровольским, под коллокациями мы понимаем слабоидиоматичные фразеологизмы преимущественно со структурой словосочетания, в которых семантически главный компонент (база) употреблен в своем прямом значении, а сочетаемость со вспомогательным компонентом (коллокатом) может быть задана в терминах семантического класса, но выбор конкретного слова всегда предопределен узусом [Баранов, Добровольский, 2013, с. 73].

Охарактеризуем материал исследования через призму лингвопрагматики, то есть, во-первых, обозначим общественно-статусные параметры адресанта и адресата. Unilever является крупной международной компанией, производящей пищевые продукты и бытовую химию, British Petroleum – это транснациональная нефтегазовая компания и, наконец, HSBC – это крупнейший банк Великобритании. Эти организации имеют международное признание, являются сильными конкурентами на мировом рынке и оказывают существенное влияние на состояние рынка. Их целевую аудиторию во время совещаний составляют инвесторы, акционеры, потребители со всего мира и многие другие.

Также необходимо отметить условия и цели речевых актов. Нами были рассмотрены примеры из транскриптов совещаний и переговоров, доступных онлайн. Цель данных транскриптов заключается в том, чтобы донести информацию, связанную с текущим положением компаний на рынке, а также их планами и стратегиями до аудитории, включающей потенциальных инвесторов, экономистов, маркетологов, акционеров и других заинтересованных лиц.

Детальное ознакомление с исследуемыми транскриптами позволило выделить их четыре ключевые особенности:

1. Ясность и однозначность сообщения, отсутствие двусмысленности.
2. Особая важность информативной функции.
3. Использование языковых средств с целью привлечения внимания целевой аудитории к тому или иному явлению.
4. Ориентир на принятие решения и, в зависимости от цели совещания, определение будущих стратегий и траекторий.

Несмотря на исключительно деловой формат совещаний, в данном исследовании мы также выявили редкие случаи употребления слов развлекательной функции, которая указывает на необходимость внедрения ice breakers в процесс переговоров с целью разрядить обстановку и расположить к себе участников. Рассмотрим следующий пример:

*We do think the results were decent. It was another good quarter for Markets, but I would just foreshadow, our General Manager thinks there is a progressive reverting to normalization. He gave a great 10-minute business **speech** on this topic at our last meeting. The only problem was it took him half an hour to **deliver it**. So let's state it briefly. – Мы действительно считаем, что результаты были хорошими. Это был еще один положительный квартал для рынков, но я бы хотел предупредить, что наш генеральный менеджер считает, что происходит постепенный возврат к нормализации. На нашей последней встрече он произнес великолепную 10-минутную деловую **речь** на эту тему. Единственная проблема заключалась в том, что ему потребовалось полчаса, чтобы **завершить ее**. Поэтому давайте изложим это вкратце<sup>1</sup>.*

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод автора.

В данном примере развлекательная функция заключается в шутке *He gave a great 10-minute business speech on this topic at our last meeting. The only problem was it took him half an hour to deliver it.* Здесь мы можем наблюдать такие глаголы движения с компонентом «вперед», как *give* и *deliver*, благодаря которым и достигается юмористический эффект. Коллокация *to give speech*, имеющая значение «выступать, произносить речь», делает больший акцент на процесс произношения речи, хотя и может иметь значение завершенности при употреблении в прошедшем времени. Следовательно, аудитория приходит к выводу, что речь была уже завершена, пока не услышит/прочитает коллокацию *to deliver speech*, которая обладает прямым значением завершения чего-либо, достижения конечного пункта. Помимо вышеописанной развлекательной функции, в данном отрезке также имеется эмфатическая конструкция *we do think...*, используемая с целью подчеркнуть тот факт, что говорящий не только высказывает общее мнение, а и то, что он полностью уверен в нем. Мы не относим коллокации *to give speech* и *to deliver speech* ни к одному из выделенных микрополей в связи с их уникальными для ЛСП «движение вперед» семантическими характеристиками и единичностью случаев употребления в данном ЛСП, что, однако, может способствовать дальнейшему выделению микрополя, к которому будут относиться коллокации, обладающие уникальными семантическими характеристиками.

### Лексико-семантическое микрополе «идти»

В деловой среде микрополе «идти» выражает целеустремленность компании и ориентацию на постепенное достижение своих целей. Глаголы *move*, *walk*, *come*, *step* и *head* указывают на движение компании по определенному пути. Данные глаголы символизируют единство изменчивости и устойчивости (при ведущей роли изменчивости) [Ваганова, 2018]. Устойчивость выражается в непрерывности движения, а изменчивость – в самом процессе движения. Стоит отметить, что, согласно С.Н. Медведевой, глаголы движения не выполняют смыслообразующую роль в составе коллокаций. Напротив, смыслообразующее ядро смещено в сторону коллокатов, в то время как глагол движения выполняет связывающую функцию, функцию предикации, что также подтверждается в нашем исследовании [Медведева, 2019, с. 37]. Вариативность глаголов движения позволяет им сочетаться с неограниченным количеством коллокатов, что свидетельствует об их гибкости и относительной устойчивости в языке.

*Just a few quick introductory remarks from me and then we can **move** to Q&A pretty **swiftly**. Hopefully you picked up a more confident tone from Noel and I at the 3Q results announcement last week. – Всего несколько коротких вступительных замечаний от меня, а затем мы можем довольно **быстро перейти** к вопросам и ответам. Надеюсь, что Ноэль и я придали вам уверенности при объявлении результатов 3-го квартала на прошлой неделе.*

Коллокация *to move swiftly* – «быстро перейти» имеет положительные коннотации и используется в данном отрывке с целью усилить сообщение о том, что вступительные замечания будут очень быстрыми. Данная коллокация широко распространена в деловом дискурсе, так как она имплицитно проводит параллель между совещанием и быстрым передвижением (пешком или с помощью транспортного средства), давая слушателям понять, что процесс должен быть «непрерывный» и «управляемый». Данный пример является обращением к аудитории, отражающим последовательность выполнения действий, содержащихся в повестке дня. Следовательно, в конкретном случае коллокация выполняет апеллятивную функцию.

*Okay. Great. And just on costs, could you **walk us through** 2021 – it sounds like you're expecting a fairly linear decline to your new guidance down to 2021 and loose guidance to 2022. Is that the right way to think about it? – Хорошо. Отлично. А что касается затрат, не могли бы вы **сделать** нам **обзор** 2021 года – похоже, вы ожидаете довольно прямого снижения*



вашего нового руководства до 2021 года и ослабления руководства до 2022 года. Мои предположения верны?

Коллокация *to walk through*, выраженная глагольно-предложным сочетанием, отражает желание автора высказывания получить помощь при рассмотрении результатов компании. Такое специфическое слово, как *walk* отличается как от *go*, так и от *run* по своим семантическим характеристикам: «идти пешком / прогулка пешком» и является уникальным для английского языка. Метафорическая проекция данной языковой единицы заключается в переходе коллокации *walk through* (*проходить через*) из сферы источника в сферу мишень, где данное выражение получило более абстрактное значение «проинструктировать, предоставить информацию». Данная метафора пробуждает у реципиента ассоциации с прохождением через какие-либо препятствия с оказанием со стороны компании всеобщего содействия в их преодолении и выполняет экспрессивную и апеллятивную функции, поскольку является частью просьбы [Murashova, 2021].

*The risks presented by the pandemic have not reduced and many experts are warning of the risks of a second wave. And while the search for a vaccine goes on, we will perhaps all need to be prepared to step forward and step back in the months ahead.* – Риски, связанные с пандемией, не снизились, и многие эксперты предупреждают о вероятности второй волны. И пока идет поиск вакцины, возможно, нам всем придется быть готовыми к тому, что в ближайшие месяцы нам придется **сделать шаг вперед** и шаг назад.

На лексическом уровне коллокация *to step forward* употребляется с целью выразить готовность компании к положительному развитию в условиях сложившейся в мире экономической ситуации, в то время как противоположная по значению коллокация *to step back* отражает ее противоречивость и непостоянство и служит созданию антитезы. Наличие контраста обуславливает экспрессивную функцию коллокации и усиливает ее выразительность. Начало второго предложения с союза *and* и использование фразовых глаголов *go on*, *step forward* и *step back* характеризует неофициальный стиль высказывания, когда остальные лексические единицы относятся к официально-деловому.

*And I was wondering whether the Board had a conversation around whether you should accelerate that further, in terms of a break-up of the business, so potentially closing the US and freeing up capital, spinning off the UK ring-fenced bank and just focusing more on the Asian businesses, which is where you seem to be heading anyway? Thanks.* – И мне было интересно, вел ли Совет директоров разговор о том, следует ли вам ускорить этот процесс еще больше, с точки зрения распада бизнеса, следовательно, потенциально закрывая компании в США и освобождая капитал, открыть защищенный британский банк, и просто больше концентрироваться на ведении бизнеса в азиатских странах, что, похоже, и является вашей **траекторией**? Спасибо.

Лексема *to head* является примером антропоморфизма. Благодаря соматической метафоре человек может структурировать свои знания о мире, перенося на него принципы устройства и функционирования своего собственного организма [Мартынова, 2008]. В деловом дискурсе сравнение экономических процессов с человеческим организмом осуществляется с целью внушить читателю или слушателю, что экономические процессы им близки и понятны, что в них действуют такие же законы. Будучи познавательной моделью, с помощью которой описывается и прогнозируется окружающий мир, метафора, используя ассоциации, имплицитным образом внедряет в сознание индивида определенные идеи, установки, желания или намерения, отличающиеся от тех, которые имеются у него на данный момент, следовательно, она заключает в себе довольно важный лингвопрагматический аспект. С синтаксической точки зрения, на локутивном уровне, данное предложение является косвенным, что, учитывая его специфику, представляет интерес для лингвопрагматического подхода. Согласно В.В. Дранко, применяя в вопросе не прямой, а косвенный порядок слов, адресант таким образом переводит вопрос из категории прямого речевого акта в категорию просьбы, следовательно, достигая большего прагматического эф-

фекта на перлокутивном уровне, так как положительной является именно реакция на просьбы в силу вежливости высказывания. Данный эффект усиливается за счет добавления лексемы *Thanks* в конце высказывания, так как, заранее поблагодарив реципиента, адресант не оставил ему выбора, кроме как ответить на заданный вопрос [Дранко, 2006, с. 195]. Коллокация в данном примере выполняет экспрессивную и апеллятивную функции.

### Лексико-семантическое микрополе «подъем»

Следующее микрополе, которое мы разберем более детально, – это микрополе «подъем». В данное микрополе входят глагольные, субстантивные и адъективные коллокации, указывающие на рост показателей компаний в исследуемых переговорах.

*Commercial real estate is a new area that we've been applying ourselves to post-COVID. Pre-COVID, we would have thought that what we called desk-sharing ratios would have topped out at 1.4, i.e. you had one desk for every 1.4 people trying to use it.* – Коммерческая недвижимость – это новая область, в которой мы пробуем себя после пандемии COVID. До COVID мы думали, что то, что мы называли коэффициентом разделения рабочих столов, должно было **превысить** показатель 1,4, то есть у вас был один стол на каждые 1,4 человека, пытающихся им воспользоваться.

В данном отрезке микрополе «подъем» вербализовано через коллокацию *to top out*, которая представлена фразовым глаголом и обозначает «достижение высшей точки/пика». Использование данной коллокации в значении «превышать» свидетельствует о временности данного показателя, так как семантический анализ фразового глагола показывает, что он используется, когда речь идет о неустойчивости ситуации и постоянной изменчивости показателей. Следовательно, целью автора является отметить неустойчивость упомянутого коэффициента. Употребление коллокации, указывающей на наивысшую отметку, обуславливает выполнение оценочной функции.

*COVID-19 has definitely accelerated that shift to digital, and we're seeing, as a result, significant take-up on these platforms. And we also have got some good transformative stuff going on in the back office, like in my own area a project called Finance on the Cloud.* – COVID-19 определенно **ускорил** этот **переход** к цифровым технологиям, в результате мы наблюдаем **значительное задействование** этих платформ. И у нас также происходят некоторые изменения в офисе, например, в моем собственном отделе запускается проект под названием Финансы в Облачном хранилище.

В данном примере мы наблюдаем коллокацию *to accelerate shift*, основным значением которой является «ускорить переход». Употребление глагола *to accelerate* делает акцент на прогрессивности бизнеса, изменчивости и постоянном стремлении идти вперед. Коллокация представляет собой олицетворение, так как исполнителем действия является Ковид-19, и выполняет экспрессивную функцию. В настоящем примере мы также выделяем коллокацию *significant take-up* – «значительное задействование», в которой существительное *take-up* образовано путем конверсии от фразового глагола *to take up*. Выбор данных лексических средств позволяет автору обратить внимание слушателя/читателя на то, что компания не стоит на месте и готова достигать вершин в освоении новых технологий в условиях нестабильной экономики.

### Лексико-семантическое микрополе «движение вперед с элементами игры»

Коллокации, входящие в микрополе «движение вперед с элементами игры», формируют свое значение при помощи метафорического переноса. Многие исследователи, в том числе А.П. Чудинов и С.Р. Агабаян, отмечают важность использования образов соревнований и игр, таких как гонка, забег, марафон, именно в политическом дискурсе. Обсуждение серьезных политических проблем и голосование часто представляется в виде схватки бойцов, поединка боксеров, теннисного, футбольного или хоккейного матча. Ме-



тафора отражает стратегию команды, работу группы поддержки, реакцию болельщиков, горечь поражения и радость победы [Чудинов, 2003, с. 95]. Согласно нашему исследованию, сфера политики – не единственная возможная сфера применения коллокаций, образованных при помощи игровых метафор. В англоязычных бизнес-транскриптах коллокация-метафоры, входящие в микрополе «движение вперед с элементами игры», также используются с целью соотношения элементов игры с деловыми процессами. Рассмотрим следующие примеры:

*Market research showed that many companies are trying to take market share by **playing catch up** ... – Исследования рынка показали, что многие компании пытаются занять свою долю рынка, **стремясь сравняться с конкурентами** ...*

Коллокация *to play catch up* представляет особый интерес для изучения с позиции лингвопрагматики в связи со своей экспрессивностью и эмоциональной окраской, обусловленной ассоциациями со своим денотативным значением «играть в догонялки». Благодаря метафорическому переносу коллокация развила еще одно денотативное значение в сфере делового дискурса – «стремиться сравняться с конкурентами». Особенностью новых значений, которые закрепляются за общеупотребительными коллокациями в какой-либо специализированной сфере, является наличие выраженного коннотативного значения и экспрессивной окраски, связанной с первоначальным значением коллокации. Коллокация выполняет экспрессивную функцию.

*Secondly, on value share, it's actually a very similar picture. So throughout most of last year, our market shares were **bouncing around** at around 40% of the business, winning. Again, we're now over 50% and actually that doesn't vary very much between the top 62 category country sales that we are laser-focused on [Technical Issues] the total state. – Во-вторых, что касается доли рынка в денежном выражении, мы на самом деле наблюдаем очень похожую картину. Таким образом, на протяжении большей части прошлого года наши доли рынка **скакали** на уровне около 40 % бизнеса, выигрывая. Опять же, сейчас мы занимаем более 50 %, и на самом деле это не является существенным отличием в топ-62 категории продаж в странах, где мы сосредоточены на [технические неполадки] общем состоянии.*

Коллокация *to bounce around* имеет значения «колебаться, скакать с одного показателя на другой, однако с тенденцией к росту». К игровой сфере относится глагол *to bounce*, основными значениями которого являются «прыгать как мяч, отскакивать, перепускать». В деловом английском он употребляется в значении «внезапно возрасти после спада, прийти в норму». При помощи данной коллокации автор пытается привлечь внимание к нестабильности доли рынка, отмечая, однако, выигрышные позиции бизнеса. Коллокация имеет положительное коннотативное значение – «тенденция к росту» и выполняет оценочную функцию.

*On tax, Richard, I may get you to **jump on**, but on BoCom we do a value-in-use calculation, a DCF model of BoCom. It's not driven by the dividend payments per se, but it will be driven by what we think is sustainable cashflow out of the BoCom investment over the medium term. – Что касается налогов, Ричард, я могу вам доверить **взяться за это**, но в BoCom мы делаем расчет потребительской стоимости, DCF модель BoCom. Это обусловлено дивидендными выплатами как таковыми, но будет обусловлено тем, что мы считаем устойчивым денежным потоком от инвестиций BoCom в среднесрочной перспективе.*

В данном примере нас интересует фразовый глагол *to jump on* – «запрыгнуть, неожиданно наброситься на кого-то/что-то». В вышеуказанном контексте эта лексема имеет значение «активно взяться за дело / какое-либо занятие», сравнивая процесс прыжка с процессом выполнения задания, когда необходимо приложить максимальные усилия для достижения наилучшего результата. Благодаря метафоре из сферы-источника «игра», коллокация ассоциируется с резкостью, напористостью и внезапностью, что способствует передаче решимости. Данная коллокация выполняет экспрессивную и апеллятивную функции, так как является распоряжением.

### Лексико-семантическое микрополе «движение вперед с применением грубой силы»

В повседневной жизни коллокации, содержащие лексемы, вызывающие ассоциации с применением грубой силы, имеют отрицательные коннотации, так как ассоциируются с насилием и жестокостью. В деловом дискурсе, помимо вышеупомянутых ассоциаций, данное микрополе также передает положительные коннотации, которые выражают напористость и решимость. Рассмотрим их в следующих примерах:

*Okay. Thank you, David. We've got time for one last quick question, John Ennis at Goldman Sachs. If you can make it one and make it very quick, we can squeeze it in.* – Хорошо. Спасибо, Дэвид. У нас есть время на последний небольшой вопрос, Джон Эннис из Goldman Sachs. Если вы можете задать только один вопрос и сделать это очень быстро, мы можем на него **ответить**.

Фразовый глагол *to squeeze in* – «втиснуть» приобрел значение «приложить усилия, чтобы найти время на что-то». Его употребление связано с интенцией автора показать, что определенное действие стоило ему больших усилий и труда, и вызвать у реципиента чувство благодарности. Коллокация *to squeeze question in* имеет значение «успеть задать еще один вопрос», обусловленное значением глагола *to squeeze* – «сильно давить, сжимать, протискивать, уместать». Употребление данной коллокации свидетельствует об интенции автора показать, что переговоры подходят к концу и что они находятся в ограниченных условиях, однако готовы приложить усилия, чтобы ответить на максимальное количество вопросов. Коннотативным значением коллокации является «прикладывать усилия». Коллокация выполняет экспрессивную и апеллятивную функции.

*Yeah, I'm going to pinch a bit more on India and just say I'm very worried about the disease conditions in India. I think it's important that we think of India as WIMI, we talk about WIMI, Winning in Many Indias.* – Да, я собираюсь еще немного **обсудить** Индию и просто сказать, что меня очень беспокоят заболевания в Индии. Я думаю, что очень важно, чтобы мы думали об Индии как о ПВМИ, мы говорим о ПВМИ, Победа во многих Индиях.

