

ВЕСТНИК НОВОСИБИРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Научный журнал
Основан в ноябре 1999 года

Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация

2024. Том 22, № 1

СОДЕРЖАНИЕ

Теоретическая и прикладная лингвистика

- Колар К. Сравнительный анализ вежливости как лингвистического понятия в хорватском и английском языках 5
- Тисленкова И. А. Типологический анализ коммуникативной демонстративности 17

Компьютерная и прикладная лингвистика

- Тимофеева М. К., Ильина Д. В., Кононенко И. С. Аргументативная разметка корпуса текстов научной интернет-коммуникации: жанровый анализ и исследование типовых моделей рассуждения с помощью платформы ArgNetBank Studio 27
- Чижик А. В., Садохин А. П. Опыт анализа социального самочувствия горожан: соотнесение характеристик городской инфраструктуры здоровья и тональности текстов из социальных сетей (на примере Санкт-Петербурга) 50

Когнитивные исследования и межкультурная коммуникация

- Фефелов А. Ф. Корреляция понятий *истина*, *правда*, *truth*, *vérité* в версиях Библии: количественные индикаторы 65

Перевод и переводоведение

- Краснопеева Е. С. Присутствие в «месте, которого нет»: о когнитивных и психологических механизмах удаленного устного перевода 87

Психолингвистика. Исследования языка и речи

- Белоглазова Е. В., Осмак Н. А., Шувалова Е. К. Формальные маркеры и содержательные доминанты руссоцентрического дискурса: кросс-языковое корпусное исследование 105
- Бочаров Е. В. Стратегия саморепрезентации и речевые тактики в политическом дискурсе (на материале публичных выступлений политиков Латинской Америки в ООН) 120
- Бронникова О. В., Головки А. С. Мультимодальные средства репрезентации прагматического потенциала в рекламном дискурсе 132

Мерзликина О. В. Образ собаки в галисийской этнофразеологии 145

Научные мероприятия

Шапошникова И. В., Ткач А. И. Круглый стол «Русская языковая личность в межнациональном общении» 156

Информация для авторов 159

V E S T N I K

NOVOSIBIRSK STATE UNIVERSITY

Scientific Journal
Since 1999, November
In Russian

Series: Linguistics and Intercultural Communication 2024. Volume 22, № 1

CONTENTS

Theory of Language and Applied Linguistics

- Kolar K.* Politeness as a Linguistic Concept in the Croatian and English Languages – a Comparative Analysis 5
- Tislenkova I. A.* Typological Analysis of Demonstrative Tonality 17

Computer and Applied Linguistics

- Timofeeva M. K., Ilina D. V., Kononenko I. S.* Argumentative Annotation of the Scientific Internet-Communication Corpus: genre analysis and study of typical reasoning models based on the ArgNetBank Studio platform 27
- Chizhik A. V., Sadokhin A. P.* Analysis of the Citizen social well-being: correlation between urban public health infrastructure and tonality of texts from social networks (based on the example of St. Petersburg) 50

Cognitive Studies and Intercultural Communication

- Fefelov A. F.* Correlation of the Concepts *truth*, *vérité*, *pravda*, *istina* in Bible Versions: quantitative indicators 65

Translation and Translation Studies

- Krasnopeyeva E. S.* Presence in “No-Place”: On the Nature of Cognitive and Psychological Aspects of Remote Interpreting 87

Psycholinguistics. Language and Discourse Studies

- Beloglazova E. V., Osmak N. A., Shuvalova E. K.* Formal Markers and Conceptual Mainstays of the Russia-centered Discourse: a cross-linguistic corpus study 105
- Bocharov Y. V.* Self-Presentation Strategy and Speech Tactics in Political Discourse (based on the public speeches of Latin American politicians at the UN) 120
- Bronnikova O. V., Golovko A. S.* Multimodal Means of Representing Pragmatic Potential in Advertising Discourse 132

Merzlikina O. V. The Image of a Dog in the Galician Ethnophraseology 145

Science Events

Shaposhnikova I. V., Tkach A. I. The Round Table “Russian Language Personality in International Communication” 156

Instructions for Contributors 159

Editor-in-Chief Dr. Sc. (Linguistics) Maria K. Timofeeva (Novosibirsk)
Deputy Editor-in-Chief Dr. Sc. (Linguistics), Prof. Michèle Debrenne (Novosibirsk)
Executive Secretary Cand. Sc. (Linguistics) Elena N. Sharangovich (Novosibirsk)
Secretary Darya A. Savostyanova (Novosibirsk)

Foreign Text Editor

Cand. Sc. (Linguistics), Assoc. Prof. Olga A. Ryzhkina (Novosibirsk)

Members of the Editorial Board

Cand. Sc. (Linguistics), Assoc. Prof. Natalia V. Kozlova (Novosibirsk)

Dr. Sc. (Philology), Prof. Alexey D. Palkin (Moscow)

Cand. Sc. (Philology), Assoc. Prof. Ivan A. Remorov (Novosibirsk)

Cand. Sc. (Linguistics), Assoc. Prof. Olga A. Ryzhkina (Novosibirsk)

Cand. Sc. (Philology), Assoc. Prof. Anna L. Solomonovskaya

PhD (Cross-Cultural Psychology), Assistant Prof. Snežana Stupar-Rutenfrans (Utrecht, Netherlands)

Cand. Sc. (Linguistics), Assoc. Prof. Maria V. Khokhlova (St. Petersburg)

Editorial Board of the Series

Academician of the Russian Academy of Sciences, Prof. A. E. Anikin (Novosibirsk)

Dr. Sc. (Philology), Prof. V. E. Gorshkova (Irkutsk), Dr. Sc. (Linguistics), Senior researcher L. L. Iomdin (Moscow),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. N. B. Koshkareva (Novosibirsk),

Cand. Sc. (Linguistics), Doctorat National en sciences du langage A. M. Lavrentev (Lyon, France),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. O. N. Aleshina (Taipei, The Republic of China, Taiwan),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. D. B. Nikulicheva (Moscow), Dr. Sc. (Philology), Prof. L. G. Panin (Novosibirsk),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. Z. G. Proshina (Moscow),

Dr. Sc. (Philosophy, Neuroscience), Assoc. Prof. A. N. Savostyanov (Novosibirsk),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. I. Ya. Selyutina (Novosibirsk), Dr. Sc. (Philology), Prof. I. V. Silantyev (Novosibirsk),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. V. A. Stepanenko (Irkutsk), Dr. Sc. (Linguistics), Prof. Ye. F. Tarasov (Moscow),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. N. V. Ufimtseva (Moscow), PhD (Philology) V. Obry (Mulhouse, France),

PhD (Philology), Assoc. Prof. I. Chekhova (Sofia, Bulgaria),

Dr. Sc. (Linguistics), Prof. I. V. Shaposhnikova (Novosibirsk)

*The journal is published quarterly in Russian since 1999
by Novosibirsk State University Press*

The address for correspondence

Institute of Humanities, Novosibirsk State University
1 Pirogov Street, Novosibirsk, 630090, Russian Federation

Tel. +7 (383) 363 42 23

E-mail address: lingua@vestnik.nsu.ru

On-line version: <http://elibrary.ru>

Научная статья

УДК 811.1

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-5-16

Politeness as a Linguistic Concept in the Croatian and English Languages – a Comparative Analysis

Klara Kolar

People's Friendship University of Russia
Moscow, Russian Federation

1042215228@rudn.university / klara.kolar96@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-6762-2790>

Abstract

Despite Brown and Levinson's original claims that politeness is a universal concept perceived identically in all cultures, it has long been established that different societies perceive this concept differently. A lack of understanding regarding these differences may lead to intercultural conflict and thus research is required, especially in cultures in which such research is scarce, such as that of Croatia. This article focuses on the comparative corpus analysis of both the word politeness in English and its Croatian "counterpart," the word *pristojnost*, in dictionaries and their use in corpora. Furthermore, it aims to establish how Croatian speakers perceive *pristojnost* and the quality of *pristojnost* (or the lack of it) in people. For this purpose, a qualitative and quantitative comparative corpus analysis based on the definitions of the words in question in certain English and Croatian dictionaries, their usage in their respective corpora and their translations in each of the two languages, as well as a small-scale quantitative and qualitative analysis of a questionnaire, completed by Croatian participants, were conducted. On the basis of such a four-step analysis, it has been concluded that both English politeness and Croatian *pristojnost* have two meanings, one connected to culture/etiquette, and one oriented towards interpersonal relationships; however, *pristojnost* has another meaning, that of satisfactoriness. It has also been deduced that *pristojnost* slightly differs from politeness, as it focuses more on interpersonal behaviour and interaction, rather than social norms and etiquette, which the concept of politeness seems primarily to focus on. Understanding these differences is crucial for high quality communication, especially in intercultural and multicultural contexts, e.g. in academic settings. For this reason, research on a larger scale should be carried out to establish how politeness and its equivalents are perceived in various cultural contexts; this article thus serves as a call for research expansion.

Keywords

politeness, concept, Croatian, English, comparative linguistics, cultural differences, semantics

Conflict of Interest

The author declares that there is no conflict of interests.

Acknowledgments

The completion of this research project would not have been possible without the contributions and support of many individuals and organisations, particularly the People's Friendship University of Russia and Novosibirsk State University. I am deeply grateful to all those who have played a role in the success of this project, especially all the reviewers, members of the editorial board and everybody else directly involved in the creation of this article.

I would also like to thank my supervisor, Dr Tatiana Viktorovna Larina, for her invaluable input and support, including great ideas, throughout this research process. Her insights and expertise were key in shaping the direction and course of this project, and my postgraduate studies in general.

In addition, I would like to extend my sincere gratitude to all the participants in this study, who generously shared their time, experiences, opinions and insights with us. Their willingness to engage with this research was essential to its success and completion, and I am extremely thankful for their participation.

© Kolar K., 2024

For citation

Kolar K. Politeness as a linguistic concept in the croatian and english languages – a comparative analysis. Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 5–16. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-5-16

Сравнительный анализ вежливости как лингвистического понятия в хорватском и английском языках

Клара Колар

Российский университет дружбы народов
Москва, Россия

1042215228@rudn.university / klara.kolar96@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-6762-2790>

Аннотация

Несмотря на первоначальные утверждения Браун и Левинсона о том, что вежливость является универсальным, одинаково воспринимаемым понятием во всех культурах, давно установлено, что разные общества воспринимают это понятие по-разному. Отсутствие понимания этих различий приводит к потенциальному межкультурному конфликту и, таким образом, требует исследований, особенно в культурах, в которых таких исследований мало, например, в хорватской культуре. Эта статья посвящена сравнительному корпусному анализу слова «politeness» в английском языке и его хорватского «аналога» слова «pristojnost» в словарях и их использованию в корпусах. Кроме того, данная статья направлена и на установление того, как носители хорватского языка воспринимают pristojnost и качество pristojnosti (т. е. ее отсутствие) у людей. С этой целью проводится качественный и количественный сравнительный корпусный анализ, основанный на определениях рассматриваемых слов в некоторых английских и хорватских словарях, их использовании в соответствующих корпусах и их переводах на каждый из двух языков, а также мелкомасштабный количественный и качественный анализ анкеты, заполненной хорватскими участниками. На основе такого четырехэтапного анализа был сделан вывод о том, что и английское politeness, и хорватское pristojnost имеют два значения, одно из которых связано с культурой/этикетом, а другое ориентировано на межличностные отношения, тогда как pristojanost имеет другое значение – порядочность. Также был сделан вывод, что pristojnost немного отличается от politeness, поскольку pristojnost больше фокусируется на межличностном поведении и взаимодействии, а не на социальных нормах, стандартах и этикете, на которых концепция politeness, по-видимому, в первую очередь сосредоточена. Понимание этих различий имеет решающее значение для качественного общения, особенно в межкультурном и мультикультурном контексте, например, в академической среде. По этой причине необходимо провести дополнительные исследования в более крупном масштабе, чтобы установить, как вежливость и ее эквиваленты воспринимаются в различных культурных контекстах, и эта статья служит призывом к расширению таких исследований.

Ключевые слова

вежливость, концепт, хорватский язык, английский язык, сравнительное языкознание, культурные различия, семантика

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Благодарности

Завершение данного исследования было бы невозможно без вклада и поддержки многих людей и организаций, в частности Российского университета дружбы народов и Новосибирского государственного университета. Я глубоко благодарна всем, кто сыграл свою роль в успехе данного проекта, особенно всем рецензентам, членам редколлегии и всем остальным участникам в создании и публикации данной статьи в журнале Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация.

Я также хотела бы поблагодарить своего научного руководителя, доктора Татьяну Викторовну Ларину за ее неоценимый вклад и поддержку, включая прекрасные идеи, на протяжении всего исследовательского процесса. Ее идеи и опыт сыграли ключевую роль в формировании направления и курса этого проекта и моей аспирантуры в целом.

Кроме того, я хотела бы выразить искреннюю благодарность всем участникам исследования, которые щедро поделились с нами своим временем, опытом, мнениями и идеями. Их готовность участвовать в данном исследовании сыграла важную роль в его успехе и завершении.

Для цитирования

Колар К. Сравнительный анализ вежливости как лингвистического понятия в хорватском и английском языках // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 5–16. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-5-16

Introduction

Politeness, as a concept in linguistics, has for the past forty years been discussed from various points of view [Lakoff, 1973; Leech, 1983; Brown and Levinson, 1987; Wierzbicka, 2003; Watts, 1992/2003; Larina, 2009/2015; Locher, 2002/2004 etc.]. Although the pioneers in this field, namely Robin Lakoff [1973], Penelope Brown and Stephen Levinson [1987] and Geoffrey Leech [1983] initially stated that politeness may be viewed as a universal concept, their assertion has over time been disproved. Specifically, it has been concluded that, although the majority of cultures recognise politeness as a phenomenon, how it is understood depends on the culture itself, that is to say on its members and society [Ide, 1989; Larina, 2015; Leech and Larina, 2014; Wierzbicka, 2003; Kharlova, 2014 etc.]. Thus, it can be concluded that what is subsumed under the term politeness in English does not fully correspond with the “equivalents,” or “translations,” of that word in other languages. The problem is that the notion native speakers of one language have in mind while discussing this term is often not known to multi-lingual persons with a different native language, which can lead to misunderstanding, tension, and even conflict [Larina, 2009; Leech and Larina, 2014; Kolar, 2022 etc.]. This is often the case in countries, such as Croatia, with a lack of research in the field of (linguistic) politeness. The aim of the study, therefore, will be to get an initial insight into the meaning and usage of the word *pristojan/pristojnost*, in Croatian, and compare it to its English equivalent, *polite(ness)*. This will be done through a qualitative comparative corpus analysis based on the definitions of the words in question in certain English and Croatian dictionaries, their usage in their respective corpora and their translations in each of the two languages, as well as through a quantitative and qualitative analysis of a small-scale *pristojnost*-related questionnaire, completed by Croatian participants. The thesis in the article is that the words *politeness* and *pristojnost* have semantic differences and are not a perfect match, even though Croatian *pristojnost* is used as a translation of *politeness* in Croatian and vice versa.

Literary review: defining politeness

For the purpose of better understanding of this article, what is meant by politeness as a socio-linguistic concept will be determined with the help of Watts' [1992, 2003], Locher's [2002, 2004] and Locher and Watts' [2005] definition. According to their article, *Politeness Theory and Relational Work*, politeness is a “discursive concept arising out of interactants' perceptions and judgements of their own and others' verbal behaviour” [2005, p. 13]. They further divide this concept into first order politeness (politeness1) and second order politeness (politeness2), in accordance with which politeness1 reflects how people perceive social behaviour and use the word *polite(ness)*, while politeness2 refers to politeness as a theoretical concept with degrees [2005, p. 14–15; Kharlova, 2014, p. 119]. Considering the topic of this research – how *pristojnost*, the Croatian cultural “equivalent” of politeness, is perceived by Croatian speakers in comparison to how *politeness* is viewed by Anglophones – the politeness we shall be referring to is politeness1.

Methodology

To get an initial insight into what is considered polite, or *pristojan*, in Croatian and English, the analysis that will be conducted here will be similar to that conducted by Kharlova [2014]. Thus, firstly, the definitions of the words *polite* and *pristojan*, as well as their synonyms, will be collected

from the following dictionaries: *Macmillan Dictionary and Thesaurus*, *Oxford Learner's Dictionary*, *Merriam-Webster Online: Dictionary and Thesaurus* and *Thesaurus.com* for English, and *Školski rječnik hrvatskog jezika*, *Hrvatski jezični portal*, *Veliki rječnik hrvatskog jezika* by Vladimir Anić and *Kontekst.io* for Croatian, upon which they will be compared, analysed and discussed. Secondly, their usage will be studied in the *Corpus of Contemporary American English – COCA* and the corpus of Croatian language – *hrWaC*. For the purpose of the analysis, the usage of the word in the first 50 sentences in both corpora will be analysed. Thirdly, their translations will be compared with the help of two prominent bilingual dictionaries in Croatia – the *Croatian-English Dictionary* and the *English-Croatian Dictionary* by Željko Bujas – and the online English-Croatian/Croatian-English dictionary, *Glosbe*. Finally, to gain a deeper understanding of what *pristojnost* means to Croatian people, a questionnaire, which was conducted for the purpose of this article and focused on the perception of *pristojnost* in Croatian, will be analysed. More details about the questionnaire will be given below.

On the basis of this four-part analysis, we shall compare how each of the two terms is perceived in the analysed languages and thus conclude what *politeness* and *pristojnost* mean in both Anglophone and Croatian cultures. It must be noted that while *polite* is a gender-neutral term in English, the term which will be analysed in Croatian, *pristojan*, is the masculine form of the adjective, but will be used here universally, as Croatian dictionaries still use masculine adjectival forms as the prototypical forms denoting characteristics of all genders in the Croatian language. It must also be noted that the questionnaire was conducted only with a Croatian audience, as there is significantly less insight in the meaning of the word *pristojnost* than there is in the word and concept of *politeness*. With this in mind, we believe more emphasis should be put on Croatian and the perception of *pristojnost*, with *politeness* serving primarily as a point of reference, which is also why *politeness* was studied more generally, rather than from a point of view of various English vernaculars and Anglophone cultures. Finally, it must be emphasised that the questionnaire in this research was purposefully conducted on a relatively small audience, as well as on the basis of a limited amount of data, as it primarily serves as a “trial research”, a first look into the topic of *pristojnost*. Significantly more research, on a larger scale, is needed to establish more detailed results, but we believe the methodology used here allows for a good general overview of the topic, as well as a basis for further study.

Results

To start with the English definitions, the word *polite* in the *MacMillan Dictionary* is defined as a characteristic of someone who “behaves towards other people in a pleasant way that follows all the usual rules of society”. Furthermore, *Merriam-Webster* offers five definitions of this word: “of, relating to, or having the characteristics of advanced culture; marked by refined cultural interests and pursuits especially in arts and *belles lettres*; showing or characterized by correct social usage; marked by an appearance of consideration, tact, deference, or courtesy; marked by a lack of roughness or crudities”. Finally, interestingly, *Oxford Learner's Dictionary* offers three definitions. According to it, the term *polite* can be interpreted in the three following ways: “having or showing good manners and respect for the feelings of others,” “socially correct but not always sincere,” and “from a class of society that believes it is better than others.” Among the synonyms for the word *polite* in the *Merriam-Webster Dictionary* are the terms “civil, courteous, genteel, gracious, mannerly, well-bred,” whereas in the *Thesaurus.com* database one can find such words as “mannerly, civilized, affable, amiable, attentive, civil, conciliatory, considerate, cordial, courteous, courtly, deferential, diplomatic” and so on.

In the above-mentioned Croatian dictionaries meanwhile, there are several definitions of the word *pristojan*. Thus, in the *Školski rječnik hrvatskog jezika*, *pristojan* describes someone/something that, firstly, knows how to act in a well-mannered way, respects common rules of behaviour and is civil (or

refers to someone who knows how to do so / act in such a way), and/or is of a satisfactory quality or quantity; is decent. In *Hrvatski jezični portal* and *Veliki rječnik hrvatskog jezika*, the definitions are quite similar: polite means respecting societal rules, rules of politeness and rules of civility, but also something of a satisfactory quality, confirming that the word *pristojan* in Croatian has two distinct, very different meanings. *Pristojnost* also has a specific definition in the *Hrvatski jezični portal*, being defined as the totality of behavioural rules and rules of direct acting accepted in a society. In *Kontekst.io*, the thesaurus of synonyms and antonyms for the Croatian, Serbian and Slovene languages, the most common synonyms of the word *pristojan* in Croatian are “uljudan, uljuđen, civiliziran, obziran, skroman, obazriv,” which may be translated as civil, civilised, thoughtful, humble and considerate.

When it comes to the usage of these words in their respective national corpora, starting with the word *polite* in *COCA*, all of the 50 analysed sentences refer to politeness as a human characteristic of following societal norms, acting pleasantly towards someone directly or following etiquette. In most cases, due to a lack of greater context, these meanings cannot be separated, and often they are mixed, which may be seen from the following sentences:

1. Girls like men that don't behave rudely to people and are also **polite**.
2. Either the dishes are all really good or everyone is being **polite**, because no withering criticism is uttered.