В данном примере автор употребляет фразовый глагол *to pinch on*, прямое значение которого – «щипать, прищемить», в значении «продолжить разговор/дискуссию/речь», что имплицитным образом сообщает слушателю/читателю, что предмет дискуссии не является приятным. Также в вышеуказанном отрывке необходимо выделить культурную аллюзию в виде цитаты призыва британского бизнесмена Санджив Мехты, стоящего во главе Unilever в Индии. Культурная аллюзия позволяет ясно и кратко донести сообщение до аудитории, а также придает речи образность и эмоциональную окраску. Коллокация *to pinch on smth* выполняет экспрессивную функцию.

### Вывод

В результате анализа лексико-семантического поля «движение вперед» на материале англоязычных деловых встреч и совещаний было выявлено, что единицы, образующие интересующее нас ЛСП, функционируют в составе таких микрополей, как «идти», «подъем», «движение вперед с элементами игры» и «движение вперед с применением грубой силы». Употребление коллокаций, содержащих лексические единицы из метафорических сфер-источников «движение», «игра» и «грубая сила», выполняет определенные лингво-прагматические интенции, такие как отражение всего масштаба приложенных усилий, напористости и решимости; передача отношения автора к ситуации; представление деловых процессов в качестве игрового поля, на котором действуют свои правила. Все перечисленные факторы придают речи экспрессивную окраску, помогают обратить внимание читателя/слушателя на высказывание и являются инструментом создания как положительных, так и отрицательных коннотаций.



С лексической точки зрения, большую часть коллокаций составляют фразовые глаголы, имеющие высокую степень образности и метафоричности: *jump on*, *play out*, *squeeze in* и др. Основной чертой фразовых глаголов является их употребление в неофициальном стиле, они создают контраст на фоне делового регистра, делая речь более экспрессивной.

Главными функциями коллокаций, входящих в ЛСП «движение вперед» являются информативная, экспрессивная, апеллятивная и оценочная. Информативную функцию выполняют все отобранные при анализе коллокации, так как они способствуют передачи информации. Второе место занимает экспрессивная функция в связи с метафорической природой коллокаций (*to pinch on smth* – «продолжить речь»). Апеллятивная функция широко распространена в деловом дискурсе, так как деловая речь построена на постоянном взаимодействии с реципиентом: обращение, просьба, распоряжение, вопрос и т.д. Оценочная функция обусловлена интенцией автора охарактеризовать то или иное явление, следовательно, говорящий прибегает к коллокациям, содержащим оценочный компонент: *to bounce around* – «скакать с одного показателя на другой, однако, с тенденцией к росту».

В ходе исследования также было выявлено тенденция к выполнению коллокациями одновременно нескольких функций: апеллятивная + экспрессивная, апеллятивная + оценочная, экспрессивная + оценочная. Наиболее частым сочетанием функций является апеллятивная + экспрессивная (*to squeeze smth in*, *to jump on*), что свидетельствует об активном использовании метафоры, антитезы и других средств создания экспрессивности при обращении к реципиенту.

#### Список источников

1. Edited Transcript of BP.L earnings conference call or presentation 4-Aug-20 8:00am GMT. URL: <https://finance.yahoo.com/news/edited-transcript-bp-l-earnings-143834573.html> (accessed: 23.03.2021).
2. HSBC Holdings plc. 2020. 3Q20 Equity Analysts meeting – Transcript, 11.04.2020. Publicnow. URL: [http://docs.publicnow.com/viewDoc?filename=33584%5CEXT%5C18F5D14D74FCF0F9BEF57C9200F94CCA19347AA1\\_0B24B488AAF6F67072B8F8A052BA23028DA608B9.PDF](http://docs.publicnow.com/viewDoc?filename=33584%5CEXT%5C18F5D14D74FCF0F9BEF57C9200F94CCA19347AA1_0B24B488AAF6F67072B8F8A052BA23028DA608B9.PDF) (accessed: 23.03.2021).
3. Motley Fool Transcribers. 2020. BP p.l.c. (BP) Q1 2020 Earnings Call Transcript. URL: <https://www.fool.com/earnings/call-transcripts/2020/04/29/bp-plc-bp-q1-2020-earnings-call-transcript.aspx> (accessed: 23.03.2021).
4. Unilever PLC (UL) Q2 2020 Earnings Call Transcript. 2020. By Motley Fool Transcribers, Jul 23, 2020. URL: <https://www.fool.com/earnings/call-transcripts/2020/07/23/unilever-plc-ul-q2-2020-earnings-call-transcript.aspx> (accessed: 23.03.2021).
5. Unilever PLC (UL) Presents at CAGNY Consumer Analyst Group of New York Conference 2019 (Transcript). URL: <https://seekingalpha.com/article/4243583-unilever-plc-ul-presents-cagny-consumer-analyst-group-of-new-york-conference-2019-transcript> (accessed: 23.03.2021).

#### Список литературы

1. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. 2013. Основы фразеологии. М., ФЛИНТА, Наука, 312 с.
2. Белякова Н.С. 2017. Лексико-семантические поля экономических терминов (на материале англоязычного учебно-академического текста). Огарев-online, 10 (99). (Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/leksiko-semanticheskie-polya-ekonomicheskix-terminov-na-materiale-angloyazychnogo-uchebno-akademicheskogo-teksta> (дата обращения: 23.03.2021).
3. Ваганова А.К. 2018. Концепт "движение" как компонент национальной картины мира в рассказе А.П. Чехова "Мечты". Научная мысль Кавказа, 3 (95): 73–79. DOI: 10.18522/2072-0181-2018-95-3-73-79

4. Дранко В.В. 2006. Лингвистическая прагматика и теория речевых актов как научный метод: интерпретация косвенных вопросов. Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 3: Филология, 2: 191–205.
5. Малёв А.В., Мосалова А.И. 2013. Лингвопрагматический подход как методическая основа формирования профессиональной межкультурной компетенции. Русистика, 2: 114–120.
6. Малюга Е.Н. 2020. Функции юмора в англоязычном экономическом дискурсе. Вестник Московского университета. Серия 9: Филология, 6: 31–43.
7. Мартынова Ю.А. 2008. Метафора в современном политическом дискурсе. Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология, 1: 125–129.
8. Медведева С.Н. 2019. Метафорические проекции глаголов движения в английском языке. Гипотеза, 3(8): 37–42.
9. Митина Е.А. 2010. К вопросу о структуре лексико-семантического поля «Смерть». Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, 12: 291–302.
10. Попова З.Д., Стернин И.А. 2010. Лексическая система языка: внутренняя организация, категориальный аппарат и приемы описания. Москва, URSS, 171 с.
11. Сентенберг И.В. 1984. Лексическая семантика английского глагола. М., Изд-во МГПИ им. В.И. Ленина, 96 с.
12. Тамбовцева К.Д. 2014. Лексико-семантические поля молодежного американского сленга. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 3: 139–147.
13. Томалин Б., Малюга Е.Н. 2016. Деловой английский в век глобализации. Вопросы прикладной лингвистики, 24: 7–18.
14. Чудинов А.П. 2003. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, Урал. гос. пед. ун-т, 248 с.
15. Crystal D. 2010. The Cambridge Encyclopedia of Language. Cambridge University Press, 524 p.
16. Alba-Juez L. 2018. Emotion and appraisal processes in language: How are they related? In Gómez González. The Construction of Discourse as Verbal Interaction. Eds. M<sup>a</sup> de los Ángeles & J. Lachlan Mackenzie. Amsterdam, JohnBenjamins: 227–250
17. Kuzhevskaya E.B. 2019. Politeness strategies in business English discourse. Training. Language and Culture, 3(4): 36–46. DOI: 10.29366/2019tlc.3.4.4
18. Maluyga E.N., Aleksandrova O.V. 2020. Linguopragmatic aspect of idiomatic expressions in English business discourse. TILTM. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Future Academy: 1–6.
19. Malyuga E. & McCarthy M. 2018. English and Russian vague category markers in business discourse: Linguistic identity aspects. Journal of Pragmatics, 135: 39–52. DOI: 10.1016/j.pragma.2018.07.011
20. McGee P. 2019. Cross-cultural pragmatic failure. Training, Language and Culture, 3(1): 73–84. DOI: 10.29366/2019tlc.3.1.5
21. Murashova E.P. 2021. The role of the cognitive metaphor in the hybridisation of marketing and political discourses: An analysis of English-language political advertising. Training, Language and Culture, 5(2): 22–36. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-22-36
22. Peluso M. 2021. The functional approach, semiotics and professional discourse. Training, Language and Culture, 5(2): 62–72. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-62-72
23. Sibul V. 2017. Psycholinguistic analysis of lexical-semantic structure in linguistic consciousness of Russian, English and German native speakers. Training, Language and Culture, 1(2): 54–70. DOI: 10.29366/2017tlc.1.2.4

## References

1. Baranov A.N., Dobrovolskiy D.O. 2013. Osnovy frazeologii [Fundamentals of phraseology]. М., Publ. FLINTA, Nauka, 312 p.
2. Belyakova N.S. 2017. Lexico-semantic fields of economic terms: a study of the english academic text. Ogarev-online, 10 (99) (in Russian). URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/leksiko->





semanticheskie-polya-ekonomicheskix-terminov-na-materiale-angloyazychnogo-uchebno-akademicheskogo -  
teksta (accessed: 23.03.2021).

3. Vaganova A.K. 2018. The concept of "movement" as a component of national picture of the world in a.p. chekhov's story "dreams". *Nauchnaya mysl' Kavkaza*, 3 (95): 73–79 (in Russian). DOI: 10.18522/2072-0181-2018-95-3-73-79

4. Dranko V.V. 2006. *Lingvisticheskaya pragmatika i teoriya rechevykh aktov kak nauchnyy metod: interpretatsiya kosvennykh voprosov* [Linguistic pragmatics and the theory of speech acts as a scientific method: interpretation of indirect questions]. *St. Tikhon's University Review. Series III: Philology*, 2: 191–205.

5. Malev A.V., Mosalova A.I. 2013. Linguapragmatic approach as a methodological basis for professional intercultural competence development. *Russian language studies*, 2: 114–120 (in Russian).

6. Malyuga E.N. 2020. Functions of humour in spoken english economic discourse. *Moscow University Philology Bulletin*, 6: 31–43 (in Russian).

7. Martynova Yu.A. 2008. Metaphor in Msderm Political Discourse. *Izvestia of saratov university. New series. Series: sociology. Politology*, 1: 125–129 (in Russian).

8. Medvedeva S.N. 2019. Metaphorical projections of english motion verbs. *Hypothesis*, 3: 37–42 (in Russian).

9. Mitina E.A. 2010. Revisited the structure of "death" lexical-and-semantic field. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta*, 12: 291–302 (in Russian).

10. Popova Z.D., Sternin I.A. 2010. *Leksicheskaya sistema yazyka: vnutrennyaya organizatsiya, kategorial'nyy apparat i priemy opisaniya* [Lexical system of language: internal organization, categorical apparatus and methods of description]. M., Publ. URSS, 171 p.

11. Sentenberg I.V. 1984. *Leksicheskaya semantika angliyskogo glagola* [Lexical system of language: internal organization, categorical apparatus and methods of description]. M., Publ. MGPI im. V.I. Lenina, 96 p.

12. Tambovtseva K.D. 2014. Lexico-semantic field of american youth slang. *RUDN journal of language studies, semiotics and semantics*, 3: 139–147 (in Russian).

13. Tomalin B., Malyuga E.N. 2016. Business english in the global age. *Voprosy prikladnoy lingvistiki*, 24: 7–18 (in Russian).

14. Chudinov A.P. 2003. *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii* [Metaphorical mosaic in modern political communication]. Ekaterinburg, Publ. Ural. gos. ped. un-t, 248 p.

15. Crystal D. 2010. *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge University Press, 524 p.

16. Alba-Juez L. 2018. Emotion and appraisal processes in language: How are they related? In Gómez González. *The Construction of Discourse as Verbal Interaction*. Eds. M<sup>a</sup> de los Ángeles & J. Lachlan Mackenzie. Amsterdam, JohnBenjamins: 227–250.

17. Kuzhevskaya E.B. 2019. Politeness strategies in business English discourse. *Training. Language and Culture*, 3(4): 36–46. DOI: 10.29366/2019tlc.3.4.4

18. Maluyga E.N., Aleksandrova O.V. 2020. Linguopragmatic aspect of idiomatic expressions in English business discourse. *TILTM. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Future Academy*: 1–6.

19. Malyuga E. & McCarthy M. 2018. English and Russian vague category markers in business discourse: Linguistic identity aspects. *Journal of Pragmatics*, 135: 39–52. DOI: 10.1016/j.pragma.2018.07.011

20. McGee P. 2019. Cross-cultural pragmatic failure. *Training, Language and Culture*, 3(1): 73–84. DOI: 10.29366/2019tlc.3.1.5

21. Murashova E.P. 2021. The role of the cognitive metaphor in the hybridisation of marketing and political discourses: An analysis of English-language political advertising. *Training, Language and Culture*, 5(2): 22–36. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-22-36

22. Peluso M. 2021. The functional approach, semiotics and professional discourse. *Training, Language and Culture*, 5(2): 62–72. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-62-72



23. Sibul V. 2017. Psycholinguistic analysis of lexical-semantic structure in linguistic consciousness of Russian, English and German native speakers. *Training, Language and Culture*, 1(2): 54–70. DOI: 10.29366/2017tlc.1.2.4

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Мадинян Елена Игоревна**, ассистент кафедры иностранных языков экономического факультета Российского университета дружбы народов, г. Москва, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Elena I. Madinyan**, Assistant, Department of Foreign Languages, Faculty of Economics, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia



УДК 81'42

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-534-544

## Экспериментальное исследование дискурсивного поля имени

**Позднякова Е.Ю.**

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова,  
Россия, 656038, г. Барнаул, пр. Ленина, 46  
E-mail: helena\_poz@mail.ru

**Аннотация.** Собственное имя рассматривается автором как свернутый текст, который может быть развернут в процессе его восприятия реципиентом. С целью доказательства гипотезы о том, что имя включает в себе многослойную информацию, образующую дискурсивное поле онима, был проведен ассоциативный эксперимент. В результате эксперимента было получено 5500 реакций, среди которых выделяются как частотные (стереотипные) реакции, составляющие ядро ассоциативного поля онима, так и низкочастотные (единичные) реакции, представляющие его периферию. Коммуникативные тактики реципиентов разделены в ходе анализа на оценочные, атрибутивные, номинативные, предикативные, локативные и пропозиционные. Движение от онима к дискурсу происходит поэтапно, от онима через совокупность личностных смыслов – к ассоциативному фону имени, далее – к диалогическим, либо монологическим высказываниям, образующим дискурсивное поле онима.

**Ключевые слова:** собственное имя, оним, дискурс, текст, дискурсивное поле, ассоциативный эксперимент

**Для цитирования:** Позднякова Е.Ю. 2021. Экспериментальное исследование дискурсивного поля имени. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 534–544. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-534-544

---

## Experimental Study of the Discursive Field of a Proper Name

**Elena Yu. Pozdnyakova**

Polzunov Altai State Technical University,  
46 Lenina Pr, Barnaul 656038, Russian Federation  
E-mail: helena\_poz@mail.ru

**Abstract.** In the article, the proper name is considered as a compressed text that can be expanded in the process of its perception by the recipient. The associative experiment was conducted in order to prove the hypothesis that the proper name contains a multi-layered information that forms the discursive field of the proper name and can be identified through the associative background of the onym. As a result of the experiment, 5500 reactions were received. Among them there are both frequency (stereotypical) reactions that make up the core of the associative field of the onym, and low-frequency (single) reactions that represent its periphery. Nuclear associations reflect stereotypical reactions characterized by repeatability and reproducibility. Individual reactions are connected with the personal meanings of the recipients. The communicative tactics of the recipients were divided into evaluative, attributive, nominative, predicative, locative and propositional. The resulting reactions are the chains of meanings. At this stage, the initial expanding of the discursive field of the onym takes place – from the proper name to a set of keywords or elementary statements. The discourse is developed through an associative-verbal network that creates an associative background of the name, and the name itself is represented as a kind of "bundle of meanings" enclosed in a linguistic form. The activity of the perceiving subject can be considered as a speech-thinking activity aimed at expanding of the discourse of the onym, and the processes of perception are oppositely directed to the processes of nomination. The movement from the onym to the discourse is gradual. It starts from the onym, proceeds through a set of personal meanings – to the associative

background of the proper name, then results in dialogical or monological statements that form the discursive field of the onym.

**Keywords:** proper name, onym, discourse, text, discursive field, associative experiment

**For citation:** Pozdnyakova E.U. 2021. Experimental Study of the Discursive Field of a Proper Name. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 534–544 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-534-544

## Введение

Цель статьи – описать результаты проведенного ассоциативного эксперимента и доказать, что имя представляет собой свернутый текст, который может быть развернут в процессе его восприятия реципиентом.

В работах отдельных исследователей уже высказывались мысли об ониме как свернутом тексте [Мурзин, Штерн, 1991; Горбаневский, 1994; Михайлюкова, 2014; Степовая, 2014; Максимов, 2015; и др.], однако законченной теории дискурсивной природы имени не существует. Мы предлагаем новый, дискурсивный подход к собственному наименованию, который предполагает взгляд на оним «как на своеобразный *редуцированный до одного слова (или словосочетания) текст, эксплицированный в дискурсе и направленный от номинатора к реципиенту, строящийся по единым коммуникативным законам, определенным образом структурированный, заключающий в себе разнообразную информацию и обладающий определенной семантикой*» [Позднякова, 2021, с. 250]. Дискурсивность онима понимается как включенность собственного имени в коммуникативные процессы, и синхронные, и диахронные, способность вовлекать в процессе функционирования различные экстралингвистические данные, связанные с субъективным восприятием адресата и завязанные на понимание онима. Все эти данные, вся информация, вовлеченная, как в орбиту, в дискурсивное поле онима, способны аккумулироваться в пределах лексической единицы и воспроизводиться/разворачиваться в процессе коммуникации в языковом сознании носителей языка. Как отмечает Н.Н. Шпильная, «именно лексема, будучи свернутым текстом, служит “точкой входа” в ментальные структуры – в текстовое пространство языкового сознания, представленного текстами-примитивами – совокупностью ключевых слов как коммуникативных фрагментов» [Шпильная, 2014, с. 321].

Дискурсивное поле имени включает в себя различные уровни, связанные с процессами восприятия онима и с процессами речепорождения. По нашему убеждению, любое собственное имя включает в себе многослойную информацию, которая, в том числе, может быть выявлена через ассоциативно-вербальную сеть, провоцируемую онимом.