On the other hand, when it comes to the use of the word *pristojan* in the Croatian language corpus, out of the 50 analysed sentences, the meaning which reflects the “primary” meaning of the word – its usage in the context of denoting someone/something acting in accordance with societal rules and norms and/or acting nicely towards others – is used in 23 sentences. This usage may be seen in the following sentences:

3. *Moj prvi dojam o Suzani bio je da je vrlo **pristojna** i poprilično ukočena. Sjela je na stolac čvrsto držeći u rukama svoju torbu i promatrajući me pomalo iskosa...*
My first impression of Suzana was that of a very **polite** and rather stiff person. She sat onto a chair, clutching her purse tightly and looking at me slightly askance...
4. *Nezadovoljni kandidat o rezultatu može na **pristojan** način porazgovarati s instruktorom i ispitivačem.*

The candidate, if dissatisfied, can discuss the result in a **polite** manner with the instructor and the examiner.

As in *COCA*'s examples, the two meanings in these sentences are mixed. However, more than half of the sentences analysed (27 of them) refer to the “secondary” meaning of the word, carrying the notion of *satisfactoriness*, as is the case with the following sentences:

5. *Unutrašnjost (auta) obiluje i **pristojn** količinom pretinaca za odlaganje sitnica, što je uvijek korisno.*

The interior (of the car) has a **decent** amount of compartments for storing miscellaneous items, which is always useful.

When it comes to the translations of these words in English-Croatian/Croatian-English dictionaries, *Glosbe* translates the word *polite* as “uljudan, pristojan, učtiv, uglađen, klasičan, odgojen,” all of which point to the primary meaning of the word in English: using one's manners and ability to follow social norms and etiquette. Bujas's repertoire appears similar, as the same word is translated as “uljudan, fin, uglađen, pristojan” in Croatian, all of which again focus on an individual's ability to adhere to societal rules, as the definitions of the word suggest. On the other hand, the most common translations of *pristojan* in *Glosbe* seem to be “decent, polite, proper,” whereas the less common translations include words such as “gentle, seemly, decorous, becoming, modest, civil, apposite, well-behaved, respectful, courteous, affable, urbane, bland, civilized, well-mannered, well-spoken, nice, neat,” which seems to correspond to both meanings of the word in Croatian. In Bujas's

English-Croatian Dictionary, *pristojan* is translated with a similar range of words, including: “polite, civil, courteous, good-mannered, appropriate, proper, becoming, fitting, respectable, genteel, decent, fair, acceptable, handsome, goodly, reasonable,” which serves to prove the same point.

To gain a better insight into the perception of *pristojnost* by Croatians and its usage in real life, a small-scale questionnaire focusing on peoples’ view on *pristojnost* was implemented and later analysed and assessed.

The questionnaire was created via Google Forms and shared on social media. Apart from requests for statistical information (focusing on participants’ gender, age, mother tongue, nationality, birthplace and residence, and education level), the questionnaire contained four questions:

1. *U nekoliko riječi/rečenica opišite što za vas predstavlja riječ pristojnost, na način: Pristojnost je...*

In a few words/sentences describe what the word *pristojnost* (politeness) means to you, in the form of: Politeness is...

2. *U nekoliko riječi/rečenica opišite što su za vas karakteristike pristojne osobe, na način: Pristojna osoba je...*

In a few words/sentences describe what characteristics you believe a polite person has, in the form of: A polite person is...

3. *Navedite primjer ponašanja koje/koja smatrate pristojnim.*

Give an example of behaviour you consider to be polite.

4. *Navedite primjer ponašanja koje/koja smatrate nepristojnim.*

Give an example of behaviour you consider to be impolite.

These questions formed the main part of the questionnaire. The questionnaire was filled out by 53 participants, of whom 69.8 % were female and 30.2 % were male. The participants’ ages ranged from 17 to 62, with an average of 27 years. All participants’ mother tongue was Croatian, as was their nationality. All participants were born and live in Croatia. As for their education, 70.6 % of participants have finished graduate studies, 11.3 % have finished undergraduate studies and the remaining 17.6 % have a high school diploma.

When it comes to the first question, focusing on what *pristojnost* means to people, the answers can be divided into six categories, as follows: *pristojnost* is a form of respect, *pristojnost* is a result/reflection of (good) upbringing, *pristojnost* is (a result of) culture, *pristojnost* is positive behaviour towards others, and *pristojnost* is respecting social norms and etiquette, plus several answers in which *pristojnost* was characterised as a specific deed/action (focused on showing positive behaviour towards others, such as not interrupting them when they are speaking, saying hello, thank you and so on). Their distribution can be seen below (fig. 1).



Fig. 1. Definition of politeness (*pristojnost*)

Some participants opted for several answers, but, as can be deduced, for Croatians, *pristojnost* is most commonly an inner quality focused on good behaviour towards others (37.7 %) or a learned, socially accepted and taught quality focused on certain rules of Croatian culture (32.1 %). This signifies that, in Croatia, showing other people that you care about them is the most important form of *pristojnost*, while following societal rules and norms is of secondary importance, which slightly differs from the view on *politeness* in the English-speaking world. It must be noted that the secondary meaning of *pristojnost*, that of satisfactoriness, was not mentioned by any of the participants in the questionnaire.

When defining what a polite person (*pristojna osoba*) is to the average Croat, which was the focus of the second question, the answers can be divided into several categories, as can be seen in the fig. 2.



Fig. 2. Definition of a polite person (*pristojna osoba*)

As can be deduced, the most common characteristics of a *pristojna osoba*, according to Croatian speakers, include: being cultured and civilised as well as following etiquette (21.05 %), being empathetic and in general good towards others (15.79 %) and not being pushy and showy when in contact with others (9.65 %). Out of the other categories, the majority (respect towards others, patience and calmness, the willingness to help others, respect towards interpersonal differences, not interrupting others, and the ability to hold pleasant communication), again, are focused on peoples' behaviour towards other people, rather than on etiquette. Even in the category labelled "other," the ideas that were expressed primarily referred to *pristojnost* as a way of treating / acting towards other people (being open, realistic, positive, honest, assertive and so on). This, again, slightly differs from the dictionary definitions of *pristojnost*, in which etiquette and good behaviour towards others are equally important in the understanding of the word in Croatian. Thus, it is again confirmed that, while etiquette and culture are important for the understanding of *pristojnost* in Croatia, how a person treats others seems to be much more important in this regard.

When defining what, exactly, constitutes behaviour typical of a polite person, the results of the question focusing on this topic broadly correspond to the results of the previous two questions, which can be observed below (fig. 3).



Fig. 3. Definition of polite behaviour (*pristojno ponašanje*)

The participants answered this question, providing 94 examples of polite behaviour. Again, while respecting etiquette (expressed by categories, such as using the “four magic words” (thank you, you’re welcome, please and sorry) (10.64 %), dressing appropriately (3.18 %), and using table manners (2.13 %) is quite important, treating others well and giving them attention seems to be much more important to an average Croat or speaker of Croatian in the context of defining a type of behaviour as *pristojno*. This especially refers to treating the elderly, and in general people older than ourselves, with respect (15.96 %). How important positive people-oriented behaviour is for Croats when defining *pristojnost* can be seen in categories in which behaviour, described as *pristojno*, includes helping others, respecting others and giving up your seat in public transport/spaces to others, which subsumes over 15 % of answers in the questionnaire. Furthermore, it seems that being a good communicator is particularly important in this regard, as greeting people, being pleasant to talk with and not interrupting others while they are speaking were things mentioned in over a third of the responses in this questionnaire (over 35 %). As for the category with answers not belonging to any of the other categories, the majority of them refer to behaviours which include respecting other people (their time, privacy and workspace) and treating them nicely (opening doors for them, smiling at them, not talking deprecatingly about them and so on), which once again indicates that, in Croatia, *pristojnost* is seen primarily through the prism of peoples’ behaviour towards others, and secondarily through the lens of culture and civilisation.

The last question, which required participants to give examples of impolite (*neprijestojno*) behaviour, was the most diverse with regard to answers provided, as can be seen in the fig. 4.

Out of the 92 examples, almost a quarter (21.74 %) consisted of answers that cannot be categorised, as they only appeared once. These included eye rolling, nose picking, walking naked in public, breaking wind, gossiping, arrogance, rudeness, loud chewing, lying, being pushy, throwing trash on the floor, not using the “magic words,” and disobedience. As can be deduced, these are mostly focused on behaviour in public, etiquette and “taboo behaviour,” whereas the answers related to our behaviour towards other people come in second place. This differs from the results of the previous three questions, in which the most common answer category was the one in which *pristojnost* is primarily connected to our behaviour towards other people. Nevertheless, answers from almost all

Невежливое поведение - это...



Fig. 4. Definition of impolite behaviour (*nepristojno ponašanje*)

the other categories included *nepristojnost* in the sense of negative behaviour aimed at other people (swearing, insulting, yelling at, deprecating, ignoring, interrupting and acting aggressively towards others). This means that, in over half of the answers (51.09 %), for the questionnaire respondents, the idea of both *pristojnost* and *nepristojnost* is connected primarily to how we treat other people, and then secondarily to etiquette, or how we act regarding our surroundings.

Discussion

First and foremost, it must be once again emphasised that the questionnaire-related part of this research is conducted on a rather small scale. The results in it are innovative, as they provide new information with regards to a topic that has not been studied yet, and insightful, but cannot be seen as conclusive and complete – to get such results, significantly more research is to be carried out (on a larger scale). Furthermore, additional research should be conducted with people of more diverse (education) backgrounds, as the majority of questionnaire participants happened to hold a university degree, and as such research would enable a broader insight into the perception of *pristojnost*. Therefore, the results and conclusions presented in this article should be taken *cum grano salis* and as a basis for further research.

Having said that, on the basis of this analysis, we may draw three main conclusions. The first is that dictionary definitions of both *politeness* and *pristojnost* refer to culture/etiquette on the one hand and (positive) behaviour towards others on the other, which is confirmed by the comparison of dictionary definitions of the words *politeness* and *pristojnost* and their use in corpora.

In English, *polite* behaviour in this sense primarily refers to behaviour fitting the rules of society, and often even to one's position within a culture. What these rules encompass in English and how they are to be followed, however, is (partly) explained only in one definition by *Merriam-Webster*, in which one can see it subsumes “consideration, tact, deference, or courtesy; marked by a lack of roughness or crudities.” However, further “explanation” may be seen in the synonyms of the word in *Thesaurus.com*. Based on these definitions, we can see that the concept of *politeness* primarily refers to how one acts, rather than how one treats others, as amiability, cordiality, attentiveness and consideration – all of which can primarily be seen in relation to others – seem to have secondary

importance within its frames. In fact, definitions in the *Oxford Learner's Dictionary* point to the fact that *politeness* does not necessarily come “from one’s heart” or denote one’s respect towards others, but rather displays one’s understanding of rules others follow.

In Croatian, meanwhile, we can come to a (preliminary) conclusion that the quality of *pristoјnost* also primarily refers to one’s ability to follow societal rules and act pleasantly, with civility and thought towards others. However, we find that there is a third meaning to the word, which does not correspond with the meaning of *polite* in English and would be closer to the meaning of the English words *decent* or *satisfactory* – which is also the second conclusion in this analysis. In Croatian, therefore, the factor of society and acting well in general, rather than towards others, in the context of *pristoјnost*, seems to have equal importance. However, unlike in English, there is also a completely different meaning of the word *pristoјan*, which seems to be used even more often than its “primary” meaning in the corpora. This displays how differently the concepts of *politeness* and *pristoјnost* are viewed in these two languages, even though they are often used synonymously.

Finally, by conducting a questionnaire among Croatian participants, we arrive at a third conclusion, according to which for Croatian people, *pristoјnost* is primarily connected to interpersonal behaviour, and not etiquette. Although the different dictionary definitions, as well as their usage in corpora, suggest equal frequency – corresponding to the meaning of politeness – the questionnaire findings somewhat disproved this idea. Here, in all four questions, the definitions of *pristoјnost*, characteristics of a *pristoјna osoba* and examples of *pristoјno* and *nepristoјno* behaviour that were given by the respondents all primarily referred to good behaviour towards others, rather than etiquette. This is not to say that culture, etiquette, education and civilised behaviour are not important for the understanding of *pristoјnost*, as they were still mentioned in at least 30 % of answers in all four questions. Nevertheless, they were mentioned at least slightly less than the interpersonal-behaviour-related meaning of the concept. What must also be emphasised is that behaviour that Croatians especially respect, which is not mentioned in the definitions of *pristoјnost*, includes good behaviour towards the elderly and older people. This meaning cannot be deduced from the usage of the words *pristoјnost/pristoјan* in the dictionary and corpora but seems to have an especial significance to the mental image of these concepts in the Croatian mind. Another interesting characteristic of *pristoјnost* and *(ne)pristoјno* behaviour is that in many responses it refers primarily to communication, which might also emphasise the importance of close(ness and) interpersonal relationships in Croatian culture. It must be noted that, counter to the dictionary and corpus definitions of *pristoјnost*, which attest that there is a tertiary meaning of this word in Croatian, the respondents did not mention this meaning in any way. While this may seem unusual, an explanation could be that the respondents were probably aware of the context in which the word *pristoјno(st)* was used in this questionnaire. In other words, while *pristoјno* may mean decent, we cannot use the word *pristoјno* in this sense in relation to people, but, as was mentioned earlier, regarding concepts, such as life, salary, clothes and so on. Thus, this does not disprove the conclusion from the dictionary and corpus analysis, but rather shows that this particular meaning of the word bears tertiary importance.

In addition to all of this, it must be added that the differences in the analysed terms are not only a reflection of linguistics or *politeness/pristoјnost* as concepts *per se*, but rather of the differences in the context of history and political state in Anglophone countries, such as the US and UK, and Croatia, respectively. As history and politics are not the topic of this research, this will not be discussed in greater detail, but it is worth mentioning how much they have impacted our mental images and language.

Conclusion

The aim of this study was to compare the English word *politeness* and its Croatian “equivalent,” the word *pristoјnost*, to establish the differences and similarities between them. For this purpose, a comparative qualitative and quantitative analysis of different materials, including various English and

Croatian dictionaries, *COCA* and the Croatian national corpus, as well as the results of a questionnaire, was conducted. On the basis of dictionary and corpora analysis, it has been established that both *politeness* and *pristojnost* have two meanings, one connected to etiquette and one oriented towards interpersonal relationships, but *pristojnost* has another meaning, that of satisfactoriness. On the basis of the questionnaire analysis, it may also be concluded that Croatian people view politeness primarily in the sense of positive behaviour towards others, and secondarily as a way of enforcing etiquette, which seems to slightly differ from the meaning of *politeness*. While this research has shed some light on the perception of *pristojnost* in Croatia, more research should be done in this regard on a significantly larger scale, with a more versatile audience, especially in the context of education. Furthermore, research focused on *nepristojnost* and *impoliteness* would also make a great addition, as the notion of *politeness/pristojnost* cannot be fully understood without them. Thus, with this article, we call for more research on the topic, so as to create a fuller image of *politeness/pristojnost*. In addition to that, as previously mentioned, the idea of *pristojnost* in Croatia is severely under-researched, meaning that non-native speakers of Croatian, and even young Croatians, often do not know how to act in accordance with standards, as they do not know what standards are and what, in general, is meant by *pristojnost*. This is especially problematic in the academic community in Croatia, considering that academic mobility has become popular, leading to a great influx of foreign speakers into Croatian academia. This article, therefore, serves as a call for more research in the field, as well as a contribution to an on-going research by Kolar [2021, 2022], focusing on politeness in teacher-student email communication in the university context, which will, hopefully, cast further light on the understanding of *pristojnost* in Croatia and lead to less intercultural conflict and more comfortable social scenarios.

References

- Anić, V.** Veliki rječnik hrvatskog jezika (The Great Dictionary of the Croatian Language). Zagreb: Novi liber, 2009, 1881 p.
- Brown, P., Levinson, S.** Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987, 345 p.
- Bujas, Ž.** Veliki englesko-hrvatski rječnik, četvrto izdanje (English-Croatian Dictionary, Fourth Edition). Zagreb: Nakladni zavod Globus, 2011, 1920 p.
- Bujas, Ž.** Veliki hrvatsko-engleski rječnik, četvrto izdanje (Croatian-English Dictionary, Fourth Edition). Zagreb: Nakladni zavod Globus, 2011, 1691 p.
- COCA* – Corpus of Contemporary American English. URL: <https://www.english-corpora.org/coca>
- Glosbe Online Dictionary. URL: <https://www.glosbe.com>
- Hrvatski jezični portal [Croatian Language Portal]. URL: <https://www.hjp.znanje.hr>
- HrWaC - Croatian Web Corpus. URL: https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first_form?corpname=hrwac;align=
- Ide, S.** Formal forms and discernment: Two neglected aspects of linguistic politeness // *Multilingua*, 1989. № 8. P. 223–248.
- Kharlova M. L.** Konceptualizatsiya nevezhlivosti v ruskom i angliyskom yazikah (The Conceptualisation of Impoliteness in Russian and English) // *Russian Journal of Linguistics*, 2014. № 4. P. 119–131. DOI: 10.22363/2687-0088-9387 (accessed on: 4/5/2022).
- Kolar, K.** Politeness Strategies in Croatian University Student-Teacher Email Communication. // *Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects – 11th international conference*. 2022. Vol. 2. P. 72–76. doi: 10.47475/9785727118054_76 (accessed on: 4/5/2022).
- Kontekst Thesaurus. URL: <https://www.kontekst.io/hrvatski>
- Lakoff, R.** Language and woman's place // *Language in Society*, 1973. Vol. 2. № 1. P. 45–79.
- Larina, T.** Katergoriya vezhlivosti y stil' kommunikaciyi: sopostavleniye angliyskih y russkih lingvokul'turnih tradiciy (Politeness and communicative styles: comparative analysis of English and Russian language and culture traditions). Moscow : Jazyki slavianskih kul'tur, 2009, 512 p.

- Larina, T.** Culture-Specific Communicative Styles as a Framework for Interpreting Linguistic and Cultural Idiosyncrasies // *International Review of Pragmatics*, 2015. № 7. P. 195–215. DOI: 10.1163/18773109-00702003 (accessed on: 1/10/2022).
- Leech, G.** *Principles of Pragmatics*. London and New York: Longman, 1983, 264 p.
- Leech, G., Larina T.** Politeness: West and East // *Russian Journal of Linguistics*, 2014. № 4. P. 9–34. DOI: 10.22363/2687-0088-9380 (accessed on: 12/28/2021).
- Locher, M.** Markedness in politeness research. // *Sociolinguistics Symposium 14 (SS14)*. 2002. Ghent, Belgium.
- Locher, M.** *Power and Politeness in Action: Disagreements in Oral Communication*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2004, 385 p.
- Locher M., Watts R.** Politeness theory and relational work // *Journal of Politeness Research* 1, 2005. P. 9–33.
- Macmillan Dictionary and Thesaurus. URL: <http://www.macmillandictionary.com>
- Merriam-Webster Online: Dictionary and Thesaurus. URL: <http://www.merriam-webster.com>.
- Oxford Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>.
- Školski rječnik hrvatskog jezika [School Dictionary of the Croatian Language]. URL: <https://www.rjecnik.hr/>
- Thesaurus. URL: <https://www.thesaurus.com>.
- Watts, R.** Linguistic politeness and politic verbal behavior: Reconsidering claims for universality // *Politeness in Language: Studies in its History, Theory and Practice* ed. by Richard J. Watts, Sachiko Ide, and Konrad Ehlich. P. 43–69. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 1992.
- Watts, R.** *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003, 326 p.
- Wierzbicka, A.** *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*. Berlin/New York: De Gruyter Mouton, 2003, 541 p.

Information about the Author

Klara Kolar, Postgraduate student of Linguistics, Faculty of Philology, People's Friendship University of Russia, Moscow, Russian Federation

Информация об авторе

Колар Клара, аспирант Российского университета дружбы народов

*Статья поступила в редакцию 20.06.2023;
одобрена после рецензирования 17.09.2023; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 20.06.2023;
approved after reviewing 17.09.2023; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 81'42+81'23

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-17-26

Типологический анализ коммуникативной демонстративности

Ирина Александровна Тисленкова

Волгоградский государственный технический университет
Волгоград, Россия

tislenkova@bk.ru, <http://orcid.org/0000-0002-7202-2773>

Аннотация

Наступление цифрового общества привело к смене многих способов взаимодействия. Общение людей стало более демонстративным, поскольку технологии позволяют им легко и мгновенно представлять себя и свою жизнь перед широкой аудиторией. Информационная эпоха стимулирует людей к демонстрации своей индивидуальности и самовыражению, поскольку социальные медиа стали площадкой для выражения личных убеждений, интересов, создания и поддержания привлекательного образа. Статья посвящена изучению демонстративной тональности общения. Научная новизна исследования состоит в том, что феномен коммуникативной демонстративности изучается впервые. Цель исследования заключается в выявлении и описании основных типов демонстративной тональности в коммуникации. Методы исследования составляют междисциплинарный подход и метод психолингвистического анализа речевой продукции коммуникантов. Материалом для анализа стали высказывания участников телевизионных интервью 2012–2023 гг. Исследование показывает, что на современном этапе в цифровую эпоху коммуникативная демонстративность является повсеместной нормой интеракции и используется в качестве механизма самопрезентации и самоидентификации. Демонстративность определяется как структурно-образующая коммуникативная категория спектрального типа – тональность, которая определяет процесс речевого общения и выполняет функцию самоманифестации и средства эмоционального воздействия на реципиента. Подчеркивается, что демонстративность проявляется в разнообразных обстоятельствах общения в рамках социально коммуникативных сфер: официальных, неофициальных, административно или законодательно регулируемых, нерегулируемых и доминантных, вызывая позитивный или негативный ответ адресата. В результате проведенного исследования устанавливается, что демонстративная коммуникативная тональность актуализируется на всех языковых уровнях и реализуется в продуктах речи с помощью применения разнообразных языковых и неязыковых средств. Предлагается основа построения типологии демонстративности, которую составляют такие критерии, как способ представления реципиенту и адресатная реакция. На основании коммуникативного подхода определяются четыре ведущих типа коммуникативной демонстративности: явная, скрытая, положительная и отрицательная. Полученные результаты могут быть использованы в курсе семиотики и психолингвистики.

Ключевые слова

дискурс, коммуникативная демонстративность, явная демонстративная тональность, скрытая демонстративная тональность, положительная демонстративная тональность, отрицательная демонстративная тональность

Для цитирования

Тисленкова И. А. Типологический анализ коммуникативной демонстративности // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 17–26. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-17-26

© Тисленкова И. А., 2024

Typological Analysis of Demonstrative Tonality

Irina A. Tislenkova

Volgograd State Technical University,
Volgograd, Russian Federation

tislenkova@bk.ru, <http://orcid.org/0000-0002-7202-2773>

Abstract

The advent of the digital society has led to a change in many ways of interaction. People's communication has become more demonstrative, since technology allows them to easily and instantly present themselves and their lives to a wide audience. The information age encourages people to demonstrate their individuality and express themselves, with social media becoming a platform for expressing personal beliefs, interests, creating and maintaining an attractive image. The article studies demonstrative tonality of communication. The scientific novelty of the research is that demonstrative tonality has not been studied before. The purpose of the paper is to identify and describe the main types of demonstrative tonality in communication. The research methods are an interdisciplinary approach and a psycholinguistic analysis of the communicants' speech output. The material for the analysis was drawn from television interviews of 2012–2023. The study shows that at the present stage in the digital era demonstrative communication is a common way of interaction and a mechanism of self-presentation and self-identification. Demonstrative communication is defined as a structurally forming communicative category of spectral type – tonality, which determines the process of speech communication and performs the function of self-manifestation and means of emotional impact on the recipient. It is emphasized that demonstrative tonality manifests itself in various social and communicative spheres: official, unofficial, administratively or legally regulated, unregulated and dominant, causing a positive or negative response from the addressee. As a result of the research, it has been established that demonstrative communicative tonality is actualized at all language levels and is implemented in speech products through the use of various linguistic and non-linguistic means. The basis for constructing a typology of demonstrative tonality is proposed; it consists of such criteria as the method of presentation to the recipient and the addressee's reaction. Based on the communicative approach, four main types of demonstrative tonality are put forward: explicit, hidden, positive, and negative. The results obtained can be used in the course on semiotics and psycholinguistics.

Keywords

discourse, demonstrative communication, explicit demonstrative tonality, hidden demonstrative tonality, positive demonstrative tonality, negative demonstrative tonality

For citation

Tislenkova I. A. Typological analysis of demonstrative tonality. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 17–26. (In Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-17-26

Введение

В основе всех современных культурных процессов лежит понятие информационного общества, которое первоначально возникло как свойство экономической жизни [Кириллова и др., 2019]. В настоящее время в науке обсуждаются разнообразные новые явления данной цивилизационной формации, появившиеся в результате изменения традиционных форм культуры [Choi, Bazarova, 2020; Beer, Brandler, 2021; Hart, Cease, Lambert, Garrison, 2023]. Вместе с тем, несмотря на достаточно широкий диапазон изучаемых проблем, некоторые глобальные тенденции культурного универсума остаются неизученными. В частности, подобной исследовательской проблемой является феномен коммуникативной демонстративности, удовлетворяющий потребности людей разного статуса в самоидентификации [Синельникова, 2009; Карасик, Слышкин, 2021].

Исследователи отмечают такое изменение в оформлении социально-коммуникативных взаимодействий, как появление демонстративной тональности – новой повсеместной нормы общения людей, которая помогает говорящим сформировать у реципиентов образ наиболее преуспевающего, высокостатусного человека с репутацией свободной, независимой личности

или повысить свою эстетическую, интеллектуальную, социальную привлекательность [Funder, Ozer, 2019; Nichols, Carducci, Nave, Riggio, 2020].

Современные коммуниканты используют разные виды коммуникативной демонстративности, чтобы поддерживать создаваемую ими идентичность в разных ситуациях общения [Audrezet, De Kerviler, Moulard, 2020; Тисленкова, 2021; Тисленкова, 2022].

Проблематичность научного рассмотрения коммуникативной категории демонстративности и ее вербальных проявлений детерминирована несколькими причинами: сложностью соотношения с конкретным речевым жанром, изменчивостью в процессе коммуникации, отсутствием очевидных вербальных маркеров, позволяющих идентифицировать ее разновидность. Многоаспектность и разнообразие ситуаций проявления коммуникативной демонстративности обуславливают необходимость систематизации её типов.

Цель исследования – установить и охарактеризовать основные типы демонстративной тональности общения.

Методы исследования. В процессе работы использовались междисциплинарный подход и метод психолингвистического анализа речевой продукции коммуникантов.

Материалом для выявления типов коммуникативной демонстративности стали высказывания участников телевизионных интервью 2012–2023 гг. длительностью 200 минут, общим объемом 25 000 слов.

1. Понятие коммуникативной категории

Явление коммуникативной тональности является предметом научного обсуждения в зарубежных и отечественных исследованиях и в настоящее время все больше вызывает интерес ученых. Данный термин упоминается в психологии, патопсихологии, социологии, философии, культурологии, политологии, маркетинговой коммуникации, СМИ и искусстве.

Коммуникативные категории существуют наряду с концептами, нормами и принципами организации социального взаимодействия в коммуникативном сознании личности, делая возможным весь процесс ее коммуникативной деятельности. Данные ментальные конструкты находят проявление в любом типе речи, независимо от ее функционально-стилевой принадлежности, используются произвольно, без предварительного обучения, охватывая социально-прагматические свойства ситуаций вербального взаимодействия, их ситуативность [Корнеева, 2017].

Согласно положениям Дж. Лакоффа о гештальте, под которым автор понимает схему организации разнообразного опыта говорящего, включающую мысли, эмоции, двигательный и речевой стереотип и сочетающую в себе фреймы, схемы и сценарии, мы рассматриваем коммуникативную категорию как коммуникативную гештальт-структуру, реализующуюся в языковых средствах [Лакофф, 2011].

В своем содержании коммуникативная категория имеет разноуровневые вербальные и невербальные средства для выражения ментальных стереотипов, набора суждений, моделей поведения в определенных ситуациях и правил вербального взаимодействия: нуклеарные элементы, которые объединяются в понятие и второстепенные элементы, связанные с главными. К ведущим средствам выражения коммуникативной категории относятся эксплицитные семантические средства, к периферийным – лексико-грамматические средства и паралингвистические знаки.

2. Демонстративная тональность общения

Демонстративность представляет собой структурно-образующую коммуникативную категорию спектрального типа – тональность, определяющую процесс речевого общения и выполняющую функцию самоманифестации и средства эмоционального воздействия на адресата.

Демонстративная тональность – это эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся установками на самопрезентацию, неискренность с тенденцией к преувеличению своих качеств, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых посредством семиотической полимодальности.

Коммуникативная демонстративная тональность проявляется в лично- и статусно-ориентированном общении.

Разные научные парадигмы толкуют «демонстративность», связывая ее с понятиями, составляющими ядро рассматриваемой коммуникативной категории, организованной по принципу бинарной оппозиции: самопрезентация (явная или скрытая), акцентированность (положительная или отрицательная) и преувеличение (произвольное или непроизвольное) [ИРС, СРС, БПС].

Конститутивными признаками коммуникативной тональности являются интенциональность, определяющаяся социальными потребностями и интересами; интерпретативность, подразумевающая множество возможных вариантов толкования; эмоциональность и оценочность.

Маркерами демонстративной коммуникативной тональности являются просодические средства, которые позволяют говорящему верно понимать, в какой тональности проходит разговор, включая его в реальный контекст социальной коммуникации: тон, мелодика, интонация.

3. Типология коммуникативной демонстративности

Рассмотрим демонстративную тональность с целью выявления ее основных видов и построения типологии.

Демонстративность является атрибутивной составляющей всех сторон взаимодействия людей. По мнению М. Халлидея, демонстративность проявляется в любом акте коммуникации. Это то, как и с какой целью говорящий передает свое сообщение, самовыражается и воздействует на собеседника в рамках своего социального статуса и роли [Halliday, 1978. P. 4].

Анализ понятия «коммуникативная демонстративность» предполагает использование коммуникативного подхода к слову, что позволяет выявить существенные особенности данного феномена [Стернин, 1985. С. 6].

Демонстративность проявляется в разнообразных обстоятельствах общения в рамках социально-коммуникативных сфер: официальных, неофициальных, административно или законодательно регулируемых, нерегулируемых и доминантных, вызывая позитивный или негативный ответ адресата.

В. И. Карасик разработал основание для классификации типов коммуникативной тональности:

- 1) по смыслу: а) одноплановый/многоплановый; б) заданный/открытый;
- 2) по виду общения: а) серьезное/несерьезное; б) кооперативное/конфликтное; в) приоритет содержания/формы общения;
- 3) по тематике: а) конкретная/отвлеченная.

Руководствуясь данными критериями, ученый выделяет идеологическую, информативную, статусную, торжественную, фасциативную, фатическую, шутливую тональности [Карасик, 2017].

Е. Л. Фрейдина подразделяет тональность на функциональную и межличностную. Функциональную коммуникативную тональность, стилизацию исследователь связывает с намеренной говорящим целью взаимодействия и набором средств языка для ее реализации. Межличностная тональность характеризует отношения между сторонами диалога, которые оцениваются по шкалам: формальные – неформальные, доброжелательные – враждебные, уважительные – пренебрежительные, кооперативные – конфликтные и др. и реализует определенный настрой на восприятие сообщаемой информации [Фрейдина, 2015].

Обзор лингвистических работ, опубликованных за последние двадцать лет, показал, что исследователи изучили 30 общих и 22 частных типа коммуникативной тональности, руководствуясь прагматическим подходом.

Обобщим имеющиеся разрозненные научные данные по типам коммуникативных тональностей, представленных в научных публикациях, в виде сводных таблиц.

Таблица 1

Общие типы коммуникативных тональностей

Table 1

General Types of Communicative Tonalities

Типы демонстративности по доминирующей эмоции общения

Types of Demonstrative Tonality According to the Dominant Emotion of Communication

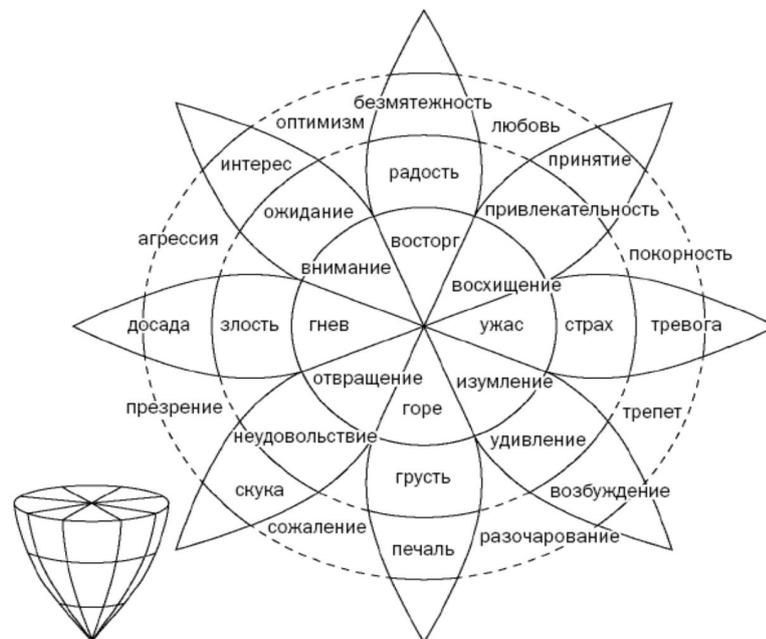
Положительная	Отрицательная	Нейтральная
горделивая оптимистическая положительная	агрессивная боязливая тревожная пессимистическая	индифферентная

С нашей точки зрения, общее количество потенциально возможных коммуникативных тональностей равняется числу эмоций, которые может испытывать человек.

К. Изард выделяет десять базовых человеческих эмоций:

1) положительные – возбуждение, радость, удивление;

2) отрицательные – страдание, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд и вина. Каждая из двух групп задает диапазон состояний по степени выраженности. Например, радость включает в себя удовлетворение, восторг, ликование, экстаз и другие. При сочетании нескольких базовых эмоций возникают комплексные эмоциональные состояния: тревожность содержит страх, гнев, вину и интерес [Изард, 2006].



Колесо эмоций Р. Плутчика
The Wheel of Emotions by R. Plutchik

Р. Плутчик создал диаграмму эмоционального спектра из восьми основных и производных от них эмоций – «Колесо эмоций» (см. рисунок) [Plutchik, 1991]. Согласно этой схеме, основные эмоции могут объединяться в четыре противоположные пары: гнев – ужас; горе – восторг; изумление – настороженность; восхищение – отвращение. В центре диаграммы находятся сильные переживания, за ними – базовые, затем на внешнем круге – сложные.

На рисунке показано существование большого количества эмоций, испытываемых человеком, которые он выражает словами, интонацией голоса, движениями тела и поведением.

Р. Плутчик с помощью колеса определил 24 первичные, вторичные и третичные диады (чувства, сочетающие две эмоции). 24 диады и 32 триады вместе образовали 56 эмоций [Там же, 1991].

Наиболее полной современной классификацией эмоций является типология Т. У. Смит, включающая 154 человеческие эмоции, которые подробно изложены в ее работе «The Book of Human Emotions» [Smith, 2016].

По речевой стратегии демонстративность подразделяется на информативный, персуазивный, инспиративный и императивный типы.

В связи с этим основу построения типологии демонстративности составляют следующие критерии: 1) способ представления реципиенту; 2) адресатная реакция. Выделяются акцентированный, скрытый, положительный и отрицательный типы демонстративности. Уточним содержание выделенных четырех универсальных типов демонстративности.

Явная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся очевидным однозначным прямым представлением своего образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности. Например:

(1) Массовое сознание не догадывается и не понимает, что я после фильма «Ермак» *был академиком и профессором Академии безопасности и правопорядка при президенте России, при ФСБ. Я был любимцем. Меня, в буквальном смысле, на руках носили*, когда я на премьеры ездил (Джигурда Н., 2022).

В примере (1) акцентированная коммуникативная демонстративность, реализуемая гиперболой (академик и профессор), гиперболической фразеологической единицей (на руках носили), словосочетанием-усилителем (в буквальном смысле) и существительным с положительной коннотацией (любимец), позволяет актёру прямо обозначить свою успешность, показать качества своей личности: уверенность в себе и высокую самооценку.

Скрытая демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом. Например:

(2) *Меня считали бездарным, безголосым. Уходил с экзамена со слезами. Но я – водолей, поэтому я иду вперед, я стараюсь в жизни* (Пенкин С., Блестки Цоя ..., 2023).

Имплицитная демонстративная тональность в высказывании (2) актуализируется литотой, включающей отрицательные эпитеты (бездарный, безголосый) и скрытой антитезой (тогда все считали неудачником, а сейчас знаменит на всю страну), посредством которой у адресата формируется представление о певце С. Пенкине как о трудолюбивом, талантливом и волевом человеке.

Положительная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего позитивного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей конструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности. Например:

(3) *Я человек очень искренний и открытый. Я верю в людей изначально и их люблю* (Хакамада И., 2020).

В примере (3) положительная демонстративная тональность строится на употреблении положительных эпитетов в сочетании с наречием-интенсификатором «очень» (очень искренний и открытый), а также глаголов в значении «доверять» и «чувствовать глубокую привязанность» к окружающим (верю, люблю) и указывает на то, что говорящая имеет позитивную личностную направленность.

Отрицательная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего негативного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей деструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности. Например:

(4) А. Пугачёва: Вам разрешено сверху так себя вести?

В. Жириновский: *Я веду себя так, как считаю нужным и в этом моя прелесть! Я сам первый пошел в кандидаты в президенты еще советской России. Все разбежались! Вам молчать нужно сидеть! Не нравится – убирайтесь вон! (стучит кулаком по трибуне).* Вы, артисты, как последние путаны. Завтра въеду в Кремль – все будете лежать, а я на вас буду плевать и вытирать об вас ноги! Позор вам! (Жириновский В., «Поединок» Владимира Соловьева, 2012).

В отрывке диалога (4) политик оформляет свою речь с помощью средств отрицательной коммуникативной демонстративности: субстандартного сравнения (как последние путаны), клише-восклицаний, содержащих обвинение собеседника (...убирайтесь вон! Позор вам!), императивного предложения, запрещающего реципиенту озвучивать свое мнение (Вам молчать нужно сидеть!), речевой стратегии унижения с менасивным компонентом (я на вас буду плевать и вытирать об вас ноги!) и невербальный маркер угрозы (стучит кулаком по трибуне, кричит). Отрицательная демонстративная тональность в данном высказывании отражает доминантный тип языковой личности, его направленность на подавление и причинение дискомфорта реципиенту.

Заключение

Коммуникативная категория представляет собой коммуникативную гештальт-структуру, реализующуюся в языковых единицах. К ведущим средствам выражения коммуникативной категории отнесены эксплицитные семантические средства, к периферийным – лексико-грамматические средства и паралингвистические знаки.

Накопленные данные о феномене коммуникативной тональности, представленные в работах отечественных и зарубежных ученых за период с 1970-х гг. по настоящее время позволяют констатировать, что демонстративная коммуникативная тональность актуализируется на всех языковых уровнях и реализуется в продуктах речи с помощью применения разнообразных языковых и неязыковых средств.

На основании коммуникативного подхода определяются четыре ведущих типа коммуникативной демонстративности: явная, скрытая, положительная и отрицательная.

Список литературы

- Изард К. Э. Психология эмоций. М.: Питер, 2006. 460 с.
- Карасик В. И. Коммуникативная тональность: типы и способы выражения // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2017. № 2 (18). С. 75–89.
- Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Тенденции развития современного дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 1. С. 14–31.
- Кириллова Н. Б., Зубанова Л. Б., Синецкий С. Б. и др. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / Отв. ред. Н. Б. Кириллова. Екатеринбург: Уральское отделение НОКО, 2019. 290 с.

- Корнеева А. В.** Коммуникативное поведение и коммуникативное сознание как механизмы межкультурного взаимодействия // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. № 15(4). С. 78–86.
- Лакофф Дж.** Женщины, огонь и опасные вещи: что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Гнозис, 2011. 515 с.
- Синельникова Л. Н.** Признаки дискурсивной матрицы гуманитарного пространства нового века // Политическая лингвистика. 2009. № 29. С. 56–68.
- Стернин И. А.** Лексическое значение слова в речи: Монография. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. 170 с.
- Тисленкова И. А.** Языковые средства актуализации высокого уровня профессионализма говорящего в нарративном интервью (на материале английского языка) // Известия Волгоград. гос. пед. ун-та. 2021. № 8(161). С. 146–152.
- Тисленкова И. А.** Теоретические основы идентификации уровня профессионализма говорящего по речевым характеристикам в кадровом интервью // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. № 8(3). С. 148–159.
- Фрейдина Е. Л.** Тональность речевого общения и ее просодические маркеры // Преподаватель XXI века. 2015. Т. 2, № 1. С. 282–289.
- Audrezet A., De Kerviler G., Moulard J. G.** Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation // Journal of business research. 2020. Vol. 117. P. 557–569.
- Beer J. S., Brandler S.** Why don't we know more about the minds of authentic people? // Social and Personality Psychology Compass. 2021. Vol. 15, iss. 1.
- Choi Y. H., Bazarova N. N.** Self-Disclosure and Self-Presentation // The International Encyclopedia of Media Psychology. 2020. P. 1–5.
- Funder D. C., Ozer D. J.** Evaluating effect size in psychological research: Sense and nonsense // Advances in Methods and Practices in Psychological Science. 2019. Vol. 2, iss. 2. P. 156–168.
- Halliday M. A. K.** Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. London: Edward Arnold, 1978. 256 p.
- Hart W., Cease Ch. K., Lambert J. T., Garrison K.** Designing one's authentic identity: Self-proclaimed authentic people report self-presentation agendas to seem authentic to audiences // Personality and Individual Differences. 2023. Vol. 201. P. 111941.
- Nichols A. L., Carducci B. J., Nave C. S., Riggio R. E.** Self-Presentation Theory/Impression Management // The Wiley encyclopedia of personality and individual differences: Models and theories. 2020. Pp. 397–400.
- Plutchik R.** The emotions. Lanham. New York. London: University Press of America, 1991. 216 p.
- Smith T. W.** The Book of Human Emotions: From Ambiguophobia to Umpty – 154 Words from Around the World for How We Feel. London: Little, Brown Spark, 2016. 336 p.