Основываясь на предположении, что имя актуализирует дискурс, стоящий за онимом, мы построили следующую модель дискурсивного эксперимента:

1 этап – ассоциативный эксперимент (АЭ). АЭ необходим для актуализации ассоциативно-когнитивного уровня восприятия онима. Результатом АЭ должен явиться набор ключевых слов, моделирующих концепт имени. Дискурс на данном этапе разворачивается через ассоциативно-вербальную сеть, создающую ассоциативный фон имени.

2 этап – моделирование диалогического текста. Результатом моделирования является конструируемая речь – заданный онимом диалогический дискурс.

3 этап – моделирование монологического текста. Результатом моделирования должны стать смоделированные фантазийные монологические дискурсы, в которых разворачивается оним.

## Результаты ассоциативного эксперимента

С целью доказательства гипотезы о том, что имя включает в себе многослойную информацию, которая образует дискурсивное поле онима и может быть выявлена через



ассоциативный фон имени, был проведен свободный ассоциативный эксперимент. Стимулами послужили 20 наименований коммерческих предприятий г. Барнаула, а именно: 10 названий магазинов и торговых центров (Светофор, Малина, Лето, Волна, Весна, Магнит, Пчелка, Простор, Галактика, Арена) и 10 названий предприятий ресторанной сферы (Черемушки, Облепиха, Лукошко, Асадор, Опера, Сова, Тициан, Океан, Иероглиф, Ганс). Данные названия были выбраны методом случайной выборки, вид деятельности предприятия в анкете не был указан. Испытуемым (170 студентам 1 курса АлтГТУ им. И. И. Ползунова) предлагалось написать все возможные ассоциации, возникшие при восприятии указанных слов. В ходе эксперимента было получено более 5500 реакций, среди которых выделяются как частотные (стереотипные) реакции, составляющие ядро ассоциативного поля онима, так и низкочастотные (единичные) реакции, представляющие его периферию. В 65 случаях отмечается отсутствие ассоциаций. Наиболее значимыми при описании ассоциативного поля онима признаются высокочастотные реакции, поскольку «ядро (частотная часть) поля устойчиво во времени, содержит реакции, обладающие узуальными связями со словом-стимулом» [Гуц, 2005, с. 39].

Рассмотрим полученные в результате свободного ассоциативного эксперимента наиболее частотные реакции.

**Светофор** – зеленый / зеленый свет / зеленый цвет (36), дорога/дороги (32), красный / красный свет (31), желтый (24), перекресток (15), пешеходы/пешеход (14), магазин / бюджетный магазин (12/1), машины/машина (13), регулировщик / регулирование / регулировщик движения / регулировщик движения на дороге / регулирование движения на дорогах / регулирующий светофор (8/1), пешеходный переход / дорожный переход / переход / безопасный переход (3/1/5/1), автомобиль/автомобили (8), стоп (7), ПДД (6), движение (6), опасность (5), правила (5), город (5), авария (4), зебра (4), пробки/пробка (4), сигналы/сигнал (4), столб (3), предупреждение (3), свет (3), дешево (2), разноцветный/разноцветность (2), ожидание / режим ожидания (2), радуга (2), безопасность (2), металл (2), цвета/цвет (2), люди (2), сериал по СТС / сериал (2), **(всего 328 ассоциаций, из них 46 единичных).**

**Малина** – ягода / ягоды / лесная ягода (41), варенье (34), лето (25), сладость / сладко / сладкая / сладость / сладкий вкус / сладкая ягода (15/2/1), дача (17), куст / кусты / большой куст (11/1), вкусно/вкусная (10), красный цвет / красная (7), компот (6), чай / чай с малиной / чай с ягодой (6), лес (5), медведь (5), торговый центр/ТЦ/ТРЦ (5), с шипами / шипы (5), клоп / клопы / с клопами (3/1), колючки/колючая (4), огород (4), огород / бабушкин огород (3/1), пчела/пчелы (3), розовая (3), деревня (3), простуда (3), сироп (2), сад (2), цвет (2), калина (2), комары (2), жуки/жучки (2), ведро/ведерко (2), садовая (2), закат (2), витамины (2), малиновый цвет (2), морс (2) **(300 реакций, из них 52 единичных).**

**Лето** – жара/жарко/жаркое/жара +30 / жаркая погода (2), (36/2), яркое солнце / солнце (34), отдых / долгожданный отдых (23/1), море (17), тепло (17), каникулы (16), пляж (13), речка/река (12), огород (8), загар (7), время года (6), дача (6), отпуск (6), комары (6), прогулки/прогулка (6), песок (5), друзья (5), сессия (6), купание на озере / купание в озере / купание / купаться (2 / 2/ 1), весело/веселье (5), трава (4), озеро (3), купальник (3), мороженое (3), велосипед (3), шашлык (3), рыбалка (3), поход (2), зима (2), гроза (2), радость (2), путешествия (2), энергия (2), ягоды (2), пот (2), поездки (2), зелень (2), день рождения (2) **(365 реакций, из них 79 единичных).**

**Волна** – море (34), серфинг/серф/серф-борд (27/2/1), океан (14), вода (13), ветер (10), пляж (9), цунами (8), корабли / корабль (7), прибой (6), радио волна / радио (5), ТРЦ Волна / ТРЦ / торговый центр (5), шторм (5), звук (4), красиво/красота (4), песок (4), пена (4), синий/синяя (4), берег (4), солнце (4), брызги (3), морские / речные волны / речная волна (3), отдых (3), скала/скалы (3), страх (3), шум (3), успокоение/спокойствие (3), свет (2), цвет (2), Ашан (2), дельфины (2), движение (2), речка/река (2), лодка (2), прилив (2), голубой (2), отпуск (2), сёрфер (2), чайки (2), энергия (2) **(292 реакции, из них 74 единичных).**

**Весна** – тепло / теплая / теплая погода (19/1), цветы/цветочки (17), грязь (13), лужи (12), солнце/солнышко (11/1), трава / зеленая трава (10/1), подснежники/подснежник (10), птицы / птички (10), почки деревьев / почки (1/7), ручейки / ручьи / ручеек (8), хорошее время года / время года (8), таяние снега / тает снег / таяние (2/5), немного слякоти / слякоть (7), зелень (5), цветение (5), аллергия (4), любовь (4), оживление природы / пробуждение природы / пробуждение (2 / 2), праздники (4), сирень (4), дождь/дожди (3), торговый центр / ТЦ (3), листья/листы/листки (3), насекомые (3), проталина/проталины (3), верба (2), запах (2), снег (2), красивая / красота (2), Наурыз (2), сакура (2), оттепель (2), капель (2), скоро лето (2), ростки (2), черемуха (2), берёзовый сок (2), влажный воздух (2), пение птиц (2), осень (2), зима (2), лето (2), Пасха (2), жизнь (2), май (2), романтика (2), экзамен/экзамены (2), день энергетики / день рождения (2) **(319 реакций, из них 85 единичных)**.

**Магнит** – притяжение (30), магазин / продуктовый магазин (27), полюс / полюса / два полюса (14/2), металл (16), физика (15), железо / железная руда (12/1), холодильник (12), поле / магнитное поле / электромагнитное поле (8/1/1), красный, синий (6) / красно-синий (2), компас (7); катушка (5), сувенир на холодильник / сувенир (1/4), ток / электрический ток / электричество (2/1/1), синий цвет / синий (3); на холодильник / магнетик на холодильнике / висит на холодильнике (2/1), юг (3); полярность (3), северный и южный полюс (3); индукция / электромагнитная индукция (2), иголки/игла (2), плюс/минус (2), руда (2), магнетизм (2), притягивать/притягивание (1/1), красный цвет (2), сеть магазинов (2), притягивает железо / предмет притягивающий железо (2), девушка / красивая девушка на улице (2), север (2), путешествия (2), подарок (2), отталкивание (2), отдых (2), сопротивление (2), продукты (2), сеть супермаркетов / супермаркет (2), волны (2) **(261 реакция, из них 40 единичных)**.

**Пчелка** – мёд (57), улей/улики/ульи (33), жало (19), соты (18), цветы/цветок/цветочек (17), жужжание/жужжать/жужжащая (11), насекомое (10), пасака (10), укусы/укус (9), конфета/конфеты/конфетка (9), жёлтый / желтая / желтый цвет (8), полоски / полосатая / полосатый раскрас (5/1), черно-желтый/желтый, черный/желтая, черная / жёлто-чёрного цвета / черно-жёлтая расцветка (7), пыльца (7), Майя (5), больно/боль (5), опылять / опыление / опыление цветов (4/1), труженик/труженица/трудяга (5), нектар (5), «Билайн» (4), лето (4), рой (3), трудолюбие (3), аллергия / аллергия на пчел у меня и у мамы (3), труд (3), весна (2), маленькая пчела (2), матка (2), медведь (2), опухоль после укуса (2), оса (2), черный (2), полет (2), пчеловод (2), воск (2) **(317 реакций, из них 31 единичных)**.

**Простор** – свобода / ощущение свободы (40/1), поле / поля / красивое зеленое поле (33/1), пространство (9), бескрайняя степь / бескрайние степи / степь (8), воля (8), небо / небеса / чистое небо / голубое небо (6/1/1), горизонт (7), ветер в поле / ветер (6), воздух / чистый воздух (4/2), горы (6), луг/луга (6), торговый центр / ТЦ (5), магазин (5), природа (4), раздолье (4), широта/ширь/обширно (3/1), равнина (4), комфорт (3), личное пространство (3), место (3), пустота (3), Россия/Русь (2/1), трава (3), безграничность (2), большой (2), даль (2), дорога / широкая дорога (2), душа (2), эхо (2), леса/лес (2), лилии (2), море (2), мысли (2), океан (2), полет (2), тайга (2), холл (2), границы (2) **(278 реакций, из них 64 единичных)**.

**Галактика** – космос (39), звезды (35), планеты/планета (25), Вселенная (20), Млечный путь (17), бесконечная/бесконечность (15), торговый центр / ТЦ /ТРЦ / торговый центр в Барнауле / торговый центр с любимыми магазинами (12/1), неизвестность неизвестная (6/1), кометы/комета (5), чёрные дыры / Черная дыра (5), Солнце (5), магазин (4), метеоры/метеориты (4), загадка/загадочность (2/1), созвездия (3), космонавт (3); простор (3), ракеты/ракета (3), тайна/таинственность (2/1), тьма/темнота (3), холод (3), Андромеда (2), безграничность / безграничное пространство (2), звездная пыль / пыль (2), Земля (2), бездна со множеством звезд / бездна (1/1), Луна (2), спираль (2), телескоп (2), астроном (2), мир (2), множество планет и звезд, которые скопились в одном месте / скопление звезд (2); необъятно/необъятность (2), НЛО (2), Орион (2), коллапс (2) **(295 реакций, из них 47 единичных)**.



**Арена** – гладиатор/гладиаторы (29), цирк (23), торговый центр / ТЦ / ТРЦ / торговый центр в Барнауле / торговый центр Арена/ ТЦ очень далеко (20), бой / бои / бои без правил (17/1), манеж (10), Колизей (9), Рим / Римская империя (8/1), кровь (7), сцена (7), выступление/выступление (6), клоун (6), спорт (6), битва (5), соревнования/соревнование (5), сражение (5), шоу (4), стадион (4), смерти/смерть (4), львы/лев (3), развлечение (3), трибуна/трибуны (3), поле / огромное футбольное поле / футбольная арена (2/1), колесница / колесницы (3), люди / много людей / большое количество людей, (2/1), гладиаторская арена (3), боль (2), большой/большая (2), зрители (2), слава (2), Спарта (2), магазин (2), концерт (2), круг/круглая (2), состязание (2), поединок (2) **(280 реакций, из них 62 единичных)**.

**Черемушки** – микрорайон / район / райончик / район города / район Барнаула / название одного из районов Барнаула (23/1), ягода/ягоды (18), деревня / деревенька / деревня какая-то (19), дерево / деревья / дерево черёмуха (14/1), черемуха (8), нет ассоциаций (6), магазин / магазин выпечки (5/1), кафе (5), варенье (4), село (4), цветы/цветочки (3/1), новостройка/новостройки (4), конфеты/конфета (4), посёлок (4), весна (3), запах (3), детский танцевальный ансамбль / хореографический коллектив / ансамбль (1/1/1), лето (3), лес (3), черная кисть / чёрная / черный (1/2), садоводство/сад /сады (1/2), название улицы / улица (3), чай (2), музыкальная группа (2), населённый пункт / название населенного пункта (2), заведение (2), кофе (2), цветение (2), хлебопекарня / пекарня (2), **(199 реакций, из них 48 единичных)**.

**Облепиха** – ягода/ягоды (41), кислый / кислая / кисло / кислота / кислятина / кислотность/ кислый вкус / кислая ягода (24/1/1), оранжевый / оранжевая / оранжевый цвет (22), варенье / варенье из облепихи (20/1), куст/кусты (11), дерево / садовое дерево (9/1), сок / облепиховый сок (7/1), дача (6), ветка/ветки (6), масло (6), колючки/колючая/колючка (2/2/1), морс (5), компот (5), чай / возможно чай (4/1), лето (5), Алтай / Алтайский край (4/1), жёлтый / желтый цвет (4), деревня (3), осень (3), растение (3), лес (3), лекарство / народные лекарства (2/1), сад (3), невкусно / очень невкусный вкус (2/1), косточки/косточка (2), лечение (2), противный (2), сладость/сладкая (2), еда (2), желе / вкусное домашнее желе (2), кислые оранжевые ягоды / оранжевая ягодка формы эллипсоида, кисловатая на вкус (1/1) **(260 реакций, из них 34 единичных)**.

**Лукошко** – корзина / корзинка / корзинка для сбора каких либо растений (46/1), гриб/грибы/грибочки (39), ягоды/ягода (29), лес (18), сказка/сказки (14), плетёная корзина / плетеное / плетенка / плетение (3/5), береста (7), пирожки/пироги (6), старина/старость/старое (1/2/1), семейное кафе / кафе (2/2), деревня (3), Лукашенко (3), Русь (3), сбор / собирательство (2/1), ведро/ведерко (3), медведь (3), бабушка (3), малина (2), опушка (2), ежик (2), волк (2), лиса (2), дача (2), девочка (2), еда (2), плетеная сумка (2), лето (2), малина (2), корзинка для грибов и ягод / корзинка для сбора ягод/грибов (2), прутья (2), Красная шапочка (2) **(270 реакций, из них 45 единичных)**.

**Асадор** – ресторан / ресторан в Барнауле (25/1), нет ассоциаций (18), еда (10), Испания (9), не знаю / неизвестно / неизвестность / не представляю, что это (8/1/1), мясо (6), блюдо (4), гриль (4), кафе (4), сад (4), огонь/костер (3), мангал (3), противень (3), Япония (3), испанский (3), вертел (2), жарить (2), телевидение (2), дорамы/дорама (2), друзья/дружба (2), Италия (2), кухня (2), напитки (2), вечер (2), уют (2), стейк хаус (2) **(196 реакций, из них 64 единичных)**.

**Опера** – театр (31), музыка (17), клуб / ночной клуб / клуб в Барнауле / клуб-бар (16), пение (15), искусство (10), браузер (9), сцена (8), голос (7), песня / песни (7), оркестр (6), балет (6), певец /певцы (6), культура (5), бар (4), ария (4), вокал (4), спектакль (4), танцы (3), богатые зрители / зрители (3), красота (3), бинокль (3), певица / оперная певица (3), сотрудники оперативного отдела / оперуполномоченный (2/1), представление (3), костюмы / костюм (3), мыльная / мыльная опера / мыло (2/1), концерт (3), артисты (2), зал (2), Евгений Онегин (2), выступление (2), поющие люди / поют люди (2), интеллигентность / интеллигент (2), мюзикл (2), история (2) **(272 реакции, из них 70 единичных)**.

**Сова** – птица (45), ночь (42), лес (22), мудрость (14), мышшь/мыши (14), глаза / глаз / большие глаза (12/1), хищник (9), деревья/дерево (6), сон (5), филин (5), дупло (4), Гарри Поттер (4), охота (3), спокойствие (3), поворачивает голову на 360 градусов / 360 / 360 градусов (3), полет (3), бесшумно летает (3), у-у / угу / ууу-ууу (3), бессонница (3), человек, который поздно ложится и поздно встает / человек который ведет ночной образ жизни / люди, которые не спят ночью (3), сонливость (2), жаворонок (2), большая птица (2), уханье (2), ум/умная (2), перья (2), питается мышами (2), поворачивает голову на 270 градусов (2), Винни пух (2), крылья (2), красота (2), ночная / ночная птица (2), темнота (2), человек (2), клюв (2), страх (2), перья (2); 180 градусов (2), острые когти / когти (1/1) **(296 реакций, из них 51 единичных).**

**Тициан** – художник (18), Микеланджело (3), Италия (17), живопись (15), картины/картина (12), живописец (11), нет ассоциаций (11), искусство (7), ресторан (5), эпоха Возрождения / Возрождение (5), портрет/портреты (4), краски (4), либо цветок / возможно цветок / цветок (3/1), цвет/цвета (4), Венера / Венера Урбинская (3/1), кофейня (4), кисть (3), кофе (2), не знаю (2), Рим (2), имя (2), писатель картин (2), растение (2), полотно (2), птица (2), Леонардо / Леонардо да Винчи, (2), чай (2), человек (2) **(209 реакций, из них 59 единичных).**

**Океан** – волны/волна (22), вода (19), рыба/рыбы (16), корабль/корабли (15), кит/киты (11), акула/акулы (11), глубина/глубоко/глубокий, (9/1/1), шторм (8), море/морья (7), свобода (7), отдых (7), Тихий (6), пляж (5), умиротворение (4), много морепродуктов / морепродукты (4), простор (7), неизведанный/неизведанное (4), красоты/красота (4), острова/остров (4), солёная вода (4), чайка/чайки (4), закат (4), бескрайний / бескрайность / бескрайняя водная гладь (4/1), много воды / очень много воды / большое количество воды (3/1), синий/синева (3/1), дельфины/дельфин (3), соль (2), мировой океан / мировой (2), 5 (2), голубой цвет / голубой (2), бескрайние просторы / бескрайние водные просторы (2), мечта (2), Марианская впадина (2), широта/широкие (2), цунами (2), прибой (2), бриз (2), свежесть (2), большой (2), шум (2), загрязнение (2), песня (2), магазин / магазин с морепродуктами (2), Титаник (2), спокойствие/спокойный (2), объем (2), страх (2), лед (2), осьминог (2) **(308 реакций, из них 62 единичных).**

**Иероглиф** – Китай (32), знак / знаки / письменный знак (21/2), Египет / древний Египет (21), символ / символы (19), письменность (14), Япония (13), древность / древний (11), буквы/буква (5), письма / письмо / тип письма (5/1), каллиграфия (6), язык / другой язык (4/1), Восток / восточные страны / Дальний Восток (3/1/1), рисовать / рисунок (4), свиток (2), Восточная Азия / Азия (1/3), алфавит (4), искусство (4), черным по глине (2), пирамида / пирамиды (4), слова / слово (4), загадка (4), татуировка / тату (3/1), руна / руны (3), Корея (3), непонятный / непонятность (3), ресторан / ресторан японской кухни (3/1), мой почерк / почерк / красивый почерк (2/1), Рим / Древний Рим (2), тайна (2), смысл (2), каракули (2), надпись (2), фараон (2), глиняные таблички / табличка (2) **(282 реакции, из них 56 единичных).**

**Ганс** – Христиан Андерсен / Андерсен (15 /8), имя / немецкое имя / иностранное имя (21), Германия (17), писатель (13), сказки / сказка (11), немец / немцы (11), бар / бар в Барнауле (8/1), остров (7), пиво/пивко (7/1), нет ассоциаций (6), поэт (4), утенок / «Гадкий утенок» (4), Дюймовочка (3), лошадь (3), персонаж сказки / персонаж / вымышленный персонаж (2/1), человек (2), мужчина (2), магазин (2), фамилия (2), детство (2), Европа (2), сказочник (2), заведение в городе (2), фильм / кино (2), учёный (2), кинорежиссёр (2), кафе (2), книги (2) **(239 реакций, из них 70 единичных).**

Полученные реакции, в соответствии с классификацией Ю.Н. Караулова [1999, с. 108], можно разделить на пять коммуникативных тактик: предикацию (в узком смысле – как приписывание признака предмету), номинацию (в том числе дефиницию), локацию, оценку и пропозицию. Основываясь на данных коммуникативных тактиках, мы выделили следующие типы реакций: оценочные, атрибутивные, номинативные, предикативные, локативные и пропозиционные.