Список источников

- Блестки Цоя, стразы Киркорова, сцена с «Роллингами», работа дворником и слезка КГБ / Сергей Пенкин 28.06.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-z-4X-rM8e4> (дата обращения: 03.07.2023).
- Джигурда: Легенда. URL: <https://www.youtube.com> 15.06.2022 (дата обращения: 03.07.2023).
- Ирина Хакамада: «Умной женщине тяжелее, чем умному мужчине». Легенда 29.04.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uaJAMGexQzE> (дата обращения 03.07.2023).
- «Поединок» Владимира Соловьева. Прохоров vs Жириновский. 28.02.2012. Выборы–2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ar-8HLL6V4g> (дата обращения: 03.07.2023).

Словари

- БПС – Большой психологический словарь / Под ред. Мещерякова Б. Г., Зинченко В. П. 4-е изд., расш. М.: АСТ; СПб.: Прайм-Еврознак, 2009. 811 с.
- ИРС – Идеографический словарь русской социальной лексики: общество и человек / Под ред. Леонтьевой Т. В. Екатеринбург: Ажур, 2018. 554 с.
- СРС – Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Под ред. Абрамова Н. М.: Русские словари, 1999. 575 с.

References

- Audrezet A., De Kerviler G., Moulard J. G.** Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of business research*, 2020, vol. 117, pp. 557–569.
- Beer J. S., Brandler S.** Why don't we know more about the minds of authentic people? *Social and Personality Psychology Compass*, 2021, vol. 15, iss. 1.
- Choi Y. H., Bazarova N. N.** Self-Disclosure and Self-Presentation. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 2020, pp. 1–5.
- Freydina E. L.** The tonality of speech communication and its prosodic markers. *Teacher of the XXI century*, 2015, vol. 2, iss. 1, pp. 282–289. (In Russ.)
- Funder D. C., Ozer D. J.** Evaluating effect size in psychological research. *Sense and nonsense Advances in Methods and Practices in Psychological Science*, 2019, vol. 2, iss. 2, pp. 156–168.
- Halliday M. A. K.** Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. London, Edward Arnold, 1978, 256 p.
- Hart W., Cease Ch. K., Lambert J. T., Garrison K.** Designing one's authentic identity: Self-proclaimed authentic people report self-presentation agendas to seem authentic to audiences. *Personality and Individual Differences*, 2023, vol. 201, pp. 111941.
- Izard K. E.** Psychology of emotions. Moscow, Piter publ., 2006, 460 p. (In Russ.)
- Karasik V. I.** Communicative tonality: types and ways of expression. *Scientific notes of the National Society of Applied Linguistics*, 2017, iss. 2 (18), pp. 75–89. (In Russ.)
- Karasik V. I., Slyshkin G. G.** Trends in the development of modern discourse. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 2021, iss. 1, pp. 14–31. (In Russ.)
- Kirillova N. B. et al.** The Information Age: New paradigms of culture and education: monograph. Yekaterinburg, Ural Branch NOKO, 2019, 290 p. (In Russ.)
- Korneeva A. V.** Communicative behavior and communicative consciousness as mechanisms of intercultural interaction. *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2017, iss. 15 (4), pp. 78–86. (In Russ.)
- Lakoff Dzh.** Women, fire and dangerous things: what categories of language tell us about thinking. Moscow, Gnozis publ., 2011, 515 p. (In Russ.)
- Nichols A. L., Carducci B. J., Nave C. S., Riggio R. E.** Self-Presentation Theory/Impression Management. *The Wiley encyclopedia of personality and individual differences: Models and theories*, 2020, pp. 397–400.
- Plutchik R.** The emotions. Lanham. New York. London, University Press of America, 1991, 216 p.
- Sinel'nikova L. N.** Signs of the discursive matrix of the humanitarian space of the new century. *Political linguistics*, 2009, iss. 29, pp. 56–68. (In Russ.)
- Smith T. W.** The Book of Human Emotions: From Ambigophobia to Umpty – 154 Words from Around the World for How We Feel. London, Little, Brown Spark, 2016, 336 p.
- Sternin I. A.** Lexical meaning of a word in speech: a monograph. Voronezh, Voronezh Publishing House Un-ty, 1985, 170 p. (In Russ.)

Tislenkova I. A. Language means of actualizing the high level of professionalism of the speaker in a narrative interview (based on the material of the English language). *Proceedings of the Volgograd State Pedagogical University*, 2021, iss. 8 (161), pp. 146–152. (In Russ.)

Tislenkova I. A. Theoretical foundations for identifying the level of professionalism of the speaker by speech characteristics in a personnel interview. *Theoretical and applied linguistics*, 2022, iss. 8 (3), pp. 148–159. (In Russ.)

List of sources

«The Duel» at Vladimir Solovyov. Prokhorov vs Zhirinovsky. 28.02.2012. Elections 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ar-8HLL6V4g> (accessed: 03.07.2023) (In Russ.)

Dzhigurda: Legend [Electronic resource]. Access mode: <https://www.youtube.com> 15.06.2022 (accessed: 03.07.2023) (In Russ.)

Irina Khakamada: “It’s harder for a smart woman than for a smart man” // Legend 29.04.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uaJAMGexQzE> (accessed 03.07.2023) (In Russ.)

Tsoi sequins, Kirkorov rhinestones, a scene with «Rolling stones», work as a janitor and KGB surveillance / Sergey Penkin 28.06.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-z-4X-rM8e4> (accessed: 03.07.2023) (In Russ.)

Dictionaries

A large psychological dictionary. Meshcheryakova B. G., Zinchenko V. P. (Eds). Moscow, AST publ.; Saint-Petersburg, Praym-Evroznak publ., 2009, 811 p. (In Russ.)

Dictionary of Russian synonyms and similar expressions. Abramova N. (Ed.). Moscow, Russian dictionaries publ., 1999, 575 p. (In Russ.)

Ideographic Dictionary of Russian Social Vocabulary: Society and man. Leont’eva T. V. (Ed.). Ekaterinburg, Azhur. publ., 2018, 554 p. (In Russ.)

Информация об авторе

Тисленкова Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки» Волгоградского государственного технического университета

Information about the Author

Irina A. Tislenkova, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, the Department of Foreign languages, Volgograd State Technical University

*Статья поступила в редакцию 12.09.2023;
одобрена после рецензирования 26.11.2023; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 12.09.2023;
approved after reviewing 26.11.2023; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 81'322.2

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-27-49

**Аргументативная разметка корпуса текстов
научной интернет-коммуникации:
жанровый анализ и исследование типовых моделей рассуждения
с помощью платформы ArgNetBank Studio**

**Мария Кирилловна Тимофеева¹, Дарья Владимировна Ильина²
Ирина Семёновна Кононенко³**

Институт систем информатики им. А. П. Ершова СО РАН
Новосибирск, Россия

¹mtimof@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8999-2330>

²dviljina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6191-5632>

³irina_k@cn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5057-6807>

Аннотация

В статье представлен корпус текстов с аргументативной разметкой, относящихся к различным типам научной интернет-коммуникации. Разметка корпуса проведена на платформе ArgNetBank Studio. Обсуждаются жанры и функциональные характеристики текстов научной интернет-коммуникации. Сформулированы цель создания корпуса и принципы отбора включаемых в него данных, определены типы отбираемых текстов. Рассмотрены особенности аргументативной разметки научных и научно-популярных статей с комментариями, которые, в отличие от остальных типов включенных в корпус текстов, представляют собой интернет-диалоги. Это обуславливает специфику их аргументативной структуры. Обсуждается также проблема идентификации аргументативных схем, возникающая при разметке текстов разных типов. Проведенный пробный эксперимент показал, что для ряда пар схем выбор между ними затруднен. Предложено учесть сложности такого рода при разработке методики разметки, определив семантические различительные признаки схем аргументации. Данный подход проиллюстрирован на примере одной из рассмотренных пар схем. В ходе разметки аналитических текстов возникла необходимость добавления новых схем рассуждения и дополнения некоторых из уже имеющихся. В статье приведены формализованные описания таких схем и иллюстративные примеры из проанализированных текстов корпуса.

Ключевые слова

аргументативная разметка, жанр, корпус, научная интернет-коммуникация, модель аргументации

Финансирование

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-11-00261, <https://rscf.ru/project/23-11-00261/>

Для цитирования

Тимофеева М. К., Ильина Д. В., Кононенко И. С. Аргументативная разметка корпуса текстов научной интернет-коммуникации: жанровый анализ и исследование типовых моделей рассуждения с помощью платформы ArgNetBank Studio // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 27–49. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-27-49

© Тимофеева М. К., Ильина Д. В., Кононенко И. С., 2024

Argumentative Annotation of the Scientific Internet-Communication Corpus: Genre Analysis and Study of Typical Reasoning Models based on the ArgNetBank Studio Platform

Mariya K. Timofeeva¹, Daria V. Ilina²,
Irina S. Kononenko³

A. P. Ershov Institute of Informatics Systems
Novosibirsk, Russian Federation

¹mtimof@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8999-2330>

²dviljina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6191-5632>

³rina_k@cn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5057-6807>

Abstract

The article presents a corpus of texts with argumentative annotation pertaining to different types of scientific Internet communication. The corpus is annotated using the ArgNetBank Studio platform. The genres and functional characteristics of scientific Internet communication texts are discussed. The purpose of creating the corpus and the principles of selecting the data to be included are formulated, the types of selected texts are defined. The peculiarities of argumentative annotation of scientific and popular science articles with commentaries, which, unlike other types of texts included in the corpus, are internet-dialogues, are considered. This determines the specificity of their argumentative structure. We also discuss the issue of identifying argumentative schemes that arises within the process of annotating the texts of different types. A trial experiment has shown that for a number of pairs of schemes the choice is difficult. We propose taking these difficulties into account while developing a methodology of annotation and defining distinguishing semantic features of argumentative schemes; this approach is illustrated by analyzing the schemes from one of the considered pairs. In the course of annotating the analytical texts, the necessity of adding new reasoning schemes and supplementing some of the existing ones has arisen. The paper provides formalized descriptions of such schemes and illustrative examples from the analyzed corpus texts.

Keywords

Argumentative annotation, genres, corpus, scientific Internet communication, argumentation model

Funding

The research was funded by the grant from the Russian Science Foundation № 23-11-00261, <https://rscf.ru/project/23-11-00261/>

For citation

Timofeeva M. K., Ilina D. V., Kononenko I. S. Argumentative annotation of the scientific internet-communication corpus: genre analysis and study of typical reasoning models based on the ArgNetBank Studio platform. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 27–49. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-27-49

Введение

Современное общество характеризуют как информационное, существенную роль в нем играет информация и операции с ней. В частности, цифровая среда стала неотъемлемым средством поддержки, распространения и развития научных знаний. Создаются оперативные формы публикаций и открытые архивы научных статей, средства быстрого информационного обмена, происходит развитие информационной инфраструктуры науки, используются разнообразные виды электронной научной коммуникации.

В таких условиях особую значимость приобретает развитие средств формализации и автоматизации процессов работы с текстами научной интернет-коммуникации, прежде всего – работы с содержаниями текстов. Соответственно актуально развитие языковых моделей семантико-прагматического уровня, так как именно они связаны с пониманием текста.

Один из вариантов анализа, ориентированный на решение ряда задач компьютерной лингвистики (автоматизация процессов реферирования, семантического поиска, классификации текстов и т. д.) – это анализ рассуждения, реализуемого в тексте, т. е. выявление траекторий

движения мысли автора, направленных на адекватную поставленным целям передачу определенного содержания. Современные методы построения схем рассуждения базируются на исследованиях по анализу аргументации, представленных, например, в [Perelman, Olbrechts-Tyteca, 1971; Walton, 2008; Еемеерен, 2021]. Одним из инструментов компьютерной реализации данного подхода является платформа для обработки текстов на русском языке ArgNetBank Studio (<https://uniserv.iis.nsk.su/arg/>) [Сидорова и др., 2020].

Цель данной статьи состоит в обсуждении опыта построения и анализа схем рассуждения на материале текстов научной интернет-коммуникации, осуществляемой на русском языке. Особое внимание уделено научно-популярным статьям, размещенным на форуме «Хабр» (habr.com/ru) общим объемом 57 356 словоупотреблений. Для создания корпуса текстов с аргументативной разметкой использовалась указанная платформа.

Дальнейшее изложение имеет следующую структуру. В разделе 2 обсуждается создание корпуса текстов с аргументативной разметкой. Рассматривается область интернет-коммуникации и ее жанровое деление, требования к включаемым в создаваемый корпус текстам, структура этого корпуса и его количественные характеристики. Проанализированы результаты разметки двух типов статей: научных статей с комментариями рецензента и научно-популярных статей с комментариями. В разделе 3 описаны новые схемы рассуждения, включенные в используемый инструмент разметки. В заключении кратко формулируются итоги проделанной работы и намечаются дальнейшие планы.

1. Создание корпуса

1.1. Понятие интернет-коммуникации

Единого определения понятия «интернет-коммуникация» нет, более того, применительно к такому виду взаимодействия используются также другие наименования, устоявшиеся разграничения между которыми отсутствуют: компьютерно-опосредованная коммуникация, виртуальный дискурс, электронная / виртуальная / компьютерная / сетевая коммуникация, компьютерный / сетевой / виртуальный / компьютерно-медийный / электронный дискурс, интернет-дискурс. Причем варианты наименований со словом «коммуникация» предлагается использовать как общие названия этого вида взаимодействия (существующего наряду с другими видами: устной, письменной, печатной формами), а варианты со словом «дискурс» – применительно к определенной конкретной сфере, не обязательно компьютерно-опосредованной (например, персональный, научный, деловой дискурс) [Щипицына, 2009].

Во многих публикациях приводится определение И. Н. Розиной. Она предлагает следующее толкование термина *компьютерно-опосредованная коммуникация*: «...новое прикладное направление, в котором исследуется использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знания и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах» [Розина, 2007. С. 233].

Подходы к классификации речевых жанров интернет-коммуникации пока не привели к построению общепринятой концепции. Отчасти это объясняется отсутствием единства и в определении понятия *жанр* применительно к традиционным (не компьютерным) видам коммуникации. К числу наиболее признаваемых определений можно отнести формулировки М. М. Бахтина и Т. Г. Винокура: «...каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые мы и называем речевыми жанрами» [Бахтин, 1996. С. 237]; каждый жанр «характеризуется типическими ситуациями, формальными и содержательно-тематическими особенностями общения» [Винокур, 1980. С. 117].

Для научной интернет-коммуникации также пока нет сложившейся классификации жанровых моделей. Однако публикации на эту тему имеются. Например, в работе [Данкова, Дубров-

ская, 2019] анализируются профессиональные сообщества, существующие в сети ВКонтакте, рассматриваются состав и жанровые формы актуализации действующих в них аксиологических ориентиров. В результате выделены следующие жанры: самопрезентация, обмен мнениями, просьба, обращение за советом, совет, благодарность, осуждение, обвинение, оскорбление, одобрение. Уже по данному перечню понятно, что типология жанров в разных видах научной интернет-коммуникации различна. Например, в проанализированных научно-популярных статьях, а также в комментариях-дискуссиях по поводу их содержания не встретились такие жанры из приведенного перечня, как обвинение и оскорбление, что, по-видимому, объясняется более строгими принципами модерирования по сравнению с сетью ВКонтакте. То же самое можно сказать и о закономерностях, которые считаются присущими языку вообще, на данном этапе его функционирования, и в разной степени проявляются в современной интернет-коммуникации [Интернет-коммуникация, 2018. С. 6–8]: тенденция к усилению диалогичности; тенденция к усилению коллоквиализации (разговорности) общения; тенденция к экспрессивизации общения; тенденция к глобальному снижению и огрублению речи.

1.2. Жанры интернет-коммуникации и характеристика создаваемого корпуса

Любой текст, если его коммуникативная задача не сводится к чистому информированию (объяснительный текст), несет наряду с информированием функцию убеждения аудитории в справедливости высказываемых в нем положений и/или необходимости совершения определенных действий (аргументативный текст). Именно такими являются тексты, относящиеся к научной сфере общения, или функциональному стилю – Ф-стилю, в соответствии с терминологией [Кибрик, 2009].

Объектом исследования предлагаемой работы являются интернет-тексты, которые относятся к нескольким жанрам научного Ф-стиля и собраны в качестве жанровых подкорпусов единого корпуса научной интернет-коммуникации, представленного на платформе ArgNetBank Studio. В работе [Кибрик, 2009] жанровая проблематика рассматривается в тесной связи с классификацией функциональных стилей, отражающих сферы человеческой деятельности. В рамках научного Ф-стиля можно выделить два субстиля: собственно научная и научно-популярная коммуникация. К целевой аудитории текста научно-популярного субстиля относится самая широкая массовая публика, которую автор текста считает необходимым убедить в истинности изложенной в тексте информации. В предлагаемой работе научно-популярная коммуникация представлена новостными статьями (научные новости) и статьями с сайта habr.com/ru (далее – *habr-статьи*). К собственно научному субстилю отнесены короткие научные статьи, научные рецензии и научные статьи с комментариями рецензента. Их целевая аудитория существенно уже – это специалисты в научной области, к которой относится тематика текстов. Коммуникативная цель автора – убедить коллег в справедливости излагаемых им результатов научных исследований и/или высказать свое мнение, оценку этих результатов и способа их изложения.

Коллекция текстов научной интернет-коммуникации распределилась в корпусе по указанным субстилям и жанровым категориям следующим образом:

- научно-популярная коммуникация:
 - научные новости (30 текстов, средний объем текста – 506 словоупотреблений),
 - *habr-статьи* (30 статей с комментариями, средний объем статьи без комментариев – 1912 словоупотреблений, с комментариями – 16 482);
- научная коммуникация:
 - короткие научные статьи (50 статей, средний объем статьи – 1053 словоупотребления),
 - научные рецензии (30 текстов, средний объем рецензии – 346 словоупотреблений),
 - научные статьи с комментариями рецензентов (10 текстов, средний объем статьи без комментариев – 3571 словоупотребление, с комментариями – 4848).

Аннотирование текстов проводилось на основе модели Д. Волтона [Walton et al., 2008]. Эта работа содержит компендиум схем аргументов, которые, по мнению авторов, являются наиболее полезным и широко признанным инструментом, разработанным к настоящему времени в теории аргументации. Под схемой аргумента понимается модель, с помощью которой аргументирующий «стремится так или иначе добиться “переноса приемлемости” с эксплицитной посылки на свою точку зрения, ... чтобы слушатель или читатель принял эту точку зрения...», «конвенциональные способы выражения связи между тем, что утверждается в посылке, и тем, что утверждается в тезисе» [Еемерен, 2006. С. 25]. Схемы аргументов отражают стереотипные модели мышления, которые в общем случае не являются дедуктивными и монотонными. Поэтому их также называют моделями правдоподобного вывода, в том смысле, что если посылки аргумента верны, то предположительно верно и заключение. Схемы описываются в онтологии как набор утверждений-посылок, утверждение-вывод (тезис) и (опционально) набор презумпций и исключений. Интерфейс платформы представлен на рис. 1.

The screenshot shows the ArgNetBank Studio interface. On the left, a navigation tree lists 'Argumentation schemes' with sub-categories like 'Conflict', 'Locution', 'Inference', 'Deductive_Inference', 'Inductive_Inference', and 'Presumptive_Inference'. The 'Presumptive_Inference' category is expanded to show 'Зависимость_от_источника_аргумента', which includes 'Внешнее' and 'Внутреннее'. Under 'Внутреннее', several sub-categories are listed, including 'От_классификации', 'От_объяснения', 'От_определения', and 'От_факта'. The main content area is titled 'Аргумент «Sign_Inference»' and contains a table with the following data:

Роль	Тип утверждения	Описание утверждения
Conclusion	PresumedCause_Statement	В истинно в этой ситуации
Conclusion	Scheme_Application	
ExistenceOfSign_Premise	ExistenceOfSign_Statement	А истинно в данной ситуации
IndicationBySign_Premise	IndicationBySign_Statement	Как правило, истинность знака А, обозначающего В, указывает на истинность В
SignEventCorrelation_Presumption	SignEventCorrelation_Statement	Есть строгая корреляция между знаком и обозначаемым событием
SignFromOtherEvents_Exception	SignFromOtherEvents_Statement	Имеются другие события, более надёжно объясняющие знак

Below the table, there is a section titled 'Описание схемы (класса аргументов)' with a search bar and a table of examples. The table has columns: 'Первоисточник', 'Проект', 'Аргумент', and 'Контекст'. The examples listed are:

Первоисточник	Проект	Аргумент	Контекст
Виртуальное моделиро...	AZ-1	A19. Sign	S19. В таблице 1 ... S20. соотношение кейсов ...
Зачем люди придумыва...	БорзиковАлексей ...	От знака	Логлан — это язык, абсолютно лишенный двус...
Зачем люди придумыва...	БорзиковАлексей ...	От знака	Язык ифкуль для увеличения (применим) ин...
Зачем люди придумыва...	БорзиковАлексей ...	От знака	Подобного рода объединения существуют по ...
Зачем люди придумыва...	БорзиковАлексей ...	От знака	большинство слов имеют очень широкий спек...