Перечисленные типы реакций испытуемых могут быть разделены на следующие оппозиции:

- а) атрибутивные – адвербиальные;
- б) номинативные – предикативные;
- в) локативные – темпоральные;

г) кроме того, все полученные реакции можно разделить на нейтральные и оценочные, среди оценочных реакций выделяются высказывания с позитивной и негативной оценкой.

Примеры типов реакций испытуемых, разделенных на оппозиции, представлены ниже (см. таблицу).

Примеры типов реакций испытуемых  
 Examples of types of reactions of subjects

Тип высказывания – примеры реакций	Тип высказывания – примеры реакций
Атрибутивные высказывания (какой?): Малина – <i>сладкая, вкусная, садовая, колючая и др.</i> ; Иероглиф – <i>непонятный</i> ; Лето – <i>долгое, жаркое, запоминающееся</i> ; Светофор – <i>на высокой ножке, разноцветный</i> ; Пчелка – <i>жужжащая, полосатая</i> ; Галактика – <i>бесконечная</i> ; Арена – <i>круглая, большая</i> ; Черемушки – <i>черная, фиолетовый, сиреневый</i>	Адвербиальные высказывания (как?): Светофор – <i>дешево</i> ; Малина – <i>вкусно</i> ; Лето – <i>тепло; светло; жарко и не очень комфортно</i> ; Черемушки – <i>вкусно</i> ; Волна – <i>мокро</i> ; Простор – <i>много; обширно</i>
Номинативные высказывания (дефиниции и пояснения): Малина – <i>ягода</i> ; Ганс – <i>писатель</i> ; Иероглиф – <i>знак, символ</i> ; Океан – <i>вода, волна, глубина</i> ; Волна – <i>вода, море</i> ; Светофор – <i>устройство</i> ; Весна – <i>время года</i> ; Пчелка – <i>насекомое, конфета</i> ; Галактика – <i>Вселенная, Млечный путь; торговый центр</i> ; Арена – <i>цирк, манеж, стадион, магазин</i> ; Черемушки – <i>ягода, дерево, микрорайон</i>	Предикативные высказывания (словосочетания и предложения): Волна – <i>можно долго за ними наблюдать, волна набегаёт на берег</i> ; Малина – <i>растет у меня дома, дорого можно продать</i> ; Светофор – <i>жди, иди</i> ; Весна – <i>тает снег, день становится дольше; сажать огород; готовиться к экзаменам; преобладание желтого цвета в природе</i> ; Магнит – <i>притягивает железо; висит на холодильнике; как притягивает, так и отталкивает; привезен из отпуска</i>
Локативные высказывания (где?): Весна – <i>рядом с Огнями</i> ; Ганс – <i>бар в Барнауле</i> ; Волна – <i>в ванной</i> ; Магнит – <i>у дома, на холодильник</i> ; Арена – <i>рядом, ТЦ очень далеко, ТЦ в Барнауле</i> ; Черемушки – <i>торговый центр в Камне-на-Оби</i> ; Облепиха – <i>Алтай; Алтайский край</i>	Темпоральные высказывания (когда?): Волна – <i>лето</i> ; Весна – <i>май</i> ; Пчелка – <i>лето; весна</i> ; Простор – <i>лето</i> ; Галактика – <i>будущее; вечность</i> ; Арена – <i>древность</i> ; Черемушки – <i>весна; лето</i> ; Облепиха – <i>осень</i> ; Асадор – <i>утро; вечер</i>
Позитивные оценочные высказывания: Весна – <i>красота, хорошая погода</i> ; Волна – <i>спокойствие, красиво</i> ; Лето – <i>счастье; веселье</i> ; Галактика – <i>восхищение</i> ; Малина – <i>сладкая ягода; удовольствие</i>	Негативные оценочные высказывания: Опера – <i>отвращение; затянутость</i> ; Океан – <i>страх</i> ; Простор – <i>некачественное</i> ; Пчелка – <i>неприятно; слезы; боль</i> ; Весна – <i>грязь</i> ; Светофор – <i>опасность, авария, страх, смерть</i>

В результате АЭ были получены реакции, позволяющие моделировать концепт имени, при этом ядерные ассоциации отражают стереотипные, повторяющиеся реакции, характеризующиеся повторяемостью и воспроизводимостью, а единичные реакции связаны с личностными смыслами реципиентов. Дискурс на данном этапе развертывается через ассоциативно-вербальную сеть, создающую ассоциативный фон имени, а сам оним представляется как некий «пучок смыслов», заключенный в языковую форму. Деятельность воспринимающего субъекта в таком понимании может быть рассмотрена как речемыслительная деятельность, направленная на разворачивание дискурса онима, причем процессы восприятия оказываются противоположно направленными процессам номинации.

### Свертывание/развертывание дискурса онима

По справедливому замечанию Е.С. Кубряковой, «чтобы слово стало номинацией комплекса смутных идей, ассоциаций, представлений и т.п., оно должно быть «собрано» из неких идеальных семантических (содержательных) сущностей (признаков, множителей и т.д.). Однако, чтобы не остановить формирование мысли, а, напротив, стать толчком к ее дальнейшему развитию, оно должно тянуть за собой цепь новых ассоциаций и образов» [Кубрякова, 1986]. Слово, как «собираемая сущность» становится «отправной точкой для дальнейшего разворачивания и мысли, и речи» [Кубрякова, 1986, с. 59].

Данный процесс можно представить схематично (рис. 1).

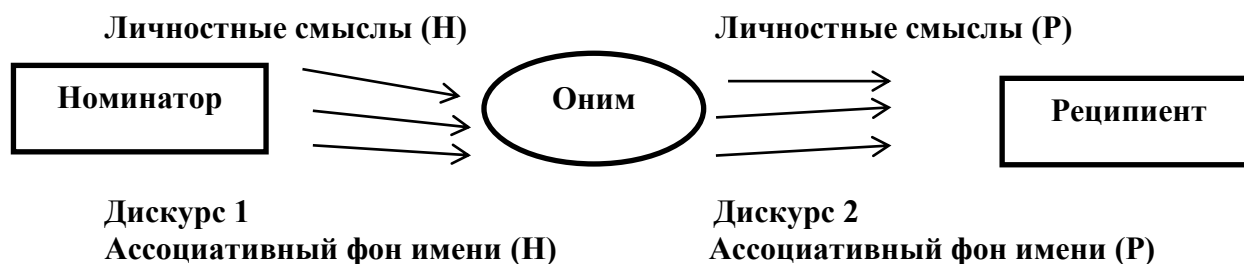


Рис. 1. Развертывание дискурса онима  
Fig. 1. Unfolding an onym discourse

Итак, процесс развертывания дискурса онима включает в себя несколько этапов, отправной точкой в которых является речемыслительная деятельность номинатора, направленная на свертывание дискурса онима. Свертывание представляет собой процесс, противоположный развертыванию, однако необходимый в ходе выбора номинации для нового объекта. Номинатор, имеющий определенные интенции и мотивы номинации, знакомый с современными номинативными тактиками и дискурсивными практиками, выбирает (либо создает) наименование, которое наиболее коррелирует с его личностными смыслами (личностные смыслы Н) и вызывает у него определенные ассоциации (ассоциативный фон имени Н). Реципиент, воспринимая оним, пропускает его через свои собственные личностные смыслы (личностные смыслы Р), которые «высвечивают» наиболее важные для реципиента ассоциации (ассоциативный фон имени Р), на данном этапе еще смутные и зачастую невербализуемые, однако образующие некую ассоциативно-вербальную сеть, имеющую потенциал развертывания в монологический или диалогический дискурс.

Переход от личностных смыслов к ониму происходит последовательно: от номинатора через совокупность личностных смыслов (Н), через ассоциативный фон имени (Н), далее – к дискурсу онима (Д 1) и, через свертывание дискурса, – к результату данного процесса – наименованию (рис. 2). Ситуация номинации представляется нами как процесс выделения наиболее важной для номинатора информации из существующих и известных

ему текстов-дискурсов с последующим максимальным их сгущением и преобразованием в единицу номинации (оним – слово или словосочетание).

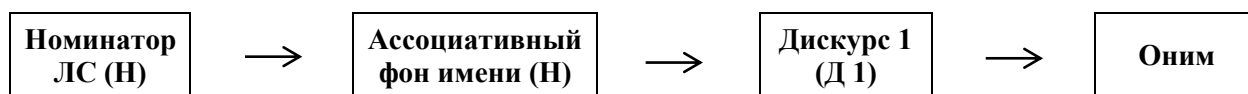


Рис. 2. Свертывание дискурса онима  
Fig. 2. Collapsing onym discourse

Движение от онима к дискурсу в ходе его восприятия представляет собой процесс развертывания дискурса: от онима через совокупность личностных смыслов (Р) – к ассоциативному фону имени (Р), далее – к диалогическим либо монологическим высказываниям, образующим дискурс онима (Д 2) (рис. 3). При этом Д 1 может не совпадать с Д 2, поскольку те личностные смыслы, ассоциации и связанные с онимом с точки зрения номинатора дискурсы-тексты могут быть восприняты реципиентами (количество которых неограниченно) совершенно различно и развернуты в соответствии с собственными личностными смыслами и опытом воспринимающего субъекта. В процессе функционирования имени могут приобретать новые смыслы, поэтому зачастую те компоненты значения, которые вкладывались номинатором, в реальном употреблении могут искажаться, видоизменяться и даже утрачиваться, наполняя оним новыми смыслами и порождая новые тексты-дискурсы.

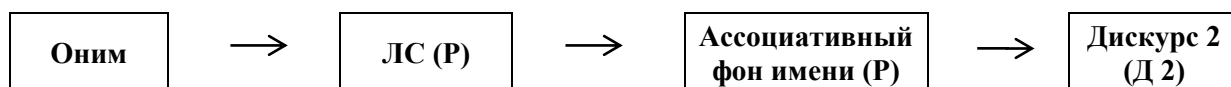


Рис. 3. Развертывание дискурса онима  
Fig. 3. Unfolding an onym discourse

### Заключение

Проведенный на первом этапе исследования дискурсивной природы имени свободный ассоциативный эксперимент позволил получить ключевые ассоциации, связанные с концептом имени и образующие ассоциативно-вербальную сеть, создающую ассоциативный фон имени. В результате эксперимента были получены как частотные (стереотипные) реакции, составляющие ядро ассоциативного поля онима, так и низкочастотные (единичные) реакции, представляющие его периферию. Ядерные ассоциации отражают стереотипные реакции, характеризующиеся повторяемостью и воспроизводимостью, а единичные реакции связаны с личностными смыслами реципиентов.

Коммуникативные тактики реципиентов были разделены в ходе анализа на оценочные, атрибутивные, номинативные, предикативные, локативные и пропозиционные. Реакции испытуемых были сгруппированы в следующие оппозиции: а) атрибутивные – адвербиальные; б) номинативные – предикативные; в) локативные – темпоральные; г) нейтральные – оценочные. Среди оценочных реакций выделены высказывания с позитивной и негативной оценкой.

Рассматривая имя как свернутый текст, обладающий максимальной компрессией смысла, можно утверждать, что полученные реакции представляют собой цепочки смыслов, т.е. на данном этапе происходит первоначальное развертывание дискурсивного поля онима: от наименования – к набору ключевых слов, либо элементарных высказываний. Процесс развертывания дискурса онима включает в себя несколько этапов, отправной точкой в которых является речемыслительная деятельность номинатора, направленная на

свертывание дискурса онима. Свертывание представляет собой процесс, противоположный развертыванию, однако необходимый в ходе выбора номинации для нового объекта. Мы предполагаем, что движение от онима к дискурсу происходит поэтапно, от онима через совокупность личностных смыслов – к ассоциативному фону имени, далее – к диалогическим, либо монологическим высказываниям, образующим дискурсивное поле онима.

### Список литературы

1. Горбаневский М.В. 1994. Русская городская топонимия: проблемы историко-культурного изучения и современного лексикографического описания. Дис. ... докт. филол. наук. Москва, 432 с.
2. Гуц Е.Н. 2005. Психолингвистическое исследование языкового сознания подростка. Омск, Вариант-Омск, 260 с.
3. Караулов Ю.Н. 1999. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. Москва, ИРЯ РАН, 180 с.
4. Кубрякова Е.С. 1986. Номинативный аспект речевой деятельности. Москва, Наука, 159 с.
5. Максимов В.О. 2015. Русский фамильный антропоним как свернутый текст и его лексикографическое описание. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания, 4: 83–89.
6. Михайлюкова Н.В. 2014. Тексты городских вывесок как особый речевой жанр (на материале языка г. Владивостока). Владивосток, Дальневост. федеральный ун-т, 190 с.
7. Мурзин Л.Н., Штерн А.С. 1991. Текст и его восприятие. Свердловск, Изд-во Урал. ун-та, 171 с.
8. Позднякова Е.Ю. 2021. К вопросу о дискурсивной теории ономастики. Культура и текст, 1(44): 245–261. DOI: 10.37386/2305-4077-2021-1-245-261. URL: <https://journal-altspu.ru/wp-content/uploads/2021/02/245-261.pdf> (дата обращения: 26.05.2021).
9. Степовая О.А. 2014. Имя собственное как свернутый текст: к постановке проблемы. Филология и человек, 4: 127–130.
10. Шпильная Н.Н. 2014. Лексема и текст (к вопросу о деривационной корреляции). Проблемы истории, филологии, культурологии, 3(45): 320–322.

### References

1. Gorbanevskiy M.V. 1994. Russkaya gorodskaya toponimiya: problemy istoriko-kul'turnogo izucheniya i sovremennogo leksikograficheskogo opisaniya [Russian urban toponymy: problems of historical and cultural study and modern lexicographic description]. Dis. ... doct. philol. sciences. Moscow, 432 p.
2. Guts E.N. 2005. Psikholingvisticheskoe issledovanie yazykovogo soznaniya podrostka [Psycholinguistic study of the linguistic consciousness of a teenager]. Omsk, Publ. Variant-Omsk, 260 p.
3. Karaulov Yu.N. 1999. Aktivnaya grammatika i assotsiativno-verbal'naya set' [Active grammar and the associative-verbal network]. Moscow, Publ. IRYa RAN, 180 p.
4. Kubryakova E.S. 1986. Nominativnyy aspekt rechevoy deyatelnosti [The Nominative Aspect of Speech Activity]. Moscow, Publ. Nauka, 159 p.
5. Maksimov V.O. 2015. Russian family name as compressed text and its lexicographical description. Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Russkiy i inostrannye yazyki i metodika ikh prepodavaniya, 4: 83–89 (in Russian).
6. Mikhaylyukova N.V. 2014. Teksty gorodskikh vyvesok kak osobyuy rechevoy zhanr (na materiale yazyka g. Vladivostoka) [Texts of city signs as a special speech genre (based on the language of Vladivostok)]. Vladivostok, Publ. Dal'nevost. federal'nyy un-t, 190 p.
7. Murzin L.N., Shtern A.S. 1991. Tekst i ego vospriyatie [Text and its perception]. Sverdlovsk, Publ. Izd-vo Ural. un-ta, 171 p.
8. Pozdnyakova E.Yu. 2021. On the question of discursive theory of onomastics. Kul'tura i tekst, 1(44): 245–261 (in Russian). DOI: 10.37386/2305-4077-2021-1-245-261. Available at: <https://journal-altspu.ru/wp-content/uploads/2021/02/245-261.pdf> (accessed: 26.05.2021).



9. Stepovaya O.A. 2014. Imya sobstvennoe kak svernutyy tekst: k postanovke problemy [Proper Name as a Condensed Text: Towards a Problem Statement]. *Filologiya i chelovek*, 4: 127–130.

10. Shpil'naya N.N. 2014. Lexeme and text (the question of correlation derivational). *Journal of historical, philological and cultural studies*, 3(45): 320–322 (in Russian).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Позднякова Елена Юрьевна**, доцент кафедры философии и социологии гуманитарного института Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова, г. Барнаул, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Elena U. Pozdnyakova**, Associate Professor of the Department of Philosophy and Sociology of the Humanitarian Institute of the I.I. Polzunova Altai State Technical University, Barnaul, Russia.



УДК 81`42

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-545-553

## **Лингвопрагматические компоненты текстов народно-поэтического дискурса (на материале текстов народных заговоров)**

**Чумак-Жунь И.И., Ковалева С.В.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85  
E-mail: chumak@bsu.edu.ru, Savvina\_S@bsu.edu.ru

**Аннотация.** Проблемы лингвопрагматического анализа фольклорного текста имеют большое значение для современного языкознания. Жанр народного заговора, несмотря на многочисленные исследования в области филологии, является наименее изученным с данной точки зрения. Целью данного исследования является изучение таких лингвопрагматических компонентов народно-поэтического текста, как интенция и оппозиция «адресант – адресат». Дискурс-анализ материала текстов народных заговоров позволил проследить за особенностями изменения интенции на уровне жанра и тематических блоков заклинаний, а также установить соотношение макро- и микроинтенции с заговорными формулами разного вида. В результате установлено, что интенция раскрывается в народно-поэтическом тексте как градация взаимодействующих компонентов речевого акта. Выявлено, что функции адресанта и адресата заговорной формулы обусловлены иллокуцией. Полученные результаты вносят вклад в развитие функциональной лингвистики.