At the bottom, there is a section titled 'Примеры аргументов (экземпляры схемы)' with a 'Rows per page' dropdown set to 5 and a total of 1-5 of 831 rows.

Рис. 1. Схемы аргументации на платформе ArgNetBank Studio
Fig. 1. Argumentation schemes on the platform ArgNetBank Studio

Процесс аргументативной разметки текста включает следующие этапы: 1) разделение текста на текстовые сегменты, представляющие собой единицы рассуждения; 2) исключение из рассмотрения фрагментов текста, не вносящих вклад в ход рассуждения; 3) выявление смысловых связей между сегментами; 4) установление типов выявленных связей между текстовыми сегментами. Единицей рассуждения обычно является клауза, предложение, абзац. Перечисленные этапы, как правило, осуществляются не последовательно, а параллельно, при значительном объеме анализируемого текста возможен итеративный процесс. Взаимосвязи сегментов представляются в виде ориентированного графа с двумя типами вершин: 1) текстовые вершины с пометкой в виде текстового фрагмента (имеют вид прямоугольника) и 2) вершины, помеченные типами отношений (имеют вид овала). Внешний вид графа показан на рис. 2–5. Соответствующие типам отношений схемы аргументации описаны в онтологии (см. рис. 1), там же можно найти примеры их использования при разметке текстов корпуса.

Состав корпуса обусловлен целями его создателей, одной из которых было максимальное (по возможности) жанровое разнообразие текстов, которые будут подвергаться аргументативному аннотированию и в дальнейшем использоваться для нейросетевого анализа аргументации.

Второй принцип при сборе коллекции заключался в том, чтобы жанровые категории были максимально тематически нейтральными, что можно обеспечить многообразием тем в рамках каждого жанра. В связи с этим собраны новости из разных тематик, при отборе *habr*-статей старались также не ограничиваться преобладающей на сайте тематикой IT.

Тексты каждой категории характеризуются собственными жанровыми особенностями. Так, короткие научные статьи, обладая относительно небольшим размером (в среднем 1053 словоупотребления), как правило, имеют один главный тезис в конце текста и не имеют «длинных» связей (т. е. связанные аргументативными отношениями утверждения располагаются недалеко друг от друга), в них практически отсутствуют повторы, кроме того, многие тексты характеризуются эксплицитной жанровой структурой (введение, обзор, цель работы, методы, заключение, выводы), в других жанровая структура выявляется с помощью маркеров-индикаторов структуры [Саломатина, 2006]. В рецензиях главный тезис тоже находится в конце, он сводится к трем вариантам: принять рецензируемую статью к публикации, принять после доработки или отклонить. Аргументативные отношения образуют кустовую структуру, аргументами первого порядка являются достоинства и/или недостатки статьи. Главный тезис научных новостей, напротив, располагается в начале (лиде) новостной заметки, для заметки характерны повторы разной степени общности, имеется четкая жанровая структура с выделением хэдвайла, лида и бэкграунда [Кононенко, 2016]. Более сложные по структуре *habr*-статьи и статьи с комментариями могут вообще не иметь главного тезиса, а комментарии к ним привносят в изложение черты диалога.

Исходя из анализа текстов научной коммуникации данного корпуса, можно говорить о нескольких факторах определения жанра:

- 1) коммуникативная задача/цель;
- 2) жанровая структура;
- 3) наличие главного тезиса;
- 4) наличие повторов;
- 5) наличие комментариев;
- 6) статус участников коммуникации.

А. А. Кибрик пишет о разных аспектах определения жанра: «Первый из таких способов можно назвать **экстралингвистическим**. Он был предложен одним из наиболее известных современных специалистов по жанру – британско-американским лингвистом Дж. Суэйлсом. По определению Суэйлса [Swales 1990]¹, жанры – это принадлежность дискурсивных сообществ. По выражению Суэйлса, сообщества владеют жанрами. Дискурсы одного жанра имеют общий набор **коммуникативных целей**, признаваемых дискурсивным сообществом» [Кибрик, 2009. С. 10]. При анализе факторов, имеющих значение для идентификации жанра текста, выясняется, что структура коммуникативных задач, описанная в статье [Кононенко, 2014] как фактор жанровой классификации интернет-сайтов, актуальна и для выделения жанров интернет-текстов.

Коммуникативная задача описывается на основе параметров коммуникативной ситуации: текст можно рассматривать как коммуникативный акт (далее – КА), осуществляемый автором (далее – А) в рамках объемлющей деятельности (далее – Д), субъектом которой является А, контрагентом – целевая аудитория (далее – ЦА). Автор передает ЦА определенную информацию, которая является отражением тематики текста (далее – Т) и онтологии деятельности (да-

¹ Данный источник процитирован в работе А. А. Кибрика, работа не включена в список литературы к настоящей статье.

лее – Д). Текст нацелен на выполнение определенных *коммуникативных задач* (далее – КЗ), которым соответствуют *реактивные задачи* (далее – РЗ) для ЦА.

Таблица 1

Иерархия коммуникативных задач

Table 1

Hierarchy of communicative tasks

<i>Коммуникативные задачи</i>		<i>Реактивные задачи</i>	
1. Фатическая КЗ	наладить общение с ЦА	1. Фатическая РЗ	ЦА становится участником общения (вступает в / поддерживает общение)
2. Иллокутивная КЗ	передать ЦА информацию о Т и/или Д (в частности, с целью получить от ЦА информацию, необходимую для реализации Д)	2. Когнитивная РЗ	
		2.1. ЦА усваивает информацию о Т и/или Д, следствием чего может быть выполнение Реактивных задач 2.2–4	
		2.2. ЦА активизирует или вырабатывает определенное отношение к Т и/или Д (при наличии прагматической задачи А стремится к позитивной оценке ЦА относительно Д)	
		3. Иллокутивная РЗ	
3.1. ЦА передает А информацию о Т, необходимую для реализации КЗ	3.2. ЦА передает А отношение к Т и/или оценку Д		
3. Перлокутивная КЗ	обеспечить РЗ, т. е. желаемую реакцию ЦА	4. Прагматическая РЗ	ЦА совершает некоммуникативное действие Д', связанное с Т и встроенное в структуру Д

КЗ и РЗ выстраиваются в иерархию, в которой реализация задачи более низкого уровня является предпосылкой выполнения задачи более высокого уровня. Первые две (низкоуровневые) задачи характерны для любого КА. В зависимости от структуры задач, определяющей конечные цели и мотивы, рассматриваемые нами тексты по их назначению можно разделить на три жанровые группы.

Информационный текст: структура КЗ включает РЗ1–РЗ2. Нацелен на информирование, изменение знаний, мнений ЦА по тематике Т, исходит из предварительной общей гипотезы об интересе к Т у ЦА; корректировки представлений о ЦА не происходит, что является характерной чертой монологического изложения. Не предполагает немедленных реакций ЦА. К этому типу в корпусе относятся короткие научные статьи и научные новости.

Диалогический текст: структура КЗ включает РЗ1–РЗ3. Нацелен не только на информирование ЦА, но и на получение обратной связи. Это позволяет собеседникам в реальном времени достраивать и корректировать свои знания о Т и ЦА. Размещается на сайтах, ориентированных на организацию общения, что типично для блогов и форумов. Технологически такие сайты в наибольшей степени обеспечивают возможность диалогического или полилогического общения (в зависимости от числа коммуникантов) в стиле устной коммуникации. В частности,

возможны различные виды обмена репликами. Компонентный диалог представляет собой обмен стимулирующей и реагирующей репликами. Каскадный диалог представляет собой обмен несколькими репликами, каждая из которых реагирует на предыдущую. При этом возможны смены участников общения. К типу диалога в корпусе относятся *habr*-статьи, примеры и анализ которых будут приведены в разделе 2.4.

Деловой текст: структура КЗ включает Р31–Р34. Ориентирован на организацию совместной деятельности. Занимает промежуточное положение в отношении адекватности представлений об адресате. Обеспечивает обратную связь с ЦА для уточнения некоторых аспектов, необходимых для успешной реализации целей деятельности Д, которую обслуживает данный текст. Как и в первом случае, образ ЦА весьма обобщен, вследствие чего коммуникативный процесс в целом характеризуется высокой степенью стереотипности. Особенностью делового общения является нацеленность не просто на информирование, но на создание условий для реализации прагматической задачи Р34. Примерами текстов данного типа являются рецензии и научные статьи с комментариями рецензента, реализующими компонентный диалог.

1.3. Разметка текстов научных статей с комментариями рецензента

В группе деловых текстов выделяется жанр научных статей с комментариями. В них контрагентом автора текста является рецензент, который редко вербализует согласие, но регулярно эксплицирует отрицательную оценку и рекомендации по исправлению исходного текста. По объему комментарии составляют существенно меньшую часть текста, чем сама статья. Учитывая деятельностный характер текстов этого жанра, очевидно, что побудительные ходы у рецензента преобладают и встречаются очень часто, существенно чаще, чем в жанре аналитических статей. Рецензент выделяет фрагмент текста, на который он хочет высказать реакцию. На платформе это выглядит как повтор фрагмента авторского текста (используется отношение эквивалентности), который представляет часть аргументации автора и связывается с другими частями его аргументации. В целом в этом жанре наблюдается много побудительных реакций, что связано с прагматической задачей «совершенствования текста» и статусом «доминирования» рецензента над автором. Среди побудительных реакций очень много реакций типа «косвенное побуждение», которые описываются в рамках схемы «К практическому выводу» (PracticalReasoning)² (см. раздел 2.1): *ссылки; повтор; ссылки на всех; много отсылок к тому, что будет сказано*. Нередко постановка прагматической цели рецензентом аргументируется. На рис. 2 представлен фрагмент, где имеется несколько побудительных комментариев рецензента и выделен один, который сопровождается кратким объяснением позиции рецензента.

Как видим, рецензент показал стандартность («невычурность») текста с помощью рассуждения по аналогии (Analogy) и предложил поставить и выполнить цель «удалить данное замечание» (*данное замечание излишне*) в рамках все той же схемы «К практическому выводу».

Рассмотрим более простой случай из того же текста. Львиную долю имеющихся комментариев в нем составляют реплики рецензента «ссылки». В рамках той же схемы «К практическому выводу» автору предлагается сделать следующее: если есть план написать данный фрагмент, то следует поставить цель «дать ссылки» как способ реализации плана и реализовать эту цель действием «дать ссылки». Таким образом, данная цель и соответствующее действие представлены косвенно: «ссылки».

Иногда рецензент вступает в прямой конфликт с аргументацией автора текста.

²Здесь и далее при первом упоминании аргументативной схемы в скобках дается ее название на английском языке, представленное на платформе.



Рис. 2. Компонентный диалог в статье с комментариями рецензента
Fig. 2. Component dialogue in the article with reviewer comments

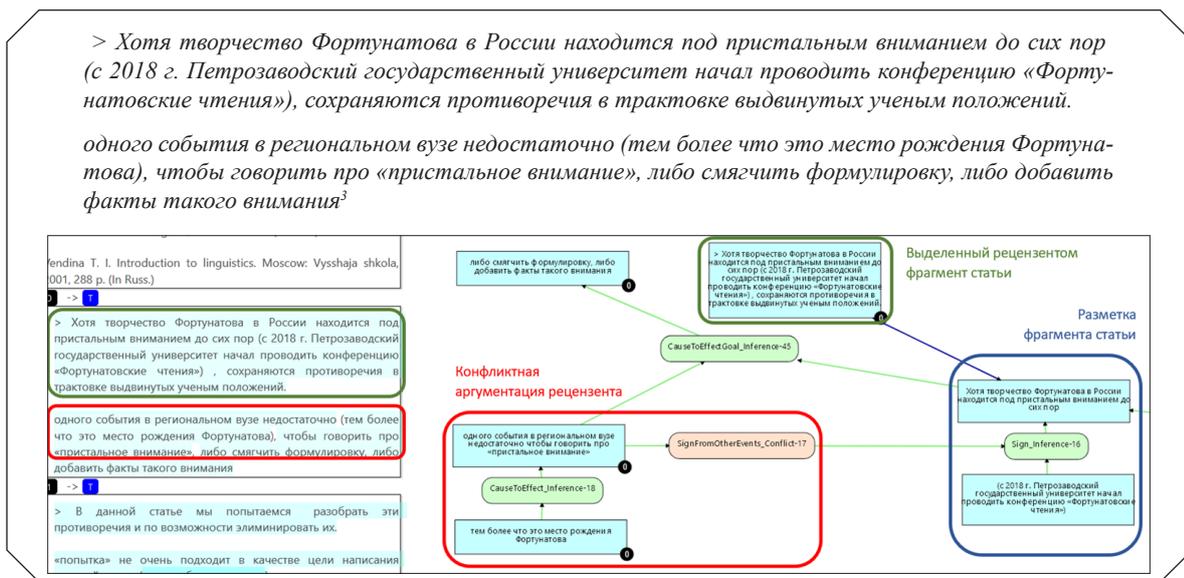


Рис. 3. Конфликтная аргументация в статье с комментариями рецензента
Fig. 3. Conflict argumentation in the article with reviewer comments

Разметка представлена на рис. 3.

Автор признаком своего утверждения о наличии в России особого внимания к творчеству Фортунатова посчитал конференцию в ПГУ (схема «От знака» (Sign)), а рецензент противопоставил этой аргументации конфликт типа «Знак других событий» (SignFromOtherEvents) и предложил поставить и реализовать одну из двух целей по корректировке текста. Проблема представления конфликтов состоит в том, что аргументация автора, видимо должна быть повторена в дублие фрагмента текста, так как конфликтная схема напрямую связывается с аргументом, которому она противопоставляется.

³Цитаты приведены с сохранением орфографии и пунктуации авторов.

1.4. Разметка текстов научно-популярных статей с комментариями

Вторая из выделенных выше трех жанровых групп научных текстов (диалогическая) заслуживает отдельного рассмотрения, так как отнесенные к ней тексты статей с комментариями (*habr*-статьи) существенно превышают остальные тексты корпуса по объему, а также по количеству участников и разнообразию их профессиональной принадлежности (фактически не имеющих ограничений). Далее обсуждаются результаты аргументативной разметки этих статей.

Аргументативная разметка текстов осуществлялась на платформе ArgNetBank Studio. Приводимые далее иллюстративные примеры взяты из статьи «Самый научный гайд по сну» и ее обсуждения на веб-сайте *habr.com/ru*. Объем всего текста 10 192 словоупотребления, из них 3017 словоупотреблений – это сама научно-популярная статья, 7175 словоупотреблений – комментарии к ней (133 комментария), в построенном графе 486 текстовых сегментов. Далее в скобках перед комментарием указывается его номер в публикации, размещенной на указанном выше сайте. Поскольку комментарии также подвергались аргументативному анализу, приведенный в примере текст может соответствовать части комментария с указанным номером.

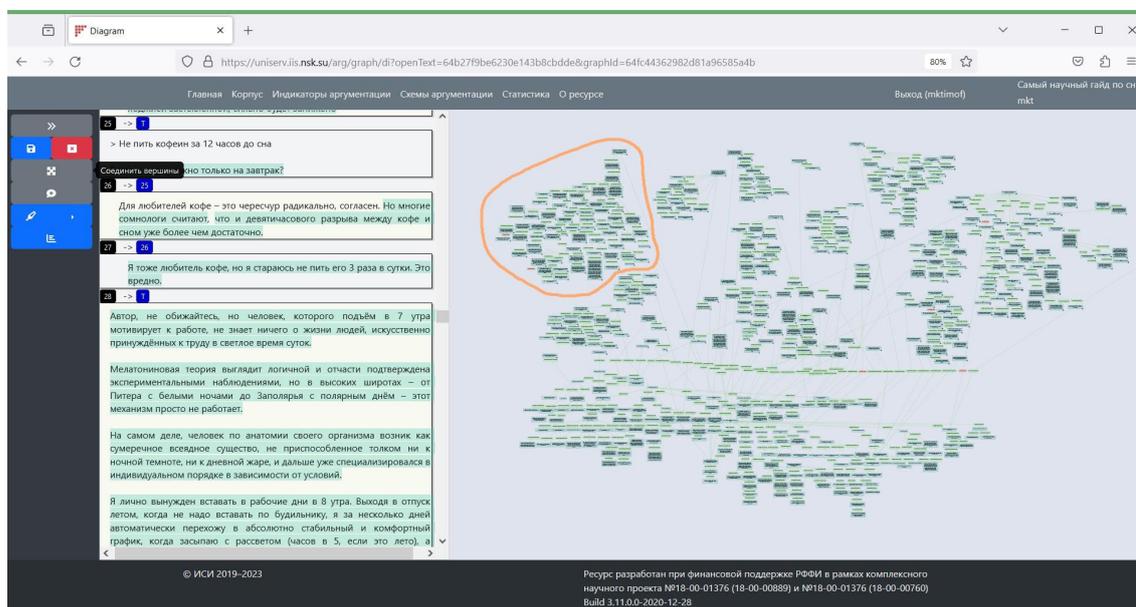


Рис. 4. Граф для текста «Самый научный гайд по сну»
Fig. 4. Graph for the text “The most scientific sleep guide”

Граф, представляющий модели рассуждения в указанном тексте, изображен на рис. 4. Этот граф является связным, т. е. не содержит изолированных текстовых вершин. Фрагмент графа, соответствующий статье, находится в нижней части изображения, в верхней его части – поддережья, соответствующие комментариям. Между ними – выстроенные в линию аргументативные отношения, связывающие комментарии с определенными утверждениями статьи. Комментарии образуют связные подграфы, каждый из которых присоединен к основному тексту статьи через то или иное отношение. По размеру подграфов можно увидеть, какие утверждения статьи вызвали наиболее активные обсуждения комментаторов. Для примера выделен один из таких подграфов, соответствующий дискуссии комментаторов по поводу вопроса «во сколько ложиться спать и вставать?». Каждый такой подграф имеет главную вершину, которая не является аргументом никакого другого утверждения комментария, а непосредственно связана с утверждениями самой статьи. В выделенном подграфе это отношение «От предвзято-

сти» (Bias), т. е. эмоционально-оценочное указание комментатора на то, что автор высказывает в статье свое предвзятое мнение по обсуждаемому вопросу, не учитывая опыта других людей. Чаще всего главная вершина поддерева комментариев связана со статьей через модели аргументации «От знающего» (PositionToKnow, 8 случаев); использовались также другие схемы: «Опровержение гипотезы» (FalsificationOfHypothesis, 6 случаев), «От неясности вербальной классификации» (VagueVerbalClassification, 5 случаев), «От исключения» (ExceptionalCase, 4 случая), «От применяемого метода» (AppliedMethod, 3 случая), по 1–2 раза встретились отношения «От незнания» (Ignorance), «От части к целому» (PartToWhole), «Логический конфликт» (LogicalConflict), «От предвзятости», «От следствия к причине» (EffectToCause), «К методу» (ToMethod), «От примера» (Example), по правилу гипотетического силлогизма (ModusPonens), «От негативных следствий» (NegativeConsequences), «К практическому выводу», «От знака».

Тексты жанра научно-популярной статьи с комментариями обладают рядом особенностей по сравнению с научными и другими научно-популярными текстами. В комментариях встречаются такие типы составляющих, которые либо отсутствуют в основном тексте, либо обладают меньшей частотностью, иными характеристиками содержания и функциональности. Эти особенности текста комментариев можно сгруппировать в пять классов.

1. Выражение отношения комментатора к какому-либо компоненту рассуждения или автору текста. Это может быть благодарность, оценка, эмоция, ирония.

В научном тексте может быть выражена благодарность, но она обычно относится к источнику финансовой поддержки, который лишь косвенно можно трактовать как аргумент «От эксперта» (ExpertOpinion), высказанный в поддержку представленной в статье работы. В комментариях к научно-популярному тексту благодарность, высказанная комментатором, может выполнять оценочную функцию, выступая как аргумент «От знающего»: (88) *Полезная статья. Спасибо.* Здесь комментарий выполняет функцию поддержки следующего тезиса, которым автор статьи заключил свой текст: *Надеюсь, я сделал вашу жизнь чуточку лучше.* Аналогичная реплика (42) *спасибо, приятная статья* поддерживает аргументацию другого комментатора.