**Ключевые слова:** лингвопрагматика, народный заговор, адресант, адресат, интенция, иллокуция

**Для цитирования:** Чумак-Жунь И.И., Ковалева С.В. 2021. Лингвопрагматические компоненты текстов народно-поэтического дискурса (на материале текстов народных заговоров). Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 41 (1): 545–553. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-545-553

---

## **Linguopragmatic Components of the Texts of Folk-poetic Discourse (Based on the Texts of Folk Spells)**

**Irina I. Chumak-Jun, Svetlana V. Kovaleva**

Belgorod National Research University,  
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russian Federation  
E-mail: chumak@bsu.edu.ru, Savvina\_S@bsu.edu.ru

**Abstract.** The problems of linguistic and pragmatic analysis of folklore texts are of great importance for modern linguistics, in particular, the genre of folk spell, despite numerous studies in the field of philology, is the least studied from this point of view. The purpose of this study is to study such linguopragmatic components of a folk poetic text as intention and opposition "the sender – the addressee". In the discursive analysis of texts, the attention of researchers is focused on such components of linguopragmatics as the sender-addressee and intention. As a result, the following was revealed. The sender of the spell formula is presented explicitly and implicitly. The addressee of the message can be a person, phenomena and objects of reality. The functioning of the sender-addressee opposition is conditioned by illocution. The intention of the spell is transformed in genres and thematic blocks, and also manifests itself in the folk poetic text as a gradational interaction of the components of the speech act. It has been established that different spell texts correlate with macro- and microintension from more to less. The form of the spell text correlates with the monologue due to the fact that the sender does not



care about the emotional and informational response, the result in the form of the realization of the intention is in the first place. The language structure of the genre creates special conditions for this. The results obtained contribute to the development of functional linguistics.

**Keywords:** linguopragmatics, folk spell, the sender, the addressee, intention, illocution

**For citation:** Chumak-Jun I.I., Kovaleva S.V. 2021. Linguopragmatic Components of the Texts of Folk-poetic Discourse (Based on the Texts of Folk Spells). *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 41 (1): 545–553 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-545-553

## Введение

В начале XXI века с выходом языковедческой методологии на позиции лингвистического антропоцентризма заметно активизировались исследования в области функционально-прагматической интерпретации речевых явлений. Функциональная лингвистика оказалась тем научным направлением, которое уделяет первостепенное внимание преломлению в практике речевого употребления языковых корпускулов как единиц дискурса их основного демиурга – языковой личности Homo Verbalis, говорящего, реализующего свои определенные коммуникативные установки в акте речи благодаря актуализации его составляющих – адресанта, адресата и блока закодированной в языке информации.

Функционирование языковых знаков в речи является прерогативой специальной области языкознания – лингвистической прагматики, или прагмалингвистики. Прагматическое языкознание – «направление, исследующее круг проблем, нацеленных на изучение:

1) интенций и намерений говорящего или пишущего;

2) прагматики текста;

3) прагматикона – высшего уровня развития языковой личности, по Караулову».

[Жеребило, 2010, с. 273].

Объектом анализа функциональной прагмалингвистики выступает целенаправленная и мотивированная речевая деятельность решающей коммуникативные задачи говорящей личности в определенной ситуации [Матвеева, 2009, с. 50]. Коммуникация при этом понимается нами как триединство общения, сообщения и воздействия (В.В. Виноградов). По авторитетному мнению Г.Г. Матвеевой, основным критерием, позволяющим оценить данную речевую деятельность, выступает «удачность выбора отправителем текста языковых единиц для оптимального воздействия. Выбор нужной для адресанта единицы речи определяется ситуацией общения, целями и мотивами, которые являются экстралингвистическими факторами обоснования авторских намерений» [Матвеева, 1993, с. 65].

Базовым понятием лингвопрагматики выступает речевой акт как «целенаправленное коммуникативное действие, совершаемое согласно правилам языкового поведения [Энциклопедия эпистемологии, 2009, с. 830].

Являясь направлением аналитической философии, созданным в 40-е гг. XX века представителем Оксфордской лингвистической школы аналитиком Дж. Остином, теория речевых актов направлена на практическое обучение речевым действиям по достижению определенных коммуникативных целей. Она учит тому, как действовать при помощи слов [Остин, 1999]. При этом минимальной единицей коммуникации признается отнюдь не предложение или высказывание, но «осуществление определенного вида актов, таких как констатация, вопрос, приказание, описание, объяснение, извинение, благодарность, поздравление и т. д.» [Серль, 1987, с. 54].

Речевые акты совершаются в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе. Как единицы нормативного социоречевого поведения они рассматриваются в рамках прагматической ситуации, обнаруживая при этом намеренность (интенциональность), целеустремленность и конвенциональность [Языкознание. Большой..., 1998. с. 412]. По мнению Остина, первостепенным в изучении речевых

актов является определение взаимоотношений перформативных и констативных высказываний. Подразумевается, что перформатив эквивалентен действию. Другая проблема, стоявшая в центре внимания, – сама возможность познания «чужих сознаний» и их отражение в языке [Остин, 1999, с. 15]. Главным новшеством Остина в этой схеме является понятие *иллокуции*, т.к. локуцией всегда занималась семантика, а перлокуция была объектом изучения риторики [Остин, 1999, с. 16]. Таким образом, иллокуция – это речевой акт, соответствующий действию, обусловленному экстралингвистической целью сказанного.

Последователи идей Дж. Остина в аспекте иллокуции стали рассматривать *интенцию* – намерение говорящего. Согласно Д.В. Колесовой, стилевые и жанровые языковые особенности текста обусловлены интенцией адресанта: «Интенция тесно связана с ситуацией общения, которая задает образцы поведения и характер взаимодействия людей. По отношению к тексту как коммуникативной единице <...> цель можно определить как предназначенность речевого произведения для решения задач общения в определенной социальной сфере. Именно целевые установки определяют стилевые и жанровые особенности текстов. В этом случае можно говорить о макроинтенциях. Внутренние же коммуникативные программы текста задаются микроинтенциями. В разных типах текста они конкретизируются, выполняя разнообразные функции и находя специфические формы языкового выражения» [Колесова, 2009, с. 29].

Теория речевых актов как раз и получила свое логическое продолжение и развитие в лингвопрагматике, которая не ограничивается описанием взаимодействия говорящего (адресанта), адресата, кода, ситуации, сообщения. По мнению Б.Ю. Нормана, лингвистическая прагматика – это направление, которое «аккумулировало в себе результаты исследований риторики, стилистики, социо- и психолингвистики, других лингвистических дисциплин» [Норман, 2009, с. 5]. Исследования последних лет направлены на изучение прагматики рекламного и цифрового текста [Ахренова, 2018; Малюга, Попова, 2018; Сластен, 2018; Саяхова, 2020; Шугаева, Сеницына, 2021], художественного и фольклорного текстов [Белова, 2017; Березович, Сурикова, 2021], а также на определение роли лингвопрагматики в лингвистической науке в целом [Чернышева, 2016; Сенина, 2017; Которова, 2019]. Главное же заключается в том, что благодаря лингвопрагматике понятие речевого акта расширилось за счет внимания к интенции, а также – к экстралингвистическим факторам, связанным с адресантом и адресатом, и модальности высказывания.

Цель исследования – изучение таких лингвопрагматических компонентов народно-поэтического текста, как интенция и оппозиция «адресант – адресат».

Проведение данного исследования с позиций лингвопрагматики осуществляется при помощи использования следующих методов: лингвопрагматический, компонентный, контекстуальный, коммуникативно-функциональный.

### **Интенция текстов народных заговоров в аспекте устного народного творчества**

Рассмотрим теперь вопрос о том, какова интенционная специфика коллективного анонимного автора текстов народных заговоров, которые представляют особый жанр устного народного творчества (УНТ), закрепляющий специфический речевой акт.

Напомним, что целью лингвопрагматического подхода к анализируемому материалу является «анализ явных и скрытых целей высказывания, внутренней установки говорящего и готовности слушающего "пойти навстречу" в достижении искомого смысла; изучение типов коммуникативного поведения: речевой стратегии и тактики, правил диалога, направленных на достижение эффективности общения, использование так называемых "непрямых" речевых актов и разнообразных приемов языковой игры» [Норман, 2009, с. 8].

С прагматической точки зрения любой речевой акт рассматривается как процесс передачи информации от говорящего к слушающему, и при этом все элементы речевой





конструкции, включая синтаксис, пунктуацию и лексику, «сонастраиваются» с определенной интенцией. Применительно к языку народно-поэтического текста именно прагматический аспект речевой деятельности становится важнее семантического и синтаксического, поскольку адресанту необходимо средствами языка передать не столько смысловое наполнение, сколько собственное отношение, посредством которого осуществляется воздействие на слушающего.

Общая прагматика устно-поэтического творчества заключается в желании говорящего воздействовать на сознание принимающего, а то, каким образом реализуется намерение, можно увидеть в текстах различных жанров УНТ. Специфика иллокуции дифференцирует жанры УНТ в соответствии с целью высказывания (например, сказка носит воспитательный характер, колыбельная необходима для успокаивания и засыпания, а народный заговор служит механизмом прямого воздействия на объект). Жанры соотносятся с понятием макроинтенции, поскольку внутри отдельных жанров выделяются тематические блоки – микроинтенции (например, сказки – волшебные, бытовые, о животных; заговоры – личные отношения, быт, здоровье).

Следует отметить, что интенционная направленность жанров может быть представлена сразу несколькими намерениями, однако одно из них проявлено сильнее. Так, колыбельная носит явно успокаивающий характер, но в то же время может обладать воспитательной, поучительной функцией. Или, например, сказочный жанр выражает одновременно развлекательную, воспитательную и успокаивающую интенции.

Представим соотношение фольклорных компонентов и элементов лингвопрагматики в виде таблицы с примерами (см. таблицу):

Соотношение фольклорных компонентов и элементов лингвопрагматики  
 The ratio of folklore components and elements of linguopragmatics

Прагматика скрытого влияния на адресата	УНТ
Макроинтенции: – развлечение; – поучение; – усыпление; – прямое воздействие	Жанры, соответствующие макроинтенции: – сказка, частушка; – сказка, пословица, поговорка; – колыбельная, сказка; – заговор
Микроинтенции: – нравоучение, переданное при помощи волшебного помощника или предмета, через поступки животных или в быт; – воздействие на сознание и эмоции человека, здоровье и объекты повседневной жизни	Тематические группы внутри жанров: – волшебные, бытовые сказки и сказки о животных; – любовные, лечебные и бытовые тексты народных заговоров

В текстах народных заговоров наиболее очевидно представлен действенный компонент речевого акта. Заговорный текст, с одной стороны, эксплицитно выражает иллокуцию и подробно описывает цель ритуала, а с другой стороны, заговор – это процесс «заклинания» как элемента ритуального действия.

Рассмотрим интенционную направленность заговорного ритуала на примере текста «Когда сваха идет на сватовство» из печатного сборника собирателя народных заговоров Л. Майкова «Великорусские заклинания»:

*«Входя на крыльцо дома невесты, сваха ступает на первую ступень правой ногою и притом говорит:*

*Как нога моя стоит твёрдо и крепко, так слово мое будет твердо и лепко, тверже камня, лепче клею и серы сосновой, острее булатного ножа; что задумано да исполнится.*

*Потом сваха шагает правою же ногою через порог, а войдя в комнату и помолясь Богу, садится под матицей на лавку, которая по длине пола, и приступает к переговорам» [Майков, 1869, с. 26].*

Макроинтенция текста – прямое воздействие на адресата (невесту). Микроинтенция – сфера применения заговорной формулы, реализуемая в конкретном событии народного быта – сватовстве.

Другой пример из собрания Майкова – «Заговор от зубной боли»:

*«Наговорить на воду и выпить ее:*

*Четыре сестрицы, Захарий да Макарий, сестра Дарья да Марья, да сестра Ульянья, сами говорили, чтобы у раба Божия (имя рек) щеки не пухли, щеки не болели веки по веку, от ныне до веку. Тем моим словам ключ и замок; ключ в воду, а замок в гору» [Майков, 1869, с. 35].*

В данном тексте само наименование также включает микроинтенцию – воздействие на недуг. Тематический блок выделяется по цели воздействия на заболевание и человеческое тело.

Заглавия заговорных текстов, как правило, всегда лексически выражают либо конечную цель ритуала, либо обстоятельства, при которых следует произносить слова. Иллокутивный акт реализуется посредством эксплицитно проявленных лексем со значением действия, необходимых для осуществления желаемого: *не пухли, не болели; задумано да исполнится*. Синтаксическая конструкция предложений наравне с лексикой служит главной цели ритуала – скорейшему исполнению задуманного. На уровне высказываний это проявляется благодаря использованию однородных членов предложения, а также разделением заговорной конструкции на смысловые части в виде нескольких простых предложений в составе сложного, сложноподчиненных и сложносочиненных предложений в повелительном и условном наклонениях. Компоненты макро- и микроинтенции объясняются жанровой природой заговорного текста и тематическими блоками как разновидностями этого жанра.

### Оппозиция «адресант – адресат»

Интенция речевого высказывания подразумевает внимание к личности говорящего и принимающего. Как уже отмечалось ранее, обязательным элементом лингвопрагматики становится не только само высказывание, но и экстралингвистические компоненты, раскрывающие его понимание. В связи с тем, что природа заговорного текста изначально прагматична, следует отдельно рассмотреть понятия адресанта и адресата.

Произнося заговорную формулу, субъект действия нацелен на результат и достигает его благодаря восприятию объектом формулы в неискаженном виде, как данность. Субъектом действия (адресантом), произносящим заклинание, может быть любой человек, нуждающийся в изменении фактической реальности, а также специально обученные «заклинатели». Указание на личность адресанта представлено в текстах имплицитно и эксплицитно. Иногда информация о субъекте возникает в самой заглавии или инструкции к заговору: *Входя на крыльцо дома невесты, сваха ступает на первую ступень правою ногою и притом говорит.*

В некоторых текстах личность произносящего остается нераскрытой, а в некоторых выражается имплицитно, подменяясь мифологическими образами, которые якобы совершают действие: *Четыре сестрицы, Захарий да Макарий, сестра Дарья да Марья, да сестра Ульянья, сами говорили, чтобы у раба Божия (имя рек) щеки не пухли, щеки не болели веки по веку, от ныне до веку.* Под личиной названных образов скрывается сам заго-



варивающий. Вероятно, образы несли какое-то ассоциативное смысловое наполнение, в соответствии с которым заговаривающий наделял себя функциями этих образов.

В речевом пространстве личности адресанта и адресата имеют одинаковые права: «Коммуникативная ось, представленная оппозицией «адресант – адресат», определяет соотношение их реплик как стимула и реакции, по сути своей являющихся равноправными. Это равноправие проявляется в том, что «иницирующая реплика адресанта задает коммуникативную направленность предстоящему общению, а окончательное развертывание ее в конкретном направлении происходит лишь после ответной реплики адресата». Адресат и адресант равноправны в процессе коммуникации и по той причине, что адресат «волен принять или отвергнуть предложенную ему программу, сдаться или оказать сопротивление, согласиться или возразить, пойти на уступку или пойти в наступление, выполнить просьбу или отказаться» [Логинов, 2009, с. 49].

Отличительная черта адресата заговорного текста заключается в том, что им могут быть также объекты неживой природы и явления действительности (зубная боль, сватовство, нож), а не только человек. Кроме того, прагматический характер заклинаний не подразумевает обдумывания и оценки суждений адресатом. Формула имеет устойчивые границы, объект воздействия должен подчиняться и не размышлять о сказанных словах. Они воспринимаются на веру, как абсолютный факт и призыв к действию. Отсюда возникает в тексте заговора и форма повелительного наклонения с приказным компонентом.

Так, жанровый характер народного заклинания диктует условия для исполнения воли говорящего. Следуя коммуникативной установке, адресант нуждается не в утверждении сказанного, а в точном восприятии информации. Кроме того, в роли принимающей стороны могут оказаться абстрактные понятия (такие как любовь, здоровье), природа (дождь, огонь), предметы быта (посуда, орудия), которые зачастую призваны осуществлять желаемое посредством контакта с реальными предметами или человеческим телом, а также при помощи предметной персонификации. В одних любовных текстах возникает тоска как подмена понятия любви, она очеловечивается. В других текстах для описания влюбленности как действия используются ножи, колющие сердце. Личность говорящего в заговорных текстах может быть выражена имплицитно и эксплицитно или не выражена совсем.

### Выводы

Таким образом, интенция (намерение), присутствующая в текстах народно-поэтического творчества, обусловлена индивидуальными характеристиками отдельного жанра, а также его видовыми группами. Жанровая и видовая градация УНТ от более широкого представления о тексте к более узкому соответствует компонентам лингвопрагматики: макро- и микроинтенции. Многие тексты УНТ соответствуют сразу нескольким видам интенции. Народный заговор обладает макроинтенцией прямого воздействия, которая подразделяется на микроинтенции в виде частных тематических групп: здоровье, чувства, быт.

Отношения членов оппозиции «адресант – адресат» в коммуникативном акте обычно характеризуются паритетностью, однако этого не скажешь о заговорном тексте. Здесь эксплицирована близкая монологической форма представления сообщения говорящим. Языковая структура текстов народных заговоров создает специфические условия для реализации намерения говорящего. Адресант проявляется пассивно, скрыто, имплицитно (в заглавии или описании ритуала) или не проявляется вовсе. Адресатом воздействия становится человек, объекты живой и неживой природы, предметы. Говорящий не ждет от адресата отклика или согласия, ему необходим результат приказной формулы. Очевидно, что в данном речевом акте процессуально само слово (заклинание и есть действие).

В рамках проведенного исследования в народно-поэтическом дискурсе заговорных текстов обнаружены такие компоненты лингвопрагматики, как иллюкуция и оппозиция

«адресант – адресат». С точки зрения функциональной лингвистики данная работа позволяет рассмотреть заговорный жанр с позиции прагматики и языкового воздействия, а также вносит вклад в изучение текстов фольклора.

### Список источников

1. Жеребило Т.В. 2010. Словарь лингвистических терминов. Назрань, ООО «Пилигрим», 486 с.
2. Майков Л. 1869. Великорусские заклинания. СПб., тип. Майкова, 164 с.
3. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. 2009. Под ред. И.Т. Касавина. М., Изд-во «Канон+», 1248 с.
4. Языкознание. Большой энциклопедический словарь. 1998. Под ред. В.Н. Ярцевой. М., Большая Российская энциклопедия, 665 с.