Если сопоставить две похожие схемы рассуждения «От эксперта» и «От знающего», то можно заметить, что второй вид схем более характерен для комментария, чем для основного текста. По своему содержанию эти две схемы различаются тем, что первая из них апеллирует к признанному эксперту в обсуждаемой области знания, а вторая – к человеку, который рассуждает на основе своего собственного субъективного опыта, подтверждая обсуждаемые идеи или опровергая их. Типичный пример реализации такого отношения – комментарий (50) *Я долго пытался найти способ лучше высыпаться.* Этот комментарий предваряет аргумент комментатора, использующего свой личный опыт для обсуждения определенного тезиса статьи.

Оценка может совмещаться не только с благодарностью, но и с выражением эмоции, усиливая аргументативную схему, в реализации которой они участвуют. Например, фрагмент (84) *А первый раз на нем помните? О, Боже, это был мрак,* характеризующий личный опыт комментатора, выполняет аргументативную функцию в составе схемы типа «От негативных следствий»; наряду с данной схемой в поддержку того же тезиса реализована другая схема «От позитивных следствий», также имеющая весьма эмоциональное языковое воплощение: (83) *Неистово плюсюю!!!!*

Эмоции могут присоединяться и к другим видам отношений, например, в схеме типа «Опровержение гипотезы»:

(102) *Нету у меня 24-часового циркадного ритма. Нету. Сколько же еще можно спекулировать на эту тему?*

Данный комментарий к основному тексту фальсифицирует высказанный автором статьи тезис *Циркадные ритмы составляют 24 часа, и для хорошего сна нужно жить в соответствии с ними.*

По сравнению со схемами рассуждения, имеющими эмоционально-оценочную окраску, иронично-шутливые комментарии встречаются значительно реже, аргументативно значимых среди них не оказалось. Например, комментарий (128) *Какие смешные эти ПТУшники... САМЫЙ НАУЧНЫЙ гайд по сну... В Академию наук еще не позвали?* не включен в общий граф рассуждения, так как выполняет метаязыковую, а не аргументативную функцию. В этом фрагменте можно усмотреть пейоративную оценочность, тем не менее неясно, относится ли она к содержанию основного текста (и тогда данный фрагмент надо было бы признать аргументативным) или является чисто метаязыковой.

2. Выражение мысли в форме вопроса. В комментариях вопрос нередко используется при реализации разных схем рассуждения, в частности, для указания на неполноту знания, на нечеткость понятий, наличие исключений, т. е. в схемах рассуждения типа «От незнания», «От неясности вербальной классификации», «От исключения». Например:

(131) *Есть ли идеи как бороться короткое просыпание которое на графике обозначено в р-не 6 утра?* В этом случае вопрос направлен против безальтернативно сформулированного в статье тезиса о необходимом для всех людей режиме сна. Реализуя схему «От незнания», автор комментария указывает на незнание автором статьи определенной информации.

(133) *Чем замерять качество сна? Всяческие часы/браслеты с пульсометром реально работают или нет?* Данный вопрос реализует схему «От неясности вербальной классификации», выявляя нечеткость тезиса о проблемах со сном, так как для обнаружения проблемы надо иметь средства оценки качества сна.

(129) *Мне вот одно интересно – как многие люди, и известные, и не очень – умудряются спать по 4 часа? И при этом вполне «шурупать мозгами» и вполне доживают до старости.* Вопрос здесь реализует схему «От исключения» и направлен против тезиса о том, что взрослым нужно спать по 7–8 часов, подросткам – около 9.

Другие виды схем рассуждения также могут реализовываться в форме вопроса.

3. Использование дискурсивных анафор, отсылающих к фрагментам статьи или комментариев, в частности, своих собственных, высказанных ранее. Отсылки к предыдущим частям текста характерны не только для текста самой статьи, но и для комментариев к ней. В приведенных ниже примерах знаком > («больше») обозначены цитаты, на которые отвечает комментатор, при этом предложение или реплика может цитироваться полностью или частично. В двойных квадратных скобках указываются гиперссылки.

(11) *Лично у меня, по субъективным ощущениям, весь эффект кофеина полностью проходит часов через 6–7.*

В следующем комментарии данная фраза цитируется частично:

(12) > *эффект кофеина*

А как его почувствовать? Ни растворимый, ни зерновой кофе не вызывает у меня никакого эффекта. Так, вкусенький напиток.

В примере из комментария (40) цитируется полная фраза из комментария (33):

(33) *Общеизвестно, что волк – ночной хищник.*

(40) > *Общеизвестно, что волк – ночной хищник. серьезно?*

Вместо цитирования в дискурсивной анафоре может использоваться ссылка, например:

(56) *Выше [[задал]] этот вопрос в формате предположения о сдвиге режима...*

Возможны отсылки к частям текста без указания точной локализации. В такой форме обычно высказываются возражения на определенную авторскую мысль, которую комментатор предлагает реконструировать самостоятельно. Такова, например, отсылка к тексту в приведенном выше комментарии (102). Еще один пример – высказывание комментатора (50) *Выдержи-*

вать строго график отхода ко сну и подъема невыполнимо и поэтому ненужно. Для нахождения фрагмента статьи, на который среагировал данный комментатор, необходим смысловой анализ, что не всегда является тривиальной задачей, особенно при большом объеме текста. В данном случае комментатор использовал схему типа «Опровержение гипотезы», реагируя на рекомендацию автора статьи *Установите себе будильник и обозначьте время засыпания и подъема. Взрослым нужно спать по 7–8 часов, подросткам [[около 9]]*.

4. Функциональная нестабильность. В одном и том же тексте разные люди могут усматривать разные смысловые составляющие и приписывать этим составляющим разные функции.

Для авторского текста характерна целостная логика изложения, в которой каждая часть текста имеет определенное назначение, выполняет определенную функцию, в частности, входя в состав темы или ремы. Кроме того, менее значимые или менее новые мысли при их выражении в авторском тексте могут оказаться в менее заметной позиции. Например, могут войти в содержание пресуппозиции, явно не выражаемой в тексте, или реализоваться в виде свернутой пропозиции.

У текста с комментариями много независимых авторов. То, что одному из них виделось известным или очевидным, может не показаться таким другим. Например, комментатор может сегментировать текст и ранжировать его составляющие не так, как это предполагал автор статьи или другие комментаторы. Поэтому возражения комментатора могут быть направлены как на рему, так и на тему высказывания; а менее явно выраженные мысли могут выйти из тени и попасть в фокус внимания. В результате при разметке текста невозможно заранее предугадать, какая из частей текста вызовет возражение или поддержку комментатора. В качестве примера можно привести указанный выше комментарий (12), в котором цитируется словосочетание «эффект кофеина». Такая ситуация обуславливает сложность сегментации текста. Возникает вопрос: рассматривать ли подобные случаи как причину для более дробной сегментации? В данной работе было решено этого не делать, в частности, фрагмент (12) был связан отношением «От знающего» со всей фразой (11). Основанием для этого является то, что вне контекста неясно, на какой аспект смысла словосочетания «эффект кофеина» направлен интерес комментатора.

Задача упрощается, если часть реплики, привлекающая внимание комментатора, выделена индикаторами, например, скобками как в следующем примере. В этом случае заключенный в скобки текст самодостаточен и образует отдельный текстовый фрагмент (рис. 5):

(92) *Тожже на Mattle недавно перешел. Не идеальна (мне натирает уши лямка) но затемняет действительно прекрасно.*

(93) *> натирает уши лямка*

Да, точно! В конце концов наловчился удерживать лямку на затылке.

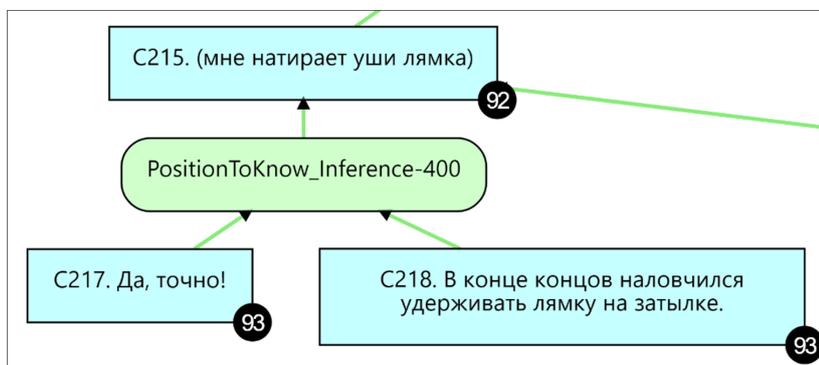


Рис. 5. Фрагмент графа для статьи «Самый научный гайд по сну»
Fig. 5. The fragment from the graph for the article “The most scientific sleep guide”

5. Для комментариев характерно использование специфических индикаторов. Так, завершение предложения может обозначаться разными средствами выражения эмоции: двоеточие и закрывающая скобка :) или двоеточие, дефис и закрывающая скобка :-), а также несколько закрывающих скобок))))) или несколько восклицательных знаков !!!!. В качестве признака начала предложения используется аббревиатура от латинского *post scriptum* (ps или PS).

Для интернет-коммуникации свойственны нарушения правил орфографии и пунктуации, что надо учитывать при автоматической обработке текста. В комментариях самые частые нарушения – написание первого слова предложения с маленькой буквы как в примере (40).

Результат разметки текста с комментариями может быть использован для выявления тех частей статьи, которые попали в фокус внимания комментаторов. Анализ количества стрелок, ведущих от комментариев к определенной вершине основного графа, построенного по тексту статьи, показывает, сколько комментаторов сфокусировались на мысли, соответствующей данной вершине. В данном случае такими оказались следующие утверждения автора статьи:

Если ваши соседи не понимают того, как важен для вас сон, купите беруши.

Установите себе будильник и обозначьте время засыпания и подъема. Взрослым нужно спать по 7–8 часов, подросткам [[около 9]].

Вот самые эффективные способы это сделать.

В первых двух случаях комментаторы делятся своим личным опытом, в третьем случае комментаторы опровергают, подтверждают или дополняют предлагаемые автором способы наладить сон, связь осуществляется через схемы «Опровержение гипотезы», «От знающего», «От части к целому».

К числу стандартных проблем разметки относится вопрос о выборе типа схемы для конкретных текстовых фрагментов. Для более четкого понимания проблемы был проведен эксперимент.

В опросе участвовали бакалавры и магистранты направления <название направления, название университета> (всего 21 человек, из них 13 студентов 4-го курса бакалавриата и 8 магистрантов). Всем участникам предварительно, в рамках лекции по лингвистике текста, включенной в соответствующие учебные программы, были даны общие сведения об аргументативном анализе текста. Однако опыта проведения аргументативной разметки студенты не имели и руководствовались только пояснениями в тексте задания, здравым смыслом, собственным опытом изучения лингвистики и логики. Можно сказать, что это были типичные представители начинающих аннотаторов, которые достаточно подготовлены (имеют базовое образование по лингвистике и математике, включая математическую логику), но не имеют опыта аргументативного аннотирования.

Каждому участнику было предложено пять пар, в каждой паре надо было выбрать то отношение, которое видится наиболее подходящим для характеристики связи между заданными фрагментами текста. В комментарии при необходимости давались краткие сведения о содержании текста, касающемся этих фрагментов. Текст задания выглядел следующим образом.

Ниже приведены пары связанных суждений. Нужно определить, каким отношением связаны суждения в каждой паре. Предлагается в каждом случае выбрать одно из двух указанных отношений.

Обозначения: А – ситуация, описанная первым суждением, В – ситуация, описанная вторым суждением.

EffectToCause или BestExplanation?

Какое отношение: «От следствия – к причине» или «от факта – к наилучшему его объяснению»?

Выберите для интерпретации выражения А→В один из двух вариантов:

- а) стрелка означает, что А есть следствие В (т. е. имеет место отношение EffectToCause)
б) стрелка означает, что А есть наилучшее объяснение для В

А [Там Па Линг играет ключевую роль в истории современной миграции людей через Азию]

В [Наши человеческие предки пробирались через материковую часть Юго-Восточной Азии по пути в Австралию около 86 000 лет назад]

Комментарий: в тексте описаны раскопки в пещере Там Па Линг, где найдены окаменелости возраста около 86 000 лет.

Результаты выбора схем показаны в табл. 2. Первая пара схем далее анализируется более подробно, поэтому для нее приведен фрагмент контекста, жирным шрифтом выделены части, обозначенные через А и В. Для пары «От корреляции к причине» (CorrelationToCause) или «От знака» были рассмотрены случаи реализации этих схем в двух разных текстах: первый – по археологии, второй – по экономике.

Таблица 2

Результаты выбора схем

Table 2

Scheme selection results

Варианты выбора типа отношения	Отношение	Количество ответов
1. «От следствия к причине» или «От лучшего объяснения»?	«От следствия к причине»	12
	«От лучшего объяснения»	9
2. «От знака» или «От факта к гипотезе»?	«От знака»	14
	«От факта к гипотезе»	7
3. «От причины к следствию» или «От позитивных следствий»?	«От причины к следствию»	6
	«От позитивных следствий»	15
4. «От корреляции к причине» или «От знака»? (текст по археологии)	«От корреляции к причине»	6
	«От знака»	15
5. «От корреляции к причине» или «От знака»? (текст по экономике)	«От корреляции к причине»	5
	«От знака»	16

В недрах лаосской пещеры ученые обнаружили самые ранние известные свидетельства того, что **наши человеческие предки пробирались через материковую часть Юго-Восточной Азии по пути в Австралию около 86 000 лет назад (В)**. ... Пещера находится более чем в 300 километрах от моря... **«Там Па Линг играет ключевую роль в истории современной миграции людей через Азию (А)**, но ее значение и ценность только сейчас признаются», — [отмечает] палеоантрополог Копенгагенского университета Фабрис Деметер...

Во всех случаях решения не были однозначными. Из этого следует, что данные пары отношений нуждаются в уточнении различий между смыслами двух схем. Это полностью не устранило расхождения между решениями аннотаторов, так как текстам естественного языка свойственна неоднозначность. Однако, эксплицировав смысловые различия, можно сделать выбор схем более объяснимым.

Для примера рассмотрим первую пару схем и ее использование при разметке статьи «В лавосской пещере найдена кость человека возрастом 86 тыс. лет» с сайта <https://poisknews.ru/>. По приведенному в табл. 2 фрагменту видно, что сегменты А и В расположены в тексте в обратном порядке и не находятся рядом. Первое сложное предложение начинает статью, в нем – в придаточном предложении (описывающем ситуацию В) – формулируется ее основной тезис, значимость которого подчеркивает далее палеоантрополог, говоря о ситуации А.

Слова палеоантрополога Деметера можно рассматривать с двух точек зрения: либо как речевое действие (произнесение определенного высказывания), либо как введение в рассмотрение описываемой ситуации А (референциальная трактовка).

Если мы выбираем первую трактовку, то установление причинно-следственной связи представляется оправданным: указанное речевое действие – это реакция Деметера на находку в пещере Там Па Линг.

Вторая трактовка, скорее, ведет к иному решению. Человек не способен непосредственно воспринимать причинно-следственные связи, такого рода рецепторы у него отсутствуют. Эти связи устанавливаются на основе научных и общих энциклопедических знаний, признаваемых в данное время в данном месте, или на основе анализа встречаемости событий. Единичный факт обнаружения останков в пещере, вообще говоря, не достаточен для интерпретации ее роли в миграционных процессах. Кроме того, в данном случае устанавливается связь между фактом (В) и его интерпретацией (А), а любой факт теоретически имеет более одной интерпретации, и указание только одной из них означает, что она в каком-то отношении лучше других. В статье не обсуждаются количество найденных останков и возможные версии попадания их в пещеру; мы не знаем, насколько подобные сомнения сняты специалистами и насколько надежна высказанная гипотеза. В таком информационном контексте уместнее схема «От лучшего объяснения», так как данные для выбора более сильной связи – причинно-следственной – читателю статьи не предоставлены.

Анализ данного примера позволяет сформулировать следующие рекомендации.

1. Если текстовый блок – это прямая или косвенная речь, то возможны две его трактовки: как речевого действия или как указания на определенную ситуацию (экстенционал). Выбор одной из этих трактовок необходимо сделать до выбора аргументативной схемы, в которую входит данный блок.

2. Если текстовые блоки – это описания ситуаций, не являющихся речевыми действиями, то основания для установления между этими блоками причинно-следственной связи дают следующие условия: а) в тексте есть индикатор, явное указывающий на такую связь; б) имеются научные или энциклопедические знания, теории или методы, поддерживающие установление такой связи. В противном случае уместнее другая схема.

3. При установлении связи между текстовыми блоками, один из которых описывает факт, а другой – его интерпретацию, надо учитывать, что, вообще говоря, возможны и другие интерпретации.

2. Новые схемы рассуждения

Опыт разметки представленных жанров показал, что некоторые способы рассуждения, которые оказалось невозможно интерпретировать однозначно в рамках имеющейся онтологии, потребовали введения новых схем: «От цели к причине» (CauseToEffectGoal), «Существую-

щая практика» (PracticalRealization), «К методу» (ToMethod), «Неактуальность утверждения» (IrrelevantStatement), «Ложная дилемма» (FalseDilemma). Примеры реализации этих схем взяты из размеченных habr-статей.

Регулярность использования этих способов аргументации в анализируемых текстах, на наш взгляд, связана и с тематическими, и с жанровыми особенностями текстов. Научное и наукоориентированное рассуждение требует, во-первых, точности в характеристике фактов, событий, их интерпретаций и отношений между ними и, во-вторых, соответствия апробированным способам решения задач (подходам, методам, приемам). Что касается жанровых особенностей, то наличие компонентного диалога (в научных и habr-статьях с комментариями) и перлокутивных коммуникативных задач (в рецензиях) предполагает критику и обсуждение отдельных утверждений и мнений с точки зрения их актуальности и соответствия целям и сложившимся практикам, а в комментариях к habr-статьям – еще и личному опыту комментаторов.

2.1. Поддерживающие схемы (схемы, направленные на доказательство тезиса)

2.1.1. От цели к причине

Схема является разновидностью аргумента «К практическому выводу» и содержит причинную посылку схемы «От причины к следствию».

Этот аргумент используют при обосновании необходимости действия *A* причинно-следственными отношениями между действием *A* и желаемым положением дел *B*, см., например, рис. 6.



Рис. 6. Пример реализации аргументативной схемы «От цели к причине»
Fig. 6. Representation of the argumentation scheme CauseToEffectGoal

2.1.2. Существующая практика

Данная схема является разновидностью схемы «К практическому выводу», имевшейся в онтологии изначально. Отличие новой схемы состоит в том, что ее вывод носит не практический («Следует совершить действие *B*»), а теоретический характер. Описание и пример реализации схемы представлены на рис. 7.

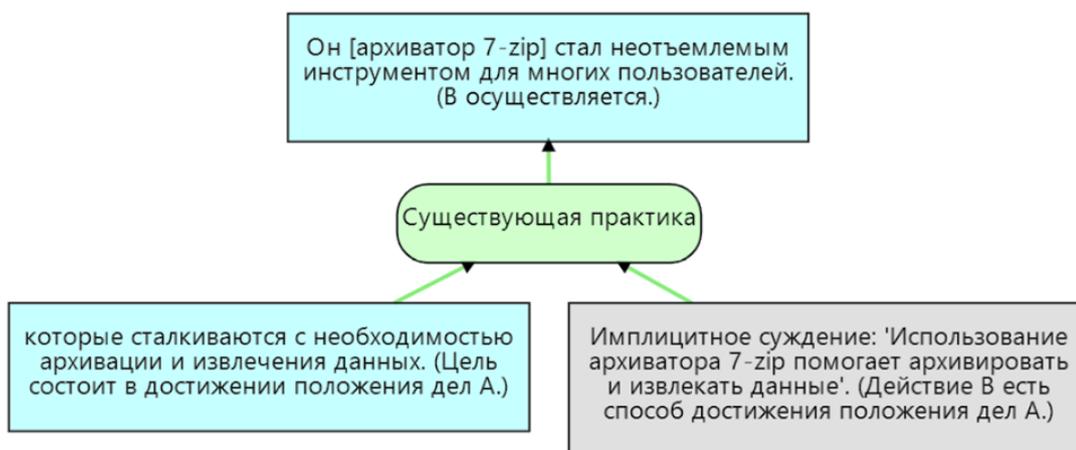


Рис. 7. Пример реализации аргументативной схемы «Существующая практика»⁴
 Fig. 7. Representation of the argumentation scheme PracticalRealization

2.1.3. К методу

Этот тип аргумента является усложнением схемы «К практическому выводу». Она дополняется информацией о методе, который предлагается использовать в данной ситуации на основании его конвенциональности в той или иной предметной области. Описание и пример реализации данного типа аргумента представлены на рис. 8.