### Список литературы

1. Ахренова Н.А. 2018. Лингвопрагматика как основа интернет-лингвистики. Теория и практика иностранного языка в высшей школе, 14: 3–8.
2. Белова А.В. 2017. Лингвопрагматика переписки. Лингвопрагматическая характеристика обратимой эпистолярной коммуникации (на примере переписки Ал.П. Чехова и А.П. Чехова). СПб., LAP LAMBERT, 168 с.
3. Березович Е.Л., Сурикова О.Д. 2021. О лингвопрагматике русских демонических проклятий. ШАГИ-STEPS, 7 (2): 268–287.
4. Виноградов В.В. 1959. О языке художественной литературы. М., Гослитиздат, 654 с.
5. Колесова Д.В. 2009. Интенция как базовая категория текстовой деятельности. Мир русского слова, 3: 28–31.
6. Которова Е.Г. 2019. Прагматика в кругу лингвистических дисциплин: проблемы дефиниции и классификации. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика, 23 (1): 98–115. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-98-115
7. Логинов А.В. 2009. Адресант и адресат в диалогическом пространстве. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология, 2: 49–54.
8. Матвеева Г.Г. 1993. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего. Дис. ... докт. филол. наук. СПб., 332 с.
9. Малюга Е.Н., Попова К.В. 2018. Лингвопрагматика речевых стратегий в социальной рекламе. Вестник Московского государственного областного университета, 4: 231–241. DOI:10.18384/2224-0209-2018-4-925
10. Норман Б.Ю. 2009. Лингвистическая прагматика (на материале русского и других славянских языков). Минск, БГУ, 183 с.
11. Остин Д. 1999. Как совершать действия при помощи слов. В кн.: Остин Д. Избранное. Пер. с англ. Л.Б. Маковой, В.П. Рудневой. М., Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги: 13–135. (Austin J.I. 1962. How to do Things with Words: The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955. Oxford, Publ. Clarendon Press, 174 p.)
12. Саяхова Д.К. 2020. Лингвопрагматика в сфере цифровой коммуникации. В кн.: Теоретические и практические проблемы развития современной гуманитарной науки. Материалы VI Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Уфа, 17 апреля, 2020 г. Т. 2. Под ред. Ф.Г. Фаткуллиной. Уфа, Башкирский государственный университет: 83–86.
13. Серль Дж. 1987. Природа интенциональных состояний. Пер. с англ. А.Л. Никифорова. В кн.: Философия, логика, язык. Под ред. Д.П. Горского и В. В. Петрова. М., Прогресс: 96–126. (Searle J.R. 1979. What is an intentional state? Mind (Nev Series), 88(349): 74–92.)
14. Снина А.И. 2017. Понятия «Прагмалингвистика» и «Лингвопрагматика». Современные научные исследования и разработки, 9 (17): 631–632.
15. Сластен Л.М. 2018. Лингвопрагматика перевода научно-технических текстов. Дневник науки, 11 (23): 7.
16. Чернышева А.Ю. 2016. Лингвопрагматика призыва. Филология и культура, 2 (44): 152–158.



17. Шугаева Е.А., Сеницына И.А. 2021. Лингвопрагматика рекламных текстов (на материале социальной рекламы против курения). Гуманитарные и социальные науки, 2: 169–178. DOI: 10.18522/2070-1403-2021-85-2-169-178

## References

1. Akhrenova N.A. 2018. Lingvopragmatics as the basis for the internet-linguistics. *Teoriya i praktika inostrannogo yazyka v vysshey shkole*, 14: 3–8 (in Russia).
2. Belova A.V. 2017. Lingvopragmatika perepiski. Lingvopragmaticheskaya kharakteristika obratimoi ehpistoynarnoi kommunikatsii (na primere perepiski A.I.P. Chekhova i A.P. Chekhova). [Linguopragmatics of correspondence. Linguopragmatic characteristics of reversible epistolary communication (on the example of correspondence between A.I.P. Chekhov and A.P. Chekhov)]. SPb., Publ. LAP LAMBERT, 168 p.
3. Berezovich E.L., Surikova O.D. 2021. On linguopragmatics of Russian imprecations mentioning evil forces. *SHAGI-STEPS*, 7 (2): 268–287 (in Russia).
4. Vinogradov V.V. 1959. O yazyke khudozhestvennoy literatury [About the language of fiction]. M., Publ. Goslitizdat, 654 p.
5. Kolesova D.V. 2009. Intention as a basic category of textual activity. *Mir russkogo slova*, 3: 28–31 (in Russia).
6. Kotorova E.G. 2019. Pragmatics among linguistic disciplines: problems of definition and classification. *Russian journal of linguistics*, 23 (1): 98–115. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-98-115 (in Russia).
7. Loginov A.V. 2009. Speaker and adrese in a dial ogue. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Russkaya filologiya*, 2: 49–54 (in Russia).
8. Matveeva G.G. 1993. Skrytye grammaticheskie znacheniya i identifikatsiya sotsial'nogo litsa («portreta») govoryashchego [Hidden grammatical meanings and identification of the social person ("portrait") of the speaker]. Dis. ... doct. philol. sciences. SPb., 332 p.
9. Malyuga E.N., Popova K.V. 2018. Lingvopragmatika rechevykh strategiy v sotsial'noy reklame [Linguopragmatics of speech strategies in social advertising]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*, 4: 231–241. DOI: 10.18384/2224-0209-2018-4-925
10. Norman B.Yu. 2009. Lingvisticheskaya pragmatika (na materiale russkogo i drugikh slavyanskikh yazykov) [Linguistic pragmatics (on the material of Russian and other Slavic languages)]. Minsk, Publ. BGU, 183 p.
11. Ostin D. 1999. Kak sovershat' deystviya pri pomoshchi slov [How to Take Action with Words]. In: Ostin D. *Izbrannoe* [Favorites]. Per. from English L.B. Makeeva, V.P. Rudneva. M., Publ. Ideya-Press, Dom intellektual'noy knigi: 13–135. (Austin J.I. 1962. *How to do Things with Words: The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955*. Oxford, Publ. Clarendon Press, 174 p.)
12. Sayakhova D.K. 2020. Lingvopragmatika v sfere tsifrovoy kommunikatsii [Linguopragmatics in the field of digital communication]. In: *Teoreticheskie i prakticheskie problemy razvitiya sovremennoy gumanitarnoy nauki* [Theoretical and practical problems of the development of modern humanitarian science]. Materials of the VI International Scientific and Practical Conference of Students, Undergraduates, postgraduates and Young Scientists, Ufa, April 17, 2020. Vol. 2. Ed. F.G. Fatkullinova. Ufa, Publ. Bashkirskiy gosudarstvennyy universitet: 83–86.
13. Ser' Dzh. 1987. Priroda intentsional'nykh sostoyaniy [The nature of intentional states]. Per. from English A. L. Nikiforova. In: *Filosofiya, logika, yazyk* [Philosophy, logic, language]. Ed. D.P. Gorsky and V.V. Petrov. M., Publ. Progress: 96–126.
14. Sinina A.I. 2017. Ponyatiya «Pragmalingvistika» i «Lingvopragmatika» [The concepts of "Pragmalinguistics" and "Linguopragmatics"]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i razrabotki*, 9 (17): 631–632.
15. Slasten L.M. 2018. Linguopragmatics of scientific-technical texts translation. *Dnevnik nauki*, 11 (23): 7.
16. Chernysheva A.Yu. 2016. Linguopragmatics of the appeal. *Philology and Culture*, 2 (44): 152–158 (in Russia).



17. Shugaeva E.A., Sinitsyna I.A. 2021. Linguo-pragmatics of advertising texts (based on the material of social advertising against smoking). *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2: 169–178. DOI: 10.18522/2070-1403-2021-85-2-169-178 (in Russia).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Чумак-Жунь Ирина Ивановна**, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка и русской литературы Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

**Ковалева Светлана Викторовна**, аспирант, ассистент кафедры русского языка и русской литературы Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Irina I. Chumak-Zhun**, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Russian Language and Russian Literature, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia

**Svetlana V. Kovaleva**, Postgraduate Student, Assistant of the Department of Russian Language and Russian Literature, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia



УДК 811.161.1

DOI 10.52575/2712-7451-2021-40-4-554-567

## Особенности выражения метатекста в лирике Б.Л. Пастернака: аспект номинационно-синтаксического семиозиса

**Царева Н.А.**

Пятигорский государственный университет,  
Россия, 357532, г. Пятигорск, Ставропольский край, пр. Калинина, 9  
E-mail: professorburov@rambler.ru

**Аннотация:** Несмотря на многочисленные и разносторонние исследования в области русской поэтической картины мира, в филологии все еще отсутствует характеристика метатекстового ракурса осмысления роли автора как языковой личности, организующей пространство поэтического текста. В связи с этим в статье поставлена цель – на материале лирики Б.Л. Пастернака выявить характер авторского метатекстового присутствия, определяющегося антропогенным подходом к поэтическому тексту как производному творческой синергии поэта и окружающего его мира, и задействованием при этом ресурсов синтаксической номинации. В результате анализа употребления синтаксических наименований в пастернаковском тексте доказано, что условия для формирования номинационно-синтаксических единиц возникают благодаря тесноте, сжатию и сукцессивности стихового ряда. Сделан вывод о том, что по мере созревания лирического героя Пастернака наблюдается трансформация соотношения текста и метатекста, вызванная изменениями в проявлении индивидуального мировосприятия. Автором статьи впервые рассмотрен метатекстовый ресурс синтаксической номинации в поэтическом тексте, что вносит вклад в современную лингвистику художественного текста.

**Ключевые слова:** Б.Л. Пастернак, поэтическая картина мира, синергия, метатекст, метатекстовый оператор, синтаксическая номинация, эстетико-эвристическое измерение

**Для цитирования:** Царева Н.А. 2021. Особенности выражения метатекста в лирике Б.Л. Пастернака: аспект номинационно-синтаксического семиозиса. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 40 (4): 554–567. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-554-567

---

---

## Features of Expression of Metatext in Lyrics B.L. Pasternak: Aspect of Nomination-Syntactic Semiosis

**Nina A. Tsaryova**

Pyatigorsk State University,  
9 Kalinin St, Pyatigorsk 357532, Russian Federation  
E-mail: professorburov@rambler.ru

**Abstract.** Despite numerous and versatile studies in the field of the Russian poetic picture of the world, philology still lacks a characteristic of the metatext perspective of understanding the role of the author as a linguistic personality organizing the space of a poetic text. In this regard, the author set a goal – based on the lyrics of B.L. Pasternak to reveal the nature of the author's metatext presence, which is determined by an anthropogenic approach to the poetic text as a derivative of the creative synergy of the poet and the world around him, and by using the resources of syntactic nomination. As a result of the analysis of the use of syntactic names in the Pasternak text, it was proved that the conditions for the formation of nominal-syntactic units arise due to the tightness, compression and successiveness of the verse series. In this case, the poet receives not only complete freedom of choice

and the main attribute of the denotation and the circumstances accompanying the disclosure of the signs of the signified, but also the opportunity to create new nominal structures in the space of the text that contain elements of meta-commentary, include subjective-evaluative moments, fix the author's presence in the text. The main metatextual "threads" in a poetic text are intratextual units of syntactic nomination. It is concluded that as the lyrical hero of Pasternak matures, there is a transformation in the ratio of text and metatext caused by changes in the manifestation of individual world perception. The author of the article is the first to consider a metatext resource of syntactic nomination in a poetic text which contributes to modern linguistics of an artistic text.

**Key words:** B.L. Pasternak, poetic picture of the world, synergy, metatext, metatext operator, syntactic nomination, aesthetic-heuristic dimension

**For citation:** Tsaryova N.A. 2021. Features of Expression of Metatext in Lyrics B.L. Pasternak: Aspect of Nomination-Syntactic Semiosis. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (4): 554–567 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-554-567

---

### Введение

Языковая материя находится в непрерывном движении и развитии, и поэтому многие аспекты речевой деятельности неизбежно остаются непознанными. Не выявленные ранее моменты, по мнению Т.М. Николаевой, «могут быть продуктом нового времени, формироваться сейчас. Они могут также быть отпечатком, "следом" былых, почти нейтрализованных, оппозиций. Тогда они связаны с тем, что предлагается назвать "скрытой памятью" языка» [Вербальная и невербальная опоры, с. 7]. Особенно показательно это для языка художественной литературы, в частности поэтического дискурса, который специфичен тем, что «не отображает мир, а, преломляя и интерпретируя поступающую в языковое сознание информацию, становится своеобразным смыслогенерирующим и миропорождающим "устройством", создает собственный мир со своими правилами, ментальный фрагмент "одного из возможных миров"» [Чумак-Жунь 2014, с. 22].

Вскрытие, дешифровка явлений, в которых запечатлены следы «скрытой памяти», во многом определяется характером авторского проявления в тексте, участием индивидуальной языковой личности в превращении потенциальной энергии словаря в кинетическую энергию синтаксиса, когда автор таким образом организует текстовое пространство, что начинает действовать конструктивно-стилевой вектор «беллетристикум» как «достижение в себе то ли сознанием, то ли ощущением строя образов, мыслей, чувств, звуков в такой связи, в какой они до того не связывались никем» [Костомаров 2005, с. 107].

Язык поэтического текста – это «не просто средство технической обработки, но и само бытие, которое надо духовно открыть» [там же, с. 109], выявить веками накапливаемую в нем духовную энергию. Поэт как языковая личность не только создает текст, но и формирует его метатекстовое пространство – авторский комментарий, характеристику, оценку авторского подхода к изображению.

Рассматривая авторский метатекст в поэтическом тексте, необходимо разграничить термины «метатекст» и «метаязык».

Введя одним из первых в научный оборот термин «метаязык», Р. Якобсон выделил «"объектный язык", на котором говорят о внешнем мире, и метаязык, на котором говорят о языке» [Якобсон, 1975, с. 201]. Позже о «языке – объекте» и о «метаязыке» как об искусственном языке исследования предмета, зачастую становящемся самим «новым языком – объектом...», писал Р. Барт [1994, с. 131–132]. Метатекст же – понятие, которое, будучи метаязыковым, позволяет рассматривать текст в иной плоскости, обозначая текстовый языковой материал, который «не добавляет что-либо в содержание суждения, но направлен на то, чтобы помочь получателю систематизировать, интерпретировать или оценивать данную информацию» [Hyland, 19]. Метатекстовые элементы текста способ-





ствуют вербализации авторских интенций, связанных с названием текста, элементами его развертывания и номинацией реализуемых при этом шагов, с выражением отношения к тексту, его адресации и т.д. [Шаймиев, 1999]. Расшифровывая сказанное в тексте, комментируя его, метатекст упрощает понимание его смысла. Однако это естественно в отношении нехудожественной речи и выступает, по мнению исследователей, в качестве «подлинно научного подхода к объекту, пути теоретической абстракции, научного обобщения [Иванов, 2007, с. 43]. В этом плане «целесообразно считать метатекст категорией, которая понимается значительно шире метаязыка» [Иванников, 2017, с. 339]. Так реализуется семантика терминологического компонента *мета-*, которая «отражает одно из важнейших свойств языка – его рефлексивность, понимаемую как способность языка описывать самое себя» [Гурочкина 2009, с. 52].

Что же касается речи художественной и прежде всего поэтической, то здесь картина иная. «Громадная работа художника над словом имеет конечную целью его преодоление, ибо эстетический объект вырастает на границах слов, границах языка как такового; но это преодоление материала носит чисто имманентный характер, художник освобождается от языка в его лингвистической определенности не через отрицание, а путем имманентного усовершенствования его...» (курсив наш. – Н.Ц.) [Бахтин 1986, с. 68].

Расшифровка «скрытой памяти – это, в частности, выход в авторский текст в поисках его метатекстовых составляющих, позволяющих говорить о метамодалности текста как таком проявлении авторской модальности, которое устанавливает присутствие автора и его позиции в отношении изображаемого: текст как «смысл» соотносится со своим «собеседником» – новым текстом, формируемым автором в базовом тексте, который «оказывается способным к саморазвитию» [Лотман, 2002, с. 67]. Важнейшим условием создания поэтического текста является способность его автора к *синергии* (греч. *συνεργία* – сотрудничество, содействие, помощь, соучастие, сообщничество) как фактору открытия автором антропогенного ресурса текста и – шире – дискурса в процессе творческого познания мира (ср. иной подход к понятию синергетичности поэтического текста, основанный на определении самоорганизующихся экзистенциальных смыслов [Муратова 2012]). Раскрывая в лирическом дискурсе свое индивидуальное начало и реализуя метапрагматические установки, языковая личность автора в итоге приходит к открытию для себя и для читателя того нового, что составляет специфику идиостилевой дискурсивности как субъективного, присущего только данному поэту «погружения в жизнь». Синергическое взаимодействие с тем, что вдохновляет поэта на творческую деятельность, сообщает эстетический импульс, ведет его воображение как бы «изнутри», делает процесс создания *открытием* («стихи не пишутся – случаются», по выражению А.А. Вознесенского), и метатекстовые средства – это «ключи» к познанию как приобщению, постижению того, что изначально находится «внутри» творимого текста и чье декодирование имеет ценность как *сам процесс постижения творения* в момент встречи количеств энергии творческого движения, с одной стороны, уже заложенного генетической исторической памятью, а с другой – метакомментария как открытия, обнажения авторского поиска, развертываемого в тексте.

Есть предположение, что при этом закладывается еще и момент *памяти предвещающей*, опять же на основании метатекстового декодирования, которое раскрывает эстетическое представление автора поэтического слова о мире, смысле его развития и способах его познания в языке, формирует поэтическую картину мира как его образ (В. фон Гумбольдт), выражает предчувствие, предвидение, иногда даже предсказание, пророчество о будущем.

### Объект, цель и методы исследования

Объектом настоящего исследования является поэтический дискурс великого русского художника слова Б.Л. Пастернака, а собственно предметом осмысления – выраже-

ние метатекста в процессе проявления поэтической синергии автора на антропогенном уровне поэтического дискурса.

Цель работы – на материале пастернаковской лирики зрелого периода творчества выявить характер авторского метатекстового присутствия, определяющегося индивидуальным и имманентным подходом к тексту как производному творческой синергии поэта и окружающего его мира, и задействованием при этом ресурсов синтаксической номинации.

Авторское именование фрагментов картины мира, осуществляемое с помощью производных номинационно-синтаксического семиозиса – синтаксических обозначений различного структурного типа [Буров, 2012], рассматривается нами с учетом их метатекстового употребления не только в отдельном стихотворном тексте, но и в составе поэтического цикла (ПЦ). Для анализа выбраны тексты, наиболее ярко отражающие эволюцию поэтической синергии поэта и, соответственно, характера авторского метакомментирования. Методы исследования пастернаковского текста, вписывающиеся в антропоцентрическую парадигму языка, тем не менее, приобретают, как мы уже отметили, ракурс антропогенности. Ставшее уже привычным мнение, согласно которому познание действительности и его закрепление в языковой картине мира происходит в процессе деятельности человека и утверждения в сознании определенной антропоцентрической системы материальных и духовных ценностей, получающих свое именование, справедливо лишь тогда, когда языковые факты отражают синергию автора и Творца, чей промысел заложен в органике языка и является источником его эстетической энергии. Данный момент определяет ракурс применения автором статьи таких методов исследования поэтического текста Б.Л. Пастернака, как когнитивный, дискурсивный, лингвостилистический, текстологический, номинационно-синтаксический, а также приемов гармонической организации текста и метатекста и другое.

### Специфика поэтического метатекста

В ходе исследования были в основном проанализированы поэтические тексты, созданные Б.Л. Пастернаком<sup>1</sup> в последние десятилетия творческого пути. Прежде чем характеризовать особенности метатекстовой синергии и способы ее раскрытия, ярко обогатившиеся именно в этот период, определимся с нашим пониманием поэтического метатекста.

Мы рассматриваем поэтический метатекст как особую систему «средств репрезентации присутствия авторской языковой личности в пространстве ею же создаваемого текста» [Буров, 2016, с. 6]. Формируемый личностью автора «метатекстовый интерьер» текста «является результатом не просто авторской организации, но скорее *внутренней самоорганизации* художника слова, когда активизируются такие "начала", как синергетика, ментальность, идентичность, личностная имманентность и др.» [Буров, 2016, с. 6].

Подчеркнем, что данный подход к изучению метатекста вполне коррелирует с уже сформировавшейся научно-исследовательской традицией, которая развивает идеи А. Вежбицкой, оказавшие существенное воздействие на большинство точек зрения, которые отражают лингвистический ракурс интерпретации рассматриваемого понятия. В частности, это высказанная А. Вежбицкой плодотворная мысль, согласно которой корреляция «язык – объект vs метаязык соотносится с оппозицией *высказывание о предмете vs высказывание о самом высказывании*» [Вежбицкая, 1978, с. 403]. Рассматривая любой текст как двутекст – сам текст и комментирующую часть к нему, А. Вежбицкая понимает метатекст как текст в тексте, включающий «слова и выражения, имеющие референтом определенный текст и указывающие на тему высказывания, на связь между фрагментами текста; выявляющие от-

---

<sup>1</sup> Пастернак Б.Л. 1985. Избранное. В 2-х т. Стихотворения и поэмы. М., Художественная Литература.



странение говорящего от своих слов; эксплицитно или имплицитно упоминающие сам процесс речи – это метаорганизаторы и метатекстовые компоненты» [там же].

Эти «метаорганизаторы», по мнению Т.В. Шмелевой, имеют модальную природу и «присутствуют в высказывании незримо, зримое их присутствие – сигнал нарушения стандартов общения» [Шмелева, 1994, с. 27]. Л.А. Савицкая также считает, что эти «метасмыслы» «отражают рефлексию говорящего не над диктумным содержанием, а над самой формой (планом выражения) высказывания» [Савицкая, 2009, с. 347]. Имеется в виду выражение модуса – модальности, присущей метатексту.

Мы считаем, что распространенное в современной лингвистике представление о соотношении метатекста и *рефлекси́ва*, терминологической единицы, которая «подчеркивает главную, родовую черту метаязыковых образований – наличие языковой рефлексии, направленность языкового сознания на познание самого себя» [Вепрева, 2005, с. 77], нуждается в уточнении. Утверждая, что «рефлексив и метатекст соотносятся с языковой рефлексией по-разному», справедливо, если развести сферы действия данных явлений: с одной стороны, это сфера нашего сознания, где возникает, по мнению И.Т. Вепревой, «коммуникативное и когнитивное напряжение в речемыслительной деятельности», вызывающее рефлексию [Вепрева, 2003, с. 6], а с другой – область речевого плана, аспект вербализации языковых рефлексий. В таком случае справедливо и утверждение Е.Б. Иванникова о том, что «рефлексив выражает языковую рефлексию, а метатекст выступает как высказывание о высказывании; следовательно, в метатексте необязательно должна присутствовать только языковая рефлексия» [Иванников, 2017, с. 344]. Действительно, метатекст формирует речевой план языковой рефлексии, и кроме собственно речевых вербализаторов метатекстовую природу могут иметь и невербальные средства языка, в частности интонационные.

Независимо от способов выражения языковой рефлексии в метатексте его употребление связано прежде всего с модусом высказывания – модальностью, присущей метатексту как органической части текста. Г.Я. Солганик справедливо утверждает, что «во всех элементах речи – от слова и словосочетания до текста – субъективная (текстовая) модальность выступает как важнейший компонент образования речи, ее элементов, значения, стиля, тональности» [Солганик, 2010, с. 132]. И.Р. Гальперин подчеркивает, что в лирике субъективно-оценочная характеристика предмета мысли главенствует: «Не будет преувеличением сказать, что поэтические тексты насквозь модальны» [Гальперин, 2008, с. 115]. Думается, речь здесь должна идти о проявлении авторской модальности, которая специфична на уровне метатекста и может квалифицироваться как *метамодальность*. Особый индивидуально-авторский оценочный пласт метатекста коррелирует со своеобразным ограничением концептуального содержания поэтической картины мира и проявлением «особого "фильтра" – метаконцепта Поэтическое» [Маслова, 2011]. Именно это, скорее всего, имел в виду Д.С. Лихачев, когда характеризовал концепт как «не просто алгебраическое выражение, не знак и не символ, а послание (message)»<sup>1</sup>.

Сама гармоническая организация поэтического текста, основанная на определенном ритмомелодическом интонационном рисунке, такова, что способствует предельному обнажению природы номинации как имени. По А.Ф. Лосеву, в имени энергия сущности вещи «достигает своего полного определения. <...> ...Имя и есть расцветшее и созревшее сущее. <...> Имя – как максимальное напряжение осмысленного бытия вообще – есть также и основание, сила, цель, творчество и подвиг... всей жизни...» [Лосев, 1999а, с. 152]. Вполне закономерно, что эта сущностная энергия находит для своего выражения в процессе употребления в тексте не только однословную, но и аналитическую, расчлененную форму синтаксической единицы – словосочетания, придаточного, целого высказывания, даже связного текста как производных номинационно-синтаксического семиозиса [Буров 2012].

<sup>1</sup> Лихачев Д.С. 1985. Борис Леонидович Пастернак. В кн.: Пастернак Б.Л. Избранное. В 2-х т. Т. 1. Стихотворения и поэмы. М., Художественная литература: 3–28

### Номинационно-синтаксический ракурс поэтического метатекста Б.Л. Пастернака

Поэтический текст Пастернака прекрасно раскрывает эстетическо-энергетический потенциал синтаксической номинации. Само имя денотата, будучи репрезентантом определенного концепта, создает образное представление о нем посредством расчленения его внутренней формы в *пространстве синтаксического наименования*, когда автору – и в тексте, и в метатексте – открывается атрибутика синергически познаваемого объекта. В самом деле, сравним:

*Из кухни вид. Оконце узкое  
За занавескою в оборках,  
И ходики, и утро русское  
На русских городских задворках.*

*И золотая червоточина  
На листьях осени горбатой,  
И угол, бомбой развороченный,  
Где лазали его ребята.*  
(Зарево)

Стандартная модель односоставного номинативного предложения (*Из кухни вид*), «свертывающего» в пространстве субстантивного именованного пропозицию ситуации, при расширении в правом тексте получает постпозитивное уточнение, распространение, за счет *латентного позиционного предикцирования атрибуции*, в виде одного или нескольких атрибутивных признаков (вплоть до предикативного фразового осложнения «где лазали...» в последней конструкции), которые эксплицируют основание номинации, ее внутреннюю форму. Автор за счет синтаксических ресурсов текста формирует номинационные дескрипции, восполняя тем самым словарную недостаточность и решая свои индивидуальные задачи изображения [Буров 2012, с. 148]. Это и есть проявление авторского метатекста, задействующего потенциал структурно-функциональной «пружины» внутренней динамики – в данном случае именного плана, энергии, скорее больше потенциальной, чем кинетической.

Метатекстовые «послания» – комментарии автора в пастернаковском тексте характеризуются разноплановостью, проявляясь как на уровне отдельно взятого стихотворного текста, так и на уровне поэтического цикла. Рассмотрим вначале проявление метатекстовых «нитей», функционирующих в пространстве отдельного лирического произведения поэта.

Мы считаем, что в основании поэтического метода Пастернака лежит не художественное расчленение окружающего мира и рожденных им образов и представлений, а образное восприятие и представление мира *таким, каков он есть во всей простоте, естественности, полноте и гармонической целостности его проявлений*. Сказанное становится основанием для понимания и языка – объекта поэтического пастернаковского текста, и его метаязыка – авторского метатекста.

Вся сложность – в выборе подхода к поэтической вербализации того, что есть «*самое самое*» [Лосев 1999а] в окружающем мире и его деталях – их сущность, воплощаемая образно как именно *пастернаковская*. В этом проявляется все: и поэтическая картина мира, и языковая личность, и идиостиль, и соотношение поэтического текста и метатекста. Многомерность Вселенной Пастернака динамична и может опираться прежде всего на экспрессию русского синтаксиса, чей богатейший ресурс сочетаемости и комбинаторики очевиден и позволяет реализовать любые факты словообразования и словоупотребления. Более того, в синтаксическом пространстве отражаются и семиотическая динамика, и син-



таксичность семантики любой единицы номинации – как однословной, так и аналитической [Гак, 1998]. Метатекст способен представить проекцию семантики, к примеру, концепта, являющегося смысловым и экспрессивным «стержнем» лирического текста.

Думается, для интерпретации подхода к поэтической вербализации того, что есть в пастернаковском идиостиле *сáмое самó* как именно *пастернаковское*, вполне применима методика, основанная на номинационно-синтаксическом семиозисе и употреблении единиц синтаксической номинации в тексте. Синтаксическая номинация, на наш взгляд, вполне обладает объяснительной силой в случае с особенностями идиостиля Пастернака, спецификой его языковой личности и поэтической картины мира, с соотношением поэтического текста и метатекста, и др. Главное же, что делает номинационно-синтаксический семиозис прерогативой пастернаковской поэзии, – это специфика авторского понимания номинации и ее внутренней формы, раскрывающейся в атрибуции.

Метатекст раскрывается в тексте, в частности, через атрибуцию как основание, внутреннюю форму номинации. Очевидно, в случае с пастернаковским текстом целесообразно рассматривать атрибуцию не только на уровне отдельного именованного и его ближайшего контекста, но и всего поэтического текста и даже на уровне поэтического цикла. В данной статье внимание уделяется метатекстовой функции синтаксической номинации в пределах отдельно взятого лирического текста.

Выражение атрибуции как основы номинации в поэтическом тексте обусловлено характером предикативного признака, лежащего в основании наименования. Сжатие стихового ряда [Тынянов, 1993, с. 87] актуализирует разнообразие способов и характера выражения атрибутивного признака, в частности – характер и способы его предикативности в тексте. Действие «пружин» именованного включается благодаря динамическому равновесию стихового ряда и структурно-семантического пространства синтаксической единицы. Вскрываются дополнительные семантические оттенки, не только несущие скрытые смыслы, но и являющиеся собственно авторскими «вкраплениями» метатекстового характера.

Взять, к примеру, фразовую номинацию – одно из наиболее изученных и ярких средств синтаксического обозначения. Будучи основано на гипотаксисе – строгой коррелятно-релятной местоименно-соотносительной модели нерасчлененного подчинения [Максимов 2011, Буров 2012], оно обычно встречается далеко не у каждого автора поэтического текста. Пастернак, особенно в зрелый период творчества, отдает предпочтение простым и сочинительно-бессоюзным конструкциям в целом, что уже само по себе исключает использование фразовой номинации. Одним из редких случаев обращения поэта к фразовому обозначению встречаем в конце первой строфы стихотворения «Гамлет» (1946):

*Гул затих. Я вышел на подмости.  
Прислонясь к дверному косяку,  
Я ловлю в далеком отголоске,  
Что случится на моем веку.*

Фразовая номинация (*Что случится на моем веку*) помогает автору за счет структурно-семантической возможности спроецировать предикативный признак в будущее, сохранить при этом обобщающий характер значения, тем самым расширив «зрительный зал, – по тонкому замечанию И.И. Чумак-Жунь, – до размеров вселенной» [Чумак-Жунь 2006, с. 56]. Возникающая интертекстуальная ассоциация с шекспировским «Весь мир – театр, все люди в нем – актеры» формирует метатекстовый план – принципиальную авторскую корреляцию как вектор жизненного пути и автора, и его героя: *человек – мир* [Чумак-Жунь 2006, с. 56].

Сравним еще один из немногочисленных примеров в тексте, датированном 1953 годом:

*Мне далекое время мерещится,  
Дом на Строне Петербургской.  
Дочь степной небогатой помещицы,  
Ты – на курсах, ты родом из Курска.  
<...>  
Фонари, точно бабочки газовые,  
Утро тронуло первую дрожью.  
**То, что тихо тебе я рассказываю,**  
Так на спящие дали похоже.  
Мы охвачены тою же самою  
Оробелою верностью тайне,  
Как раскинувшийся панорамой  
Петербург за Невою бескрайней.  
(Белая ночь)*

Благодаря предикативной форме фразового обозначения (*То, что тихо тебе я рассказываю*) автор включает свой метаголос в поэтический диалогический дискурс («тебе я рассказываю»), дает характеристику происходящего («тихо») и обобщает детали разговора лирического героя с героиней («то, что»). Активизируется синтаксическая динамика номинации как предикация атрибутики и спроецировано авторское отношение к синтаксическому пространству номинации семантики сложного концепта (он представлен в названии текста). С завуалированной семантикой перифрастического наименования, рассказываемого «тихо», частично ассоциируется значение правого по отношению к фразовой номинации текста, где говорится об «оробелой верности тайне», которая окутывает белыми ночами Петербург и сближает его панораму с «тихо» звучащими словами лирического героя Пастернака.

Или – еще редкий пример задействования Пастернаком метатекстового ресурса фразового наименования в тексте стихотворения «Никого не будет в доме»:

*Ты появишься у двери  
В чем -то белом, без причуд,  
В чем -то, впрямь из тех материй,  
Из которых хлопья шьют.*

Фразовая номинация, осуществляемая в данном тексте, свидетельствует не только о функционально-прагматической гибкости и динамизме данного типа обозначения, его пластичности, но и об авторском ощущении внутренних динамических ресурсов «дыхания» грамматики текста: в частности, это употребление местоименных «исходов» (Н.Ю. Шведова), местоименной сочетаемости и возникающей на ее основе аппроксимационной описательной номинации «в чем-то белом» и ее синтаксического развертывания в процессе следования за ускользающим мгновением бытия. Уточняющая фразовая номинация (из *тех материй, из которых хлопья шьют*) насыщена лексикой таинственности и необычности (наряд любимой шит из чистой «снежной материи»), что способствует передаче состояния зыбкого, нечеткого движения чувств. Динамика снежной стихии – одна из любимых сквозных метатекстовых линий пастернаковской поэзии (ср. написанное четверть века спустя «Снег идет» и др.). Являясь ярко выраженным речевым средством номинации, характерным для динамического синтаксиса, фразовое обозначение своим употреблением утверждает принципы витализма, характерные и для отечественной кар-

тины мира послепушкинской эпохи развития русского литературного языка, и для идиостиля Пастернака.

Метатекстовое употребление фразовой номинация связано с функционально-прагматической заданностью строгой коррелятно-релятной модели в составе полипредикативной сложноподчиненной структуры нерасчлененного типа [Максимов, 2011]. Гипотаксис, в отличие от паратаксиса, а также асиндетона, предполагает такой путь выражения авторского образного представления о денотате, которое основано на известном структурировании, уточнении, конкретизации как «разрушении» целостности, объемности, масштабности объекта поэтического описания. Как раз это органически не свойственно идиостилю Пастернака, который тяготеет к синтезу, объемности изображения.

Его стихия – насыщение непредикативных словосочетаний скрытой потенциальной предикацией, когда синтаксическая номинация явления рождается прямо в тексте в условиях полнейшей свободы авторского выбора атрибутики внутренней формы и именно с таким расположением топики в цепи элементов пространства номинационно-синтаксического отрезка, который соответствует выражению их естественных отношений и связей в изображаемом фрагменте картины мира. Например:

*Осень. Сказочный чертог,  
Всем открытый для обзора.  
Просеки лесных дорог,  
Заглядевшихся в озера.*

*Как на выставке картин:  
Залы, залы, залы, залы  
Вязов, ясеней, осин  
В позолоте небывалой.*

*Липы обруч золотой –  
Как венец на новобрачной.  
Лик березы – под фатой  
Подвенечной и прозрачной.  
(Золотая осень)*

Номинационно-синтаксический «взгляд» Пастернака в данном контексте основан на стремлении максимально объемно и полно представить рисуемые образы с помощью распространения гибких и емких односоставных номинативных конструкций. Это свидетельствует и о функционально-прагматической гибкости и динамизме данного способа именования как познания мира, и о метатекстовом векторе употребления данных единиц. Авторская репрезентация глубинных, скрытых смыслов при употреблении синтаксической номинации в поэтическом тексте напоминает распрямляющуюся структурно-семиотическую «пружину», вскрывающую коммуникативный, когнитивный и экспрессивный потенциал индивидуально ощущаемой картины мира, причем ощущаемой прежде всего в ее именовании и их атрибуции как основы внутренней формы, включающей и метатекстовый момент.

Следовательно, в отдельном поэтическом тексте метатекстовый ракурс присутствия автора обусловлен конкретными художественно-изобразительными задачами представления определенного денотата и его признаков.

Несколько иная картина наблюдается в пространстве поэтического цикла (ПЦ), когда выражение атрибутивного признака маркировано конкретными изобразительными задачами, решаемыми уже целым текстовым фрагментом как органическим компонентом пространства ряда текстов. В задачи данной статьи характеристика метатекстового

статуса пастернаковского ПЦ не входит. Заметим только, что в зрелой лирике Пастернака наблюдается трансформация соотношения «текст – метатекст», вызванная изменениями в проявлении индивидуального авторского начала. Это связано с тем, что для пастернаковского творческого метода ПЦ как *своеобразная сюитная форма* в заключительный период творчества играет роль важнейшего структурно-композиционного средства не только представления собственно картины мира и ее фрагментов, но и пояснения авторского пути ее познания, то есть метакомментария. Это распространяется и на глобальный ракурс индивидуально-авторского миропонимания, и на выражение личного отношения к окружающей поэта советской действительности конца 30–50-х гг. XX века. Текст Пастернака становится его единственным оружием в поединке с целой системой, в то время как метатекст как способ позиционирования автора текста превращается, на наш взгляд, в своеобразный индикатор авторского отношения к современному миру посредством включения в него обобщения глобального философского, нравственного и эстетического опыта многовековой монументальной Человеческой Культуры, в том числе – событий Христианской истории.