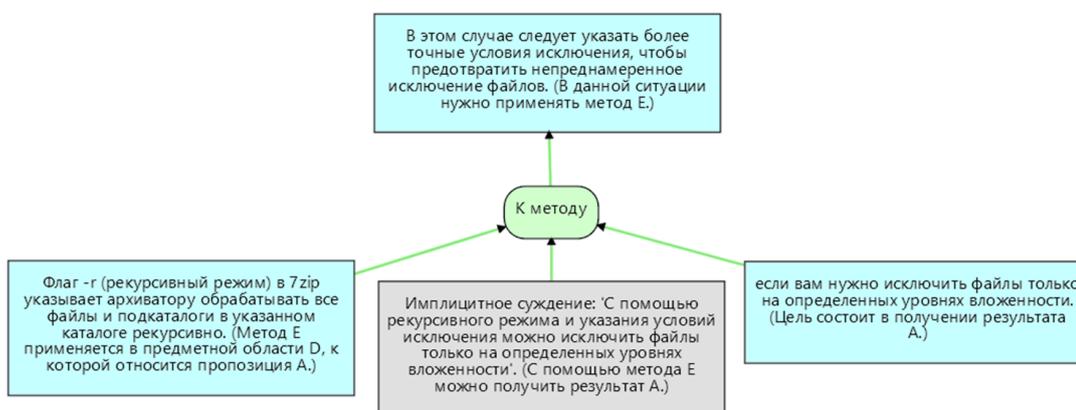


Рис. 8. Пример реализации схемы «К методу»
 Fig. 8. Representation of the argumentation scheme ToMethod

2.2. Конфликтные (атакующие) схемы (схемы, направленные на опровержение тезиса)

2.2.1. Неактуальность утверждения

В анализируемых статьях точка зрения нередко вводится на фоне других точек зрения или в сопоставлении с ними, например: [Точка зрения₁] *Еще совсем недавно, многие экономи-*

⁴На рис. 7 и 8 в прямоугольниках серого цвета для наглядности представления структуры аргумента помещены имплицитные утверждения. Однако в разметке этот функционал не использовался, и имплицитные послышки и выводы не реконструировались.

сты предрекали Китаю и китайской экономике большое будущее. <...> [Точка зрения₂] но сейчас, похоже, что эра этого «чуда» подходит к концу. Точка зрения₂, подкрепленная ссылкой на экспертов (многие экономисты), считалась справедливой некоторое время назад, но в настоящее время она, по утверждению автора, не является актуальной. В этом фрагменте точки зрения противопоставлены по отношению к актуальности на время написания текста.

Аналогичные случаи встречаются при обзоре обновлений в рассматриваемой области, при рассмотрении истории вопроса, при описании динамики личных воззрений, при противопоставлении более обоснованной точки зрения менее обоснованной.

Для аннотирования таких рассуждений в онтологию была введена конфликтная схема, в которой аргумент, представляющий неактуальную (устаревшая, неточная, не учитывающая всех факторов и пр.) точку зрения эксперта или носителя «всеобщего» мнения, атакуется более надежным утверждением. Таким образом, схема «Ненадежность утверждения» имеет следующие роли:

- атакуемые элементы: аргумент «От эксперта», аргумент «От всеобщего мнения» (PopularOpinion);
- исключение: *A* – неактуальное утверждение (под *A* понимается утверждение, которое в атакуемой схеме считается истинным).

2.2.2. Ложная дилемма

Анализ полилога в комментариях к аналитическим статьям позволил выявить еще одну схему атаки – «Ложная дилемма», которая может быть применима к текстам этого и других жанров со сложными аргументативными структурами, в том числе диалогических или полемических жанров. Она состоит в демонстрации того (или указании на то), что некоторое противопоставление, считаемое дилеммой, таковой не является. Пример реализации схемы представлен на рис. 9.

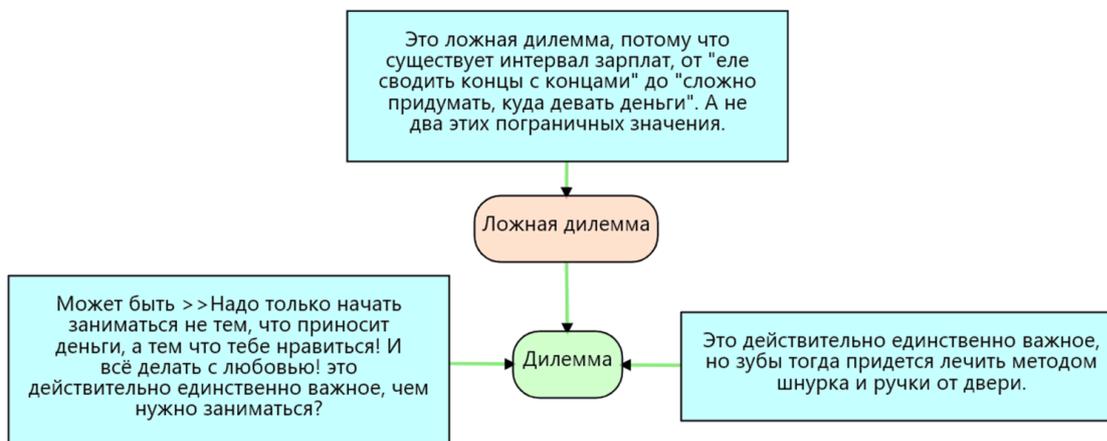


Рис. 9. Пример реализации схемы «Ложная дилемма»
Fig. 9. Representation of the argumentation scheme FalseDilemma

2.3. Перспективы пополнения онтологии

Обнаружились и другие способы рассуждения, описание которых отсутствует в онтологии, но которые еще находятся в процессе осмысления и формирования в качестве отдельных схем аргументации.

2.3.1. Аргументация от качества

Анализ различных тем, представленных в аннотированных статьях, содержит качественные характеристики тех или иных идей, выступающие в роли аргумента в пользу или в опровержение того или иного тезиса. Большая часть таких характеристик интерпретируется с помощью схем аргументов «От лучшего объяснения», «От позитивных последствий» и «От негативных последствий». Однако ряд случаев не укладываются в эти три типа аргументов. Так, убедительность тезиса о необходимости применения той или иной разработки и т. п. может доказываться с помощью плана дальнейшей работы над ней, например: *Так или иначе, мы планируем дальше расширять когнитивные возможности нашей модели со следующими релизами* – или с помощью ее сопоставления с аналогами, например: *На этом корпусе обучалось большинство наших моделей, и он довольно чист, но в современных реалиях уже не кажется большим. Для сравнения, размер хорошего английского корпуса [[The Pile]] составляет более 800 Гб.* В настоящий момент еще неясно, предпочтительно ли вводить в онтологию одну общую качественную схему аргумента или отдельные, более конкретные – для каждого типа случаев.

2.3.2. Условно-следственные отношения

При использовании схемы «От причины к следствию» обнаружились рассуждения, в которых от собственно причинно-следственных отношений (когда факта, события или действия *A* достаточно для появления или осуществления *B*) следует отделить условно-следственные (без достаточности условия). Например, в рассказе об ипотечном кризисе 2008 года его всемирный характер объясняется двумя факторами: [Фактор₁] *Пузырь лопнул – заемщики стали массово отказываться от ипотеки, а кредитные рейтинги лучших секьюритизированных ипотечных бумаг быстро стали мусорными.* [Фактор₂] *В американские ипотечные бумаги инвестировало огромное количество фондов со всего мира.* [Следствие] *Поэтому крах рынка кредитования недвижимости в США ударил по многим странам.* Не представляется возможным объединить описание этих факторов в одно утверждение, поскольку первое из них поддерживается другими аргументами. Разрешение ситуаций такого типа возможно двумя способами: введением схемы «От условия к следствию» или добавлением функционала совместной поддержки тезиса (возможности указания на то, что группа аргументов только в своей совокупности обеспечивает поддержку вывода). Второй способ позволит объединять не только условно-следственные, но и другие отношения, однако не даст возможности указать на недостаточность (частичный характер) одного аргумента при отсутствии других.

Заключение

В статье описаны некоторые результаты, основанные на опыте аннотирования аргументации в интернет-текстах научного функционального стиля, выявлены сложности анализа определенных моделей рассуждения, характерных для жанра научно-популярной статьи с комментариями.

В связи с этим затронуты базовые вопросы жанрового анализа интернет-текстов и, более конкретно, жанровой классификации текстов на основе целевой составляющей коммуникативной ситуации. Это позволило выделить подгруппы научных интернет-текстов (информационные, деловые и диалогические) и описать некоторые их жанровые особенности. Несколько более подробно описан компонентный диалог, характерный для научных статей с рецензиями, отнесенных к жанровой группе деловых текстов. Жанровое исследование аргументации в интернет-текстах имеет множество перспектив: интересно не только развить намеченную в статье многоаспектную классификацию, но и посмотреть, какие модели рассуждения преимущественно применяются в текстах полученных жанровых классов. Для этого необходимо

провести статистический анализ использования схем рассуждения по корпусу в целом и по отдельным менее изученным жанровым классам.

На основе анализа моделей рассуждения и способов их языкового воплощения был выявлен ряд особенностей научно-популярных статей с комментариями. Так, аргументативная функция часто усиливается путем добавления эмоционально окрашенных или оценочных составляющих, этот способ придания аргументу дополнительного веса применяется к разным типам аргументов. Особенностью языковой формы реализации различных типов аргументативной связи является использование вопросов. Разметка текста усложняется динамичностью его сегментации: автор статьи и комментатор могут выделять в качестве аргументативно значимых разные фрагменты текста. Дополнительные сложности вносит также использование дискурсивных анафор, в которых антецедент анафоры нужно искать не по его языковой реализации (как в случае цитирования), а по выраженной в нем мысли. Для проверки различимости некоторых аргументативных отношений был проведен пробный эксперимент, подтвердивший сложность их различения. Повышение объяснимости различий между такими отношениями намечено как одна из перспектив развития рекомендаций по аннотированию текстов.

Отмечены перспективы пополнения онтологии: в процессе анализа и аннотирования текстов обнаруживаются способы рассуждения, которые не укладываются в текущую онтологию и требуют оформления в виде отдельных схем аргументации. Эти аргументы выражают причинно-целевые, условно-следственные и качественные отношения, отношения цели и средства, идеи актуальности/неактуальности и контрастности/контрадикторности утверждений. Полагаем, что эти схемы специфичны для наукоориентированных и других текстов со сложным содержанием, в которых важна точная характеристика отношений между фактами, событиями, явлениями и мнениями, а также для текстов с диалогом в комментариях и текстов, предполагающих перлокутивный эффект уточнения и корректировки контрагентом его текста.

Список литературы

- Бахтин М. М.** Проблема речевых жанров // Собр. соч. в 7 т. М.: Русские словари, 1996. Т. 5. С. 159–207.
- Винокур Т. Г.** Закономерности стилистического использования языковых единиц. М.: Наука, 1980. 237 с.
- Гаузенбласс К.** О характеристике и классификации речевых произведений // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VIII: Лингвистика текста. М.: Прогресс, 1978. С. 57–77.
- Еемерен Ф. Х. ван.** Современное состояние теории аргументации // Важнейшие концепции теории аргументации. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2006. С. 14–33.
- Еемерен Ф. Х. ван, Гроотендорст Р.** Систематическая теория аргументации: прагма-диалектический подход. М., 2021. 264 с.
- Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / Науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М.: Флинта, 2018. 328 с.
- Кибрик, А. А.** Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. 2009. № 2. С. 3–21.
- Кононенко И. С., Сидорова Е. А., Веремьянина А. О.** Подход к извлечению информации о событиях в энергетике (на материале новостных сообщений информагентств) // Тр. XX Байкальской Всерос. конф. «Информационные и математические технологии в науке и управлении». Ч. 3. Иркутск: ИСЭМ СО РАН, 2016. № 3. С. 126–136.
- Розина И. Н.** Технологии исследования и продвижения компьютерно-опосредованной коммуникации // Educational Technology & Society. 2007. Т. 10, № 2. С. 230–245.

- Саломатина Н. В., Гусев В. Д.** Автоматизация формирования индикаторных словарей и возможности их использования // Тр. Междунар. конф. Диалог-2006 «Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии». М.: Наука, 2006. С. 121–125.
- Сидорова Е. А., Ахматеева И. Р., Загоруйко Ю. А., Серый А. С., Шестаков В. К.** Платформа для исследования аргументации в научно-популярном дискурсе // Онтология проектирования. 2020. Т. 10, №4 (38). С. 489–502. DOI: 10.18287/2223-9537-2020-10-4-489-502
- Щипицина Л. Ю.** Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. СПб., 2009. № 114. С. 171–178.
- Kononenko I. S.** Pragmatic Aspects of Internet Communication: Towards Websites Genre Models // Computational Linguistics and Intellectual Technologies. Papers from the Annual International Conference “Dialogue” (2014). Issue 13 (20). Vol. 1. Moscow: RGGU, 2014. P. 251–260.
- Walton D., Reed C., Macagno F.** Argumentation schemes. Fundamentals of critical argumentation. New York: Cambridge Univ. Press, 2008. 443 p.

References

- Bakhtin M. M.** The Problem of Speech Genres. In: *Bakhtin, M. M. Collected Works: in 7 vols.* Moscow, Russian Dictionaries, 1996, vol. 5, pp. 159–207. (in Russ.)
- Eemeren F. N., Grootendorst P.** Systematic theory of argumentation: pragma-dialectical approach. Moscow, 2021, 264 p. (in Russ.)
- Eemeren F. N.** The State of the Art in Argumentation Theory. In: *Crucial concepts in argumentation theory.* St. Petersburg, Faculty of Philology, SPbSU publ., 2006, pp. 14–33. (in Russ.)
- Hausenblaz K.** On the characterisation and classification of speech works. In: *The new in foreign linguistics. Issue VIII: Linguistics of the text.* Moscow, Progress publ., 1978, pp. 57–77. (in Russ.)
- Internet-communication as a new speech formation: collective monograph / ed. by T. N. Kolokoltseva, O. V. Lutovinova. Moscow, FLINTA publ., 2018. 328 c. (in Russ.)
- Kibrik A. A.** Modus, genre and other parameters of discourse classification. *Voprosy Jazykoznanija*, 2009, no. 2, pp. 3–21. (in Russ.)
- Kononenko I. S.** Pragmatic Aspects of Internet Communication: Towards Websites Genre Models. Computational Linguistics and Intellectual Technologies. Papers from the Annual International Conference “Dialogue”, 2016, iss. 13 (20), vol. 1, Moscow, RGGU, 2014, pp. 251–260.
- Kononenko I. S., Sidorova E. A., Veremianina A. O.** Approach to Extracting Information on Energetics from News Agency Reports. Information and mathematical technologies in science and management. Proceedings of the XX Baikal All-Russian Conference. Irkutsk, 2016, no. 3, pp. 126–136. (in Russ.)
- Rozina I. N.** Technologies of Research and Advancement of Computer-Mediated Communication. *Educational Technology & Society*, 2007, vol. 10, iss. 2, pp. 230–245. (in Russ.)
- Salomatina N. V., Gusev V. D.** Automation of CUE Dictionaries Formation and Their Applications. In: Computational Linguistics and Intellectual Technologies, Moscow, Nauka publ., 2006, pp. 121–125. (in Russ.)
- Shchipitsina L. Yu.** Functional Classification of Computer-Mediated Genres. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 2009, no. 114, pp. 171–178. (in Russ.)
- Sidorova E. A., Akhmatееva I. R., Zagorulko Yu. A., Sery A. S., Shestakov V. K.** Research platform for the study of argumentation in popular science discourse. *Ontology of designing*, 2020, vol. 10, no. 4, pp. 489–502. (in Russ.) DOI: 10.18287/2223-9537-2020-10-4-489-502.
- Vinokur T. G.** Regularities of stylistic use of linguistic units. Moscow, Nauka publ., 1980, 237 p. (in Russ.)
- Walton D., Reed C., Macagno F.** Argumentation schemes. Fundamentals of critical argumentation. New York, Cambridge Univ. Press, 2008, 443 p.

Информация об авторах

Тимофеева Мария Кирилловна, доктор филологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Института систем информатики им. А. П. Ершова СО РАН

Ильина Дарья Владимировна, кандидат филологических наук, программист 2-й категории Института систем информатики им. А. П. Ершова СО РАН

Кононенко Ирина Семёновна, научный сотрудник Института систем информатики им. А. П. Ершова СО РАН

Information about the Authors

Mariya K. Timofeeva, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, leading researcher of the A. P. Ershov Institute of Informatics Systems SB RAS.

Daria V. Iina, Candidate of Sciences (Philology), 2nd category programmer of the A. P. Ershov Institute of Informatics Systems SB RAS.

Irina S. Kononenko, Researcher of the A. P. Ershov Institute of Informatics Systems SB RAS.

*Статья поступила в редакцию 23.11.2023;
одобрена после рецензирования 01.12.2023; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 23.11.2023;
approved after reviewing 01.12.2023; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 519.765, 004.912

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-50-64

**Опыт анализа социального самочувствия горожан:
соотнесение характеристик городской инфраструктуры здоровья
и тональности текстов из социальных сетей
(на примере Санкт-Петербурга)**

**Анна Владимировна Чижик¹
Александр Петрович Садохин²**

Национальный исследовательский университет ИТМО
Санкт-Петербург, Россия

¹chizhik@itmo.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4523-5167>

²sadalpetr@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6420-6601>

Аннотация

В статье описаны результаты исследования социального настроения горожан на основе текстовых данных из социальной сети ВКонтакте. Объект исследования – город Санкт-Петербург. Предлагаемый метод предполагает сопоставление тональности дискуссий пользователей социальных медиа с количественными данными, описывающими инфраструктуру города. Такое сопоставление возможно благодаря тому, что текстовые данные могут быть привязаны к району. Целью исследования было проанализировать возможности предлагаемого подхода, поэтому в качестве количественных данных взяты датасеты, описывающие инфраструктуру города по маркеру «поддержание здоровья»: количество поликлиник, больниц, площадок для занятия спортом. В статье описываются подходы к анализу тональности специфических текстовых данных (приводятся метрики качества используемых моделей), обосновывается актуальность связывания подобного рода данных с количественными показателями (статистиками, участвующими традиционно в методиках оценки благополучия городской среды). В работе продемонстрированы итоговые прикладные результаты: данные исследования нанесены на карту города.

Ключевые слова

обработка естественного языка, компьютерная лингвистика, машинное обучение, векторные представления текста, анализ тональности

Финансирование

Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда и Санкт-Петербургского научного фонда, грант № 23-28-10069 «Прогнозирование социального самочувствия с целью оптимизации функционирования экосистемы городских цифровых сервисов Санкт-Петербурга» (<https://rscf.ru/project/23-28-10069/>).

Для цитирования

Чижик А. В., Садохин А. П. Опыт анализа социального самочувствия горожан: соотнесение характеристик городской инфраструктуры здоровья и тональности текстов из социальных сетей (на примере Санкт-Петербурга) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 50–64. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-50-64

© Чижик А. В., Садохин А. П., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1

Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 1

Analysis of the Citizen Social Well-Being: Correlation between Urban Public Health Infrastructure and Tonality of Texts from Social Networks (based on the Example of St. Petersburg)

Anna V. Chizhik¹
Aleksandr P. Sadokhin²

ITMO University
St.-Petersburg, Russian Federation

¹chizhik@itmo.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4523-5167>

²sadalpetr@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6420-6601>

Abstract

This paper presents the results of the social mood study of St. Petersburg citizens based on text data from the social network VKontakte. The proposed method involves juxtaposition of the social media users' tone of discussions with quantitative data describing the city infrastructure. The comparison is possible due to the fact that text data can be tied to a region. The article substantiates the method by which the concepts "social mood" and "social well-being" are combined. Approaches to sentiment analysis of specific textual data are also described (quality metrics of the models used). The paper demonstrates the final applicable results: the data are plotted on the map of the city.

Keywords

natural language processing, natural language understanding, word embeddings, text vectorization, sentiment analysis

Funding

This research is supported by Russian Science Foundation and Saint Petersburg Science Foundation, grant No. 23-28-10069 «Forecasting social well-being in order to optimize the functioning of the urban digital services ecosystem in St. Petersburg» (<https://rscf.ru/project/23-28-10069/>).