Являясь ярко выраженным речевым способом номинации, характерным для динамического синтаксиса, синтаксическая номинация своим употреблением позволяет автору не только представить свой «объемный» взгляд на обозначаемое, но и за счет номинационной сочетаемости направить восприятие текста по пути естественного отражения жизненных процессов, воплощая принципы витализма, характерные и для отечественной картины мира послепушкинской эпохи развития русского литературного языка, и для идиостиля великого поэта.

### Заключение

Б.Л. Пастернак принадлежит к тем уникальным художникам слова, творческая манера которых выделяется на фоне не только их предшественников и современников, но и тех, кто живет и творит после них. Эта «инакость» вместе с тем не есть превознесение себя над другими, какое-то обособление, самоизоляция художника-анахорета. Напротив, это как раз обратное, – А.Ф. Лосев называет это «самостью» – постоянным поиском в окружающем мире и его деталях того, что есть их «самое самое», их сущность. «Хорошо видеть самое самое в космосе, в Боге, во всех вещах, взятых как целое, – пишет философ. Но еще лучше не потерять его из вида в вещах мелких, частичных, случайных, временных и никому не интересных. На них-то как раз и выступает с элементарнейшей очевидностью вся простота, но и вся неприступность, вся абсолютность этого самого самого» [Лосев 1999, с. 505].

В основании метода изображения мира в пастернаковской поэзии лежит, как мы считаем, *естественная данность гармонии целого*, проявляющаяся в самых обыденных явлениях, фактах, предметах, ситуациях, причем в той последовательности, в какой они оказываются в поле зрения авторского восприятия и соответствующего фрагмента поэтической картины мира. Поэтому наиболее приемлем для определения характера идиостиля Пастернака подход с позиций *синергии* как сотрудничества, соработничества автора и окружающего мира, в нашем случае – поэта и Творца, открывающего только ему лично его – единственный – субъективный, индивидуально ощущаемый и имманентный путь художественного познания мира.

Наши наблюдения показывают, что важную роль в выражении метатекстового плана у Пастернака играет авторское употребление производных номинационно-синтаксического семиозиса. Использование когнитивно-дискурсивного потенциала единиц синтаксической номинации отвечает главному принципу изображения действительности в пастернаковской поэзии – образному представлению мира как единого целого. Как мы убедились, идиостиль Пастернака наиболее полно раскрывается с позиций *синергии*. Использование номинационно-синтаксического способа именования в решении метатекстовых задач как нельзя более полно и адекватно соответствует пастернаковскому вос-





приятию действительности и формированию в его сознании авторской поэтической картины мира.

Очевидно, однако, и то, что поэтический текст такой многогранной и сложной языковой личности, как Б.Л. Пастернак, предполагает и иные способы и средства раскрытия авторского метатекста, что лишний раз должно свидетельствовать об актуальности эвристического ракурса интерпретации языка высокой поэзии. В.П. Григорьев в свое время выдвинул идею четырехмерного пространства языка, в котором семантика, синтактика и прагматика языка дополняется *эвристикой*. Как считает этот исследователь, в сфере современных гуманитарных исследований «...речь могла и должна бы идти, без иллюзий и преувеличений, об уверенно назревавшем концептуальном сдвиге к новой парадигме не только в словесном искусстве, но и в лингвистике и филологии – о полном правом признании необходимого всей культуре (ее практикам и теориям) четвертого, так сказать, всеохватывающего и всепроникающего, *эстетико-эвристического измерения языка*» [Григорьев 2006, с. 676] (ср. близкую точку зрения в работе, в которой аналогичное измерение языкового знака связывается с проявлением «функции речевого мгновения». Считая данное измерение «точечным», автор связывает его с выражением глубинных свойств текста, скорее всего – надтекстового порядка, что требует обязательного рассмотрения его в составе целого – текста [Буров 2003, с. 147]).

Гипотеза *эстетико-эвристического измерения* поэтического текста предполагает качественную трансформацию слова в особую единицу, функционирующую только в «сильных» поэтических контекстах. Перу Пастернака принадлежат в основном только те тексты, которые В.П. Григорьев относит к «сильным». Внутренняя поэтическая форма пастернаковской лирики полностью соответствует «всеохватывающему и всепроникающему» измерению языка как Откровения великой Языковой Личности.

### Список литературы

1. Барт Р. 1994. Литература и метаязык. Пер. с фр. С.Н. Зенкина. В кн.: Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Под ред. Г.К. Косикова. М., Прогресс; Универс: 131–132. (Barthes R. 1964. Essais critiques. P., Seuil: 106–107.)
2. Бахтин М.М. 1986. Проблема содержания, материала и формы в словесном художественном творчестве. В кн.: Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. М., Художественная литература: 26–89.
3. Буров А.А. 2003. Когниолингвистические вариации на тему русской языковой картины мира. Пятигорск, Изд-во ПГЛУ, 361 с.
4. Буров А.А. 2012. Субстантивная синтаксическая номинация в русском языке. Под ред. К.Э. Штайн. Ставрополь-Пятигорск, Изд-во СГУ, 400 с.
5. Буров А.А. Бурова Г.П. 2016. Метатекстовый интерьер художественного текста. Пятигорск, Изд-во ПГУ, 183 с.
6. Вежбицкая А. 1978. Метатекст в тексте. В кн. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 8: Лингвистика текста. М., Прогресс: 402–421.
7. Вепрева И.Т. 2003. Метаязыковая рефлексия в функционально-типологическом освещении (на материале высказываний-рефлексивов 1991–2002 гг.) Автореф. ... дис. докт. филол. наук. Екатеринбург, 42 с.
8. Вепрева И.Т. 2005. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М., ОЛМА-ПРЕСС, 384 с.
9. Вербальная и невербальная опоры пространства межфразовых связей. 2004. Под ред. Т.М. Николаевой. М., Языки славянской культуры, 256 с.
10. Ветошкина З.А. 2011. Языковые средства реализации субъективной модальности в цикле Б. Л. Пастернака «Стихотворения Юрия Живаго». Культурная жизнь Юга России, 4 (42): 111–115.
11. Гак В.Г. 1998. Языковые преобразования. М., Школа «Языки русской культуры», 768 с.
12. Гальперин И.Р. 2008. Текст как объект лингвистического исследования. М., УРСС Эдиториал, 144 с.

13. Григорьев В.П. 2006. Велимир Хлебников в четырехмерном пространстве языка. Избр. работы 1958–2000-е годы. М., Языки славянской культуры, 813 с.
14. Гурочкина А.Г. 2009. Метаязык, метакоммуникация, метатекст (к объему содержания понятий). В кн. Когнитивные исследования языка. Под ред. сер. Е.С. Кубряковой. Вып.У: Исследование познавательных процессов в языке. Сб. науч. тр. Под ред. вып. Н.Н. Болдырева. М., Ин-т языкознания РАН; Тамбов, Издательский Дом ТГУ им. Г.Р. Державина: 52–57.
15. Иванников Е.Б. 2017. Языковая рефлексия: от метатекста к рефлексиву. Проблемы истории, филологии, культуры, 1(55): 337–347. DOI: 10.18503/1992-0431-2017-1-55-337-347
16. Иванов Н.В. 2007. Интертекст – метатекст: культура, дискурс, язык. В кн. Языковые контексты: структура, коммуникация, дискурс. Материалы межвузовской научной конференции по актуальным проблемам языка и коммуникации, г. Москва, 21 июня, 2007 года. М., Книга и бизнес: 43–50.
17. Костомаров В.Г. 2005. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М., Гардарики, 266 с.
18. Лихачев Д.С. 1997. Концептосфера русского языка. В кн.: Русская словесность: от теории словесности к структуре текста: антология. Под ред. В.П. Нерознака. М., Academia: 280–287.
19. Лосев А.Ф. 1999. Самое само. В кн.: Самое само: Сочинения. М., ЭКСМО-Пресс: 423–634.
20. Лотман Ю.М. 2002. Текст в тексте. В кн.: Лотман Ю.М. Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб., Академический проект: 58–78.
21. Максимов Л.Ю. 2011. Многомерная классификация сложноподчиненных предложений. Под ред. А.А. Бурова, К.Э. Штайн. Ставрополь – Пятигорск, СГУ, 680 с.
22. Маслова Ж.Н. 2011. Поэтическая картина мира и ее репрезентация в языке. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Тамбов, 44 с.
23. Муратова Е.Ю. 2012. Синергетический анализ поэтического текста. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2: 5357.
24. Савицкая Л.С. 2009. О приеме зачеркивания как средстве метакатегориальной организации модусной перспективы высказывания (на материале интернет-дневников). Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 6-2: 346–349.
25. Солганик Г.Я. 2010. Очерки модального синтаксиса. М., Флинта, Наука, 136 с.
26. Тынянов Ю.Н. 1993. Проблема стихотворного языка. Вавилон: Вестник молодой литературы, 2 (18): 86 – 90.
27. Чумак-Жунь И.И. 2006. Культурный контекст и интерпретация поэтического текста. Русский язык в школе, 2: 54–58.
28. Чумак-Жунь И.И. 2014. Поэтический текст в русском лирическом дискурсе конца XVIII – начала XXI веков. М., Директ-Медиа, 302 с.
29. Шаймиев В.А. 1999. Метадискурсивность научного текста: на материале лингвистических произведений. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб., 46 с.
30. Шмелева Т.В. 1994. Семантический синтаксис. Красноярск, Изд-во Красноярского гос. ун-та, 43 с.
31. Якобсон Р. 1975. Лингвистика и поэтика. Пер. с англ. А.И. Мельчука. В кн.: Структурализм: «за» и «против». Под ред. Е.Я. Басина, М.Я. Полякова. М., Прогресс: 193–230. (Jakobson R. 1960. Linguistics and Poetics. In: Style in Language. Ed. by Th. A. Sebeol., Cambridge, Institute of Technology).
32. Hyland K. 2005. Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing. Bodmin, Continuum International Publishing Group, 240 p.

## References

1. Bart R. 1994. Literatura i metazyzyk [Literature and metalanguage]. Per. with fr. S.N. Zenkina. In: Bart R. Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika [Selected Works: Semiotics. Poetics]. Ed. G.K. Kosikov. М., Publ. Progress; Univers: 131–132. (Barthes R. 1964. Essais critiques. P., Seuil: 106–107) (in France).
2. Bakhtin M.M. 1986 Problema soderzhaniya, materiala i formy v slovesnom khudozhestvennom tvorchestve [The problem of content, material and form in verbal art]. In: Bakhtin M.M. Literaturno-kriticheskie stat'i [Literary critical articles]. М., Publ. Khudozhestvennaya literatura: 26–89.



3. Burov A.A. 2003. Kogniolingvisticheskie variatsii na temu russkoy yazykovoy kartiny mira [Cogniolinguistic Variations on the Russian Language Picture of the World]. Pyatigorsk, Publ. PGLU, 361 p.
4. Burov A.A. 2012. Substantivnaya sintaksicheskaya nominatsiya v russkom yazyke [Substantive syntactic nomination in Russian]. Ed. K.E. Shtayn. Stavropol'-Pyatigorsk, Publ. SGU, 400 p.
5. Burov A.A. Burova G.P. 2016. Metatekstovyy inter'er khudozhestvennogo teksta [Metatextual interior of artistic text]. Pyatigorsk, Publ. PGU, 183 p.
6. Vezhbitskaya A. 1978. Metatekst v tekste [Metatext in the text]. In: Novoe v zarubezhnoy lingvistike [New in foreign linguistics]. Iss. 8: Lingvistika teksta [Issue]. M., Publ. Progress: 402–421.
7. Vepreva I.T. 2003. Metayazykovaya refleksiya v funktsional'no-tipologicheskom osveshchenii (na materiale vyskazyvaniy-refleksivov 1991–2002 gg.) [Metalanguage reflection in functional-typological coverage (based on reflexive statements of 1991–2002)]. Abstract. ... dis. doct. philol. sciences. Ekaterinburg, 42 p.
8. Vepreva I.T. 2005. Yazykovaya refleksiya v postsovetskuyu epokhu [Linguistic Reflection in the Post-Soviet Era]. M., Publ. OLMA-PRESS, 384 p.
9. Verbal'naya i neverbal'naya opory prostranstva mezhfrazovykh svyazey [Verbal and non-verbal support of the space of interphrase connections]. 2004. Ed. T.M. Nikolaeva. M., Publ. Yazyki slavyanskoy kul'tury, 256 p.
10. Vetoshkina Z.A. 2011. Yazykovye sredstva realizatsii sub"ektivnoy modal'nosti v tsikle B. L. Pasternaka «Stikhotvoreniya Yuriya Zhivago» [Language means of realizing subjective modality in the cycle of BL Pasternak "Poems of Yuri Zhivago"]. Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii, 4 (42): 111–115.
11. Gak V.G. 1998. Yazykovye preobrazovaniya [Language transformations]. M., Publ. Shkola «Yazyki russkoy kul'tury», 768 p.
12. Gal'perin I.R. 2008. Tekst kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya [Text as an object of linguistic research]. M., Publ. URSS Editorial, 144 p.
13. Grigor'ev V.P. 2006. Velimir Khlebnikov v chetyrekhmernom prostranstve yazyka. Izbr. raboty 1958–2000 -e gody [Velimir Khlebnikov in the four-dimensional space of language. Fav. works 1958–2000s]. M., Publ. Yazyki slavyanskoy kul'tury, 813 p.
14. Gurochkina A.G. 2009. Metayazyk, metakommunikatsiya, metatekst (k ob"emu sodержaniya ponyatiy) [Metalanguage, metacommunication, metatext (to the scope of the content of concepts)]. In: Kognitivnye issledovaniya yazyka [Cognitive language studies]. Ed. ser. E.S. Kubryakova. Iss. U: Issledovanie poznavatel'nykh protsessov v yazyke [Study of cognitive processes in language]. Sat. scientific. tr. Ed. no. N.N. Boldyrev. M., Publ. In-t yazykoznaniiya RAN; Tambov, Publ. Izdatel'skiy Dom TGU im. G.R. Derzhavina: 52–57.
15. Ivannikov E.B. 2017. Language reflexion: from metatext to reflexive. Journal of Historical, Philological and Cultural Studies, 1(55): 337–347 (in Russian). DOI: 10.18503/1992-0431-2017-1-55-337-347
16. Ivanov N.V. 2007. Intertekst – metatekst: kul'tura, diskurs, yazyk [Intertext - metatext: culture, discourse, language]. In: Yazykovye konteksty: struktura, kommunikatsiya, diskurs [Language contexts: structure, communication, discourse]. Materialy mezhvuzovskoy nauchnoy konferentsii po aktual'nym problemam yazyka i kommunikatsii, g. Moskva, 21 iyunya, 2007 goda. M., Publ. Kniga i biznes: 43–50.
17. Kostomarov V.G. 2005. Nash yazyk v deystvii: Ocherki sovremennoy russkoy stilistiki [Our Language in Action: Essays on Contemporary Russian Style]. M., Publ. Gardariki, 266 p.
18. Likhachev D.S. 1997. Kontseptosfera russkogo yazyka. [The concept sphere of the Russian language]. In: Russkaya slovesnost': ot teorii slovesnosti k strukture teksta: antologiya. [Russian Literature: from the Theory of Literature to the structure of the text: an anthology]. Ed. V.P. Neroznaka. M., Publ. Academia: 280–287.
19. Losev A.F. 1999b. Samoe samo. [The very thing]. M., EHKSMO-Press: 423–634.
20. Lotman YU.M. 2002. Tekst v tekste. [Text within the text]. In: Lotman Y.M. Stat'i po semiotike kul'tury i iskusstva. [Articles on the semiotics of culture and art]. SPb., Publ. Akademicheskii proekt: 58–78.
21. Maksimov L. Yu. 2011. Mnogomernaya klassifikatsiya slozhnopodchinennykh predlozheniy [Multidimensional classification of complex sentences]. Eds. A.A. Burov, K.E. Shtayn. Stavropol' – Pyatigorsk, Publ. SGU, 680 p.



22. Maslova Zh.N. 2011. Poeticheskaya kartina mira i ee reprezentatsiya v yazyke [Poetic picture of the world and its representation in language]. Abstract dis. ... doct. philol. sciences. Tambov, 44.
23. Muratova E.Yu. 2012. The synergetic analysis of a poetic text. Article one. RUDN journal of language studies, semiotics and semantics, 2: 53–57 (in Russian).
24. Savitskaya L.S. 2009. Crossing as an organizing tool of modal structure in an utterance (based on online diaries). Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod, 6-2: 346–349 (in Russian).
25. Solganik G.Ya. 2010. Ocherki modal'nogo sintaksisa [Essays on Modal Syntax]. M., Publ. Flinta, Nauka, 136 p.
26. Tynyanov Yu.N. 1993. Problema stikhotvornogo yazyka [The Problem of Poetic Language]. Vavilon: Vestnik molodoy literatury, 2 (18): 86–90.
27. Chumak-Zhun' I.I. 2006. Kul'turnyy kontekst i interpretatsiya poeticheskogo teksta [Cultural context and interpretation of the poetic text]. Russian language at school, 2: 54–58.
28. Chumak-Zhun' I.I. 2014. Poeticheskij tekst v russkom liricheskom diskurse konca XVIII – nachala XXI vekov [Poetic text in Russian lyric discourse of the late XVIII – early XXI centuries]. M., Direkt-Media, 302 p.
29. Shaymiev V.A. 1999. Metadiskursivnost' nauchnogo teksta: na materiale lingvisticheskikh proizvedeniy [Metadiscursiveness of a scientific text: on the material of linguistic works]. Abstract dis. ... doct. philol. sciences. SPb., 46 p.
30. Shmeleva T.V. 1994. Semanticheskij sintaksis [Semantic Syntax]. Krasnoyarsk, Publ. Krasnoyarskogo gos. un -ta, 43 p.
31. Jakobson R. 1975. Lingvistika i poetika. [Linguistics and Poetics]. Translated from the English by A.I. Mel'chuk. In: Strukturalizm: «za» i «protiV». [Structuralism: "for" and "against"]. Ed. E.YA. Basina, M.YA. Polyakova. M., Publ. Progress: 193–230. (Jakobson R. 1960. Linguistics and Poetics. In: Style in Language. Ed. by Th. A. Sebeol., Cambridge, Institute of Technology).
32. Hyland K. 2005. Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing. Bodmin, Continuum International Publishing Group, 240 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Царева Нина Александровна**, аспирант кафедры словесности и педагогических технологий филологического образования Пятигорского государственного университета, г. Пятигорск, Ставропольский край, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Nina A. Tsaryova**, Post-graduate student of the Department of Literature and Pedagogical Technology of Philological Education, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Stavropol Territory, Russia