For citation

Chizhik A. V., Sadokhin A. P. Analysis of the citizen social well-being: correlation between urban public health infrastructure and tonality of texts from social networks (based on the example of St. Petersburg). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 50–64. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-50-64

Введение

Городская среда является социально конструируемым феноменом: оказываясь в нем, люди образуют уникальные социальные сети; на его почве развиваются разнообразные культурные практики и создаются специфические пространства и символы, выражающие и отражающие менталитет и идентичность горожан. Таким образом, город не может описываться только географическими или административными категориями, и, скорее, представляет собой социокультурную среду, которая в своем движении входит в синхронизацию или, наоборот, рассинхронизацию с системой инфраструктуры региона (включающей политический, социальный и экономический компоненты). Географически город является, в первую очередь, особым многомерным пространством, которое можно описать рядом количественных данных. Стоит отметить, что субъективное восприятие этого пространства не менее важно. Ряд ученых [Duarte, 2017; Fang, 2017; Gibson, 1992; Almusaed, 2019; Riazi, 2014; Montgomery, 1998], размышляя над феноменом города, обращают внимание на то, городская среда темпоральна по своей сути, поэтому индивиды воспринимают город на уровне абстракций и воображения. С. Милгрэм отмечал [Milgram, 1970; Blass, 2005] в своих исследованиях, что город не является исключительно пространственной реальностью, а скорее – ее отражением в умах горожан. Г. Зиммель [Simmel, 1903] в своих исследованиях обращал внимание на то, что городам характерно особое

ментальное пространство. Основные тезисы его исследовательской работы на тему урбанизации [Borden, 1997] ведут к следующему выводу: жизнь города погружает индивида в достаточно нервное состояние за счет большого количества неопределенностей и необходимости быстрого реагирования на динамичную среду мегаполиса; это приводит к стремлению людей к объединению в социальные группы для обретения конструкции из общих настроений и мнений, уравнивающих непрестанно движущийся хаос. Эту же мысль продолжают исследования чикагской социологической школы, так, например, Р. Парк утверждает [Парк, 2002], что городское сообщество представляет собой территориально организованный элемент, индивидуальные единицы которого взаимодействуют между собой, руководствуясь эмоциональной близостью идей. При этом, как подчеркивает Э. Берджесс [Берджесс, 2002], между социальными группами существует конкуренция, которая рождает каскады изменения социального настроения. Итак, город – это не только некая среда обитания, но и сфера постоянной жизнедеятельности человека, результат которой сводится к двум феноменам: 1) создание индивидами образов города; 2) объединение индивидов в социальные группы, между членами которых, как правило, образы обладают схожими чертами. Следовательно, город есть территориальная общественная система, ядром которой являются социальные группы, складывающиеся исходя из специфики повседневных практик индивидов: работа, район проживания, увлечения и т. п. Таким образом, анализ ощущения комфортности городской среды жителями может стать критерием качественной оценки социального самочувствия горожан. Представляется целесообразным определять доминирующие эмоции социальных групп, функционирующих внутри городского пространства, а затем попробовать найти корреляцию между социальным настроением и критериями социальной благоустроенности городской среды.

1. Гипотеза

В рамках данного исследования мы попытались оценить настроения жителей города Санкт-Петербурга. В качестве базиса оценки мы выбрали категорию социального настроения. При этом нам хотелось, выяснив стабильные эмоции социальных групп, сопоставить их с маркерами, входящими в метрики классического измерения социального самочувствия.

Современный статистический ландшафт позволяет наблюдать поведение аудитории через ее реакцию на события городской жизни внутри виртуальной реальности, которая в формате коммуникативного поля взаимодействий доступна в социальных сетях. Концепция открытых данных, в свою очередь, предполагает наличие большого объема данных, описывающих разные стороны социального благополучия региона. Таким образом, опираясь на вычислительные модели эмоций и анализируя взаимосвязь реальности (статистик) и эмоционального фона индивидов (анализ тональности текстов), становится возможным приблизиться к оценке социального самочувствия в обход стандартным социологическим методам (формат опроса) и при этом более репрезентативно учесть социальное настроение как основной фактор формирования самоощущения индивида. Итак, если зафиксировать географическую привязку комментаторов в социальных сетях, то появляется возможность связать результаты анализа текстовых данных [Wu, 2020; Tan, 2019; Ramadhani, 2017], полученных из социальных сетей, и статистику, описывающую конкретные локации города.

Цель данного исследования – проверка гипотезы о возможности связать статистики о районах и анализ текстовых данных, поэтому на этом этапе было принято решение выбрать одну наиболее важную группу индикаторов социального самочувствия жителей и провести проверку идеи, связав только несколько маркеров с тональностями дискуссий в социальных сетях.

Одним из глобальных индикаторов социального самочувствия [Keynes, 1971] жителей города является группа показателей, описывающих доступность возможностей поддержания здоровья (медицинская помощь, объекты для занятий спортом и т. п.).

Далее будут описаны результаты анализа контента дискуссий в социальных сетях (определение настроений людей с привязкой к районам) и рефлексии над успешностью их связывания к данным, характеризующим доступность медицинской помощи (больницы и поликлиники) и возможности для занятий спортом (общественные спортивные площадки). Район был взят за единицу городского ландшафта. Статистика инфраструктуры районов была взята из открытых данных на сайтах администраций города.

2. Методы: обзор удачных практик

Есть несколько успешных примеров использования автоматического анализа данных, полученных из социальных сетей. Например, Graph Neural Network (GCN) использовалась для исследования влияния виртуального социального общения на предпочтения пользователей [Song, 2006; Tang, 2012; Peng, 2016]. Говоря об обработке естественного языка, следует также отметить, что большое значение имеют работы, посвященные тематическому моделированию и анализу настроений. Например, сверточная нейронная сеть (CNN) использовалась для создания языковой модели для анализа текстовых данных Twitter с целью последующего прогнозирования общественного резонанса вокруг новостной повестки (модель обучалась для английского языка, однако ее можно масштабировать для любого языка, включив в обучающие данные необходимый набор текстов) [Severyn, 2015]. Стоит отметить, что в исследовании приводятся метрики качества модели, а также ее сравнение с еще несколькими подобными разработками. Анализ настроений с использованием нейронных сетей стал предметом нескольких крупных исследований в Twitter, Facebook и Weibo [Volkova, 2015; Hao, 2015; Li, 2020]. Эмпирический материал этих трех исследований разный, но объединяются они за счет единой логики анализа текстов: за основу взяты шесть базовых эмоций [Ekman, 2007] (гнев, радость, удивление, страх, отвращение и печаль), которые с использованием моделей оценки настроений детектируются в текстах пользователей социальных сетей. Выявленный эмоциональный фон используется для предсказания поведения социальной группы.

В последние годы появился еще один подход к анализу эмоционального состояния индивидов с целью последующего прогнозирования и/или интерпретации социального настроения. Он заключается в том, что базовые эмоции необходимо связывать с набором ключевых слов, отражающих контекст темы. Таким образом, используется объединение тематического моделирования и анализа тональности текстов. Удачными примерами применения этой практики являются следующие исследования – [Pilato, D’Avanzo, 2018; Turón, 2023].

Также для улучшения метода анализа тональности можно использовать словари оценочной лексики, большая их часть разработана для английского языка, но имеет переводные версии (в том числе на русский). Примером успешного проекта может являться тональный словарь PolSentiLex [Koltsova, Alexeeva, Kolcov, 2016], исследователи отобрали 7546 слов на основе списка высокочастотных прилагательных, словаря ProductSentiRus, толкового словаря и перевода англоязычного словаря оценочной лексики SentiStrength. Затем не менее трех аннотаторов каждому слову присваивали оценки от -2 до $+2$.

Стоит отметить, что помимо оценки настроений, также можно использовать теорию графов, пытаясь найти взаимосвязь пользователей между собой, для того чтобы затем изучить поведение онлайн-пользователей и дальнейшее поведение социальной группы [Rykov, Koltsova, Sinyavskaya, 2020].

Что касается использования карт как научного метода, то в рамках междисциплинарных исследований он появился достаточно давно. Еще в середине XIX века британский врач Джон Сноу прибегнул к методу социальной картографии, выяснив с использованием карты причины распространения холеры в Лондоне; позже социолог Чарльз Бут создал социальную карту Лондона, в которой отразил благополучность условий жизни и труда (ученый разделил положение

горожан на 7 классов) [Volkova, 2015; Hao, 2015; Li, 2020]. Затем этот метод активно использовался социологами чикагской школы Робертом Парком и Эрнстом Берджесом (20–30-е годы XX века).

В большинстве исследовательских работ по этой теме выделяется идея о том, что социальные группы, функционирующие на территории города и объединяющиеся в городское общество, в своей организации представляют собой совокупность направлений и событий, которые поддаются фиксации на карте, а это, в свою очередь, помогает выделить основную тенденцию исследуемого явления (обоснованную некоторыми географическими закономерностями). Это помогает объяснить последовательность, казалось бы, не связанных между собой событий.

В этой связи стоит отметить ряд отечественных исследований. Например, интересным представляется исследование [Tikhonova, Yakimuk, Mityagin, 2021], в котором актуализируется ценностный подход к концепции умного города, а также предлагается методика анализа потребностей горожан через изучение их цифрового следа в социальных сетях (комментарии и посты). В результате такого анализа появляется возможность связать эмоции и контексты горожан с географическими координатами. Проблемами разработки методологической базы социологических исследований общественных пространств с применением картирования и анализа эмоций также успешно занимается А. Е. Ненько [Ненько, 2020]. Одним из ярких примеров полезности анализа текстов с целью исследования городской среды являются работы [Ненько, Недосека, 2022; Ненько, Недосека, Галактионова, 2021], в которых объектом исследования выбраны соседские онлайн-сообщества Санкт-Петербурга, а в качестве результата продемонстрировано развитие системы отношений «человек – среда» через процесс коллективного осмысления городской пространства как контекста жизни. Ученые показывают закономерности формирующегося вокруг городских и районных тем дискурса, а также актуализируют методы анализа текстовых данных. Также уже классическим исследованием является разметка карты Санкт-Петербурга с использованием теплового градиента [Ненько, Курилова, Подкорытова, 2020]. Тепловые карты скопления эмоций можно посмотреть как для конкретной эмоции, так и с использованием всех слоев одновременно. Стоит отметить, что в данном случае вместо анализа данных из социальных сетей исследователи прибегли к техникам классического социологического опроса. На наш взгляд, это также актуализирует интересное направление, в рамках которого можно попробовать сопоставить данные, получаемые из социальных сетей, с данными из опросов.

В настоящее время социальная картография представляет собой группу методов, включающих в группу методов как пространственно-графического, так и графического характера, объединенных одним объектом изучения – социальной реальностью [Вавилина, 2015]. Помимо фиксации особенностей территориальной организации различных объектов, социальное картирование позволяет упорядочить и визуализировать сложные и многочисленные данные социальной статистики применительно к пространству [Lynch, 1984; Горелова, 2020].

Четкого разграничения между методами нет, однако можно выделить социально-статистический, социально-антропологический, проектный и социально-сетевой подходы к картированию. В первую очередь обращает на себя внимание социально-антропологический подход, предусматривающий анализ территории с акцентом на антропоцентрическое содержание и субъектную составляющую пространственного измерения [Барбаш, 1994]. Социально-сетевой подход прекрасно дополняет эту основу, поскольку позволяет дополнить статистические данные о городском жизнеобеспечении данными из социальных сетей (в обоих случаях с привязкой к территории) [Вавилина, 2015]. Это дает возможность исследовать корреляции между эмоциями горожан и объективными событиями, окружающими их в момент их повседневной социальной траектории.

3. Описание набора данных

Для того чтобы узнать эмоции горожан, мы обратились к постам и комментариям в региональных онлайн-сообществах (социальная сеть ВКонтакте), в выборку вошли 18 публичных

групп. Количество групп продиктовано разделением Санкт-Петербурга на 18 административно-территориальных единиц (закон Санкт-Петербурга от 25 июля 2005 года «О территориальном устройстве Санкт-Петербурга»), таким образом, запрос к API VK подразумевал поиск по ключевым биграммам (типа «название – район»), также учитывались параметры количества подписчиков, активности постинга и динамики ответов комментаторов. В итоге каждый район был представлен одной группой: численность подписчиков в среднем варьировалась от 50 тыс. до 80 тыс.; посты в выбранных группах появляются с частотой 1–2 раза в сутки, динамика комментариев к ним варьируется от 3 до 20 (в среднем).

Первичный анализ текстовых данных (с использованием модели LDA) выявил ключевые темы, которые обсуждались в группах. Был проведен ряд экспериментов с параметром количества тем, для качества модели LDA мы использовали относительную перплексию, которая принимает значения из отрезка $[0, 1]$ (чем меньше, тем лучше). Отметим, что достаточно часто для оценки успешности обученной модели используют обычную перплексию $P = \exp(-L/N)$. Однако она зависит от мощности словаря и распределения частот слов в коллекции. В силу специфики наших данных было необходимо найти критерий, нечувствительный к изменению состава словаря. Итак, в ходе проведенных экспериментов для обучаемой нами модели LDA оптимальным оказался параметр $\text{num_topics}=5$. Изучение топа ключевых слов в каждой теме и проверка содержания отдельных текстов показали, что пятью самыми популярными темами оказались (рис. 1): проблемы района (2), вопросы здоровья (3), спорт (1), семья (6) и мероприятия/встречи (4). Это подтвердило гипотезу значимости темы поддержания здоровья в сознании горожан.

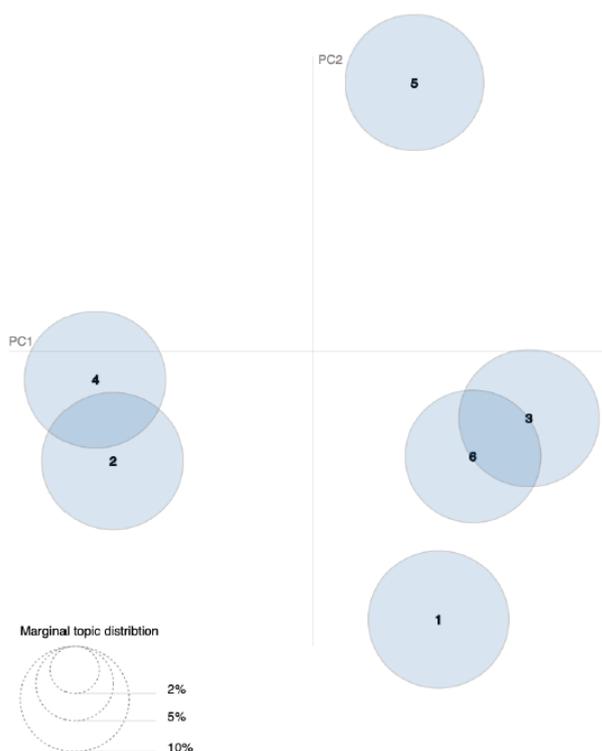


Рис. 1. Соотношение тематических кластеров

Fig. 1. Location and volume of thematic topics in relation to each other

Стоит отметить, что выделился еще один тематический кластер, в котором содержались разрозненные тексты о ежедневных событиях (потерянные ключи и кошельки, графики ра-

боты администрации и т. д.). Простейшее измерение тональности сообщений (библиотека Dostoevsky, обученная на наборе данных RuSentiment) дало представление о том, что в большинстве случаев сообщения и комментарии к ним в этом тематическом кластере имеют нейтральный тон ($\{ \text{'neutral': 0.65, 'positive': 0.35} \}$, это среднее значение по всем данным в теме). Поэтому было принято решение об удалении этого кластера из анализируемых данных.

Также было принято решение оценить посты (начало обсуждения темы) с точки зрения количества комментариев к ним. Если пост содержал менее 5 комментариев длиной не менее 30 символов, то он удалялся из набора данных. Это правило позволило очистить текстовые данные от неприносящих особого вклада восторженных коротких реплик типа «класс!» или «потрясающе!» (и антонимичных междометий) и тем самым сбалансировать данные с точки зрения содержания.

Отметим, что мы собирали данные за 2018–20-е годы. Это было сделано потому, что было важно проверить идею о возможности считывания эмоций, описывающих городское пространство, без шума в данных. Мировая и федеральная новостная повестка после пандемии COVID-19 могла существенно повлиять на темы и тон комментариев. Поэтому ближайшие годы (2021–2023 гг.) были исключены из анализа.

Средняя длина комментариев в итоговой выборке – 525 слов (на пост оставляют 10–15 комментариев); средняя длина постов – 41 слово. Так как целью была оценка общего тона реакции на пост, то комментарии к нему суммировались и составляли одну единицу текстовых данных.

Собранные текстовые данные были предварительно обработаны в соответствии со следующими этапами: 1) токенизация; 2) удаление спецсимволов, эмодзи, ссылок и знаков препинания; 3) удаление стоп-слов; 4) нормализация токенов. Окончательный набор обучающих данных содержал 104 107 строк, общее количество содержащихся в датасете токенов – 53 924 562.

Нами была проведена серия экспериментов по векторизации текстовых данных, с целью выяснить, какой метод лучше подходит к специфическим текстам из социальной сети.

На первом этапе эксперимента было принято решение посмотреть способность анализируемых моделей эмбедингов (TF-IDF, Word2Vec и Laser) к разделению на кластеры (использовался алгоритм K-средних, $k = 2$). Результаты разбиения на два кластера представлены на рис. 2. Для визуализации результатов использовался алгоритм понижения размерности PCA.

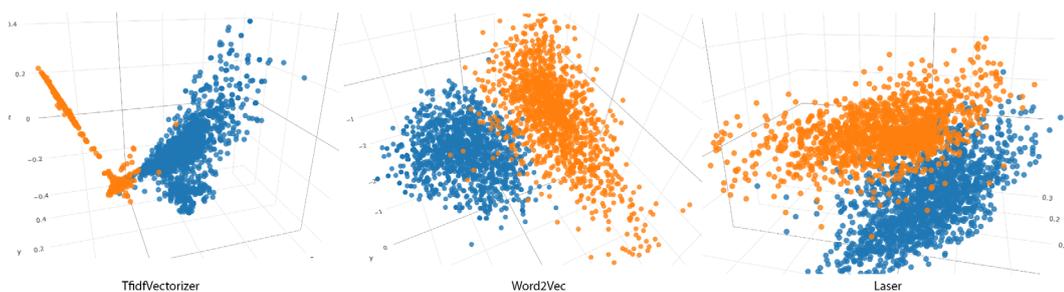


Рис. 2. Анализ разделимости данных на кластеры с использованием 3D-сжатия векторного пространства с использованием алгоритма PCA

Fig. 2. Analysis of data separability into clusters using 3D vector space compression using the PCA algorithm

Как видно из графика, TF-IDF неплохо учитывает разницу в данных. Далее мы разметили треть имеющихся данных вручную на два класса. В разметке участвовали 10 респондентов (студенты-филологи), что позволило избежать эффекта усталости от текстов. Разметчики получили инструкцию, которая объясняла, на какие параметры ориентироваться при отнесении текста к одному из двух классов. Мы предложили нейтральные тексты относить к классу «по-

зитивных»); для детекции негативных коннотаций был создан шаблон правил, учитывающий специфику построения восклицательно-негативных фраз, контексты сарказма и т. п. Стоит отметить, что процесс разметки предполагал также, что сами респонденты имеют необходимые навыки определения тональности, поэтому мнение разметчика априорно считалось выше вспомогательных тезисов инструкции. В итоге размеченная часть датасета позволила посмотреть содержание «негативного» и «позитивного» контента. Так, было выяснено, что «негативные» тексты гораздо важнее правильно детектировать нежели «позитивные», так как они явно более содержательны с точки зрения возможностей дальнейшего анализа контекстов (рис 3).



Рис. 3. Облако слов, вносящих наибольший вклад в «негативный» класс (слева); облако слов, вносящих наибольший вклад в «позитивный» класс (справа)
 Fig. 3. The word cloud that contributes the most to the “negative” class (left); cloud of words contributing the most to the “positive” class (right)

Далее мы провели эксперимент по бинарной классификации текстов. В качестве алгоритма классификации была выбрана логистическая регрессия. На рис. 4 представлены результаты работы логистической регрессии при анализе датасета районных сообществ.

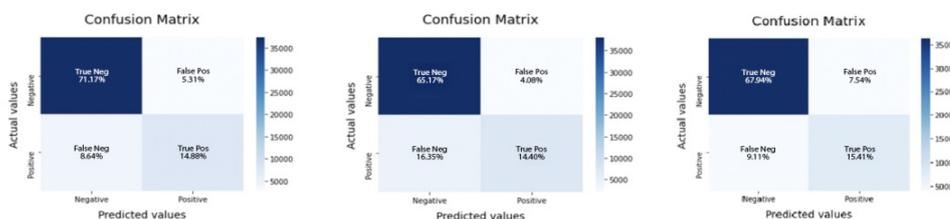


Рис. 4. Результаты работы модели логистической регрессии при отправленных в нее векторных представлениях, полученных тремя способами (слева направо: tf-idf, w2v, Laser)
 Fig. 4. The results of the logistic regression model with vector representations sent to it, obtained in three ways (from left to right: tf-idf, w2v, Laser)

Результаты экспериментов показали, что все три метода работают с текстовыми данными этого типа достаточно хорошо, однако по приведенным матрицам видно, что лучше всего «негативный» класс детектируется логистической регрессией, работающей на векторном представлении tf-idf. Таким образом, для нашего дальнейшего исследования мы остановились именно на нем.

4. Результаты анализа тональности

Мы решили использовать модель ruGPT-3 для анализа тональности окончательного набора данных. Это авторегрессионная генеративная языковая модель, обученная на наборе данных русского языка. Модель основана на GPT-3 и может повысить точность анализа настроений за счет использования возможностей генерации естественного языка. Мы решили использовать ruGPT-3 Large (760 млн параметров) без дополнительного обучения. В будущем мы планируем придумать шкалы, учитывающие плавные градиенты эмоций, а в рамках текущих экспериментов использовали бинарную классификацию на положительные и отрицательные маркеры

настроений. Перплексия использовалась как мера определения тона настроения. В теории информации перплексия – это мера того, насколько хорошо распределение вероятностей предсказывает выборку, таким образом, идея была основана на обратной вероятности тестового набора, нормализованной по количеству слов. В качестве входных данных модели подавалась пара в формате <уровень счастья> + <текст> ('счастливый:' + текст и 'печальный:' + текст). Далее для каждого варианта рассчитывалась перплексия. Затем значения сравнивались друг с другом, чтобы найти наименьшее значение. Так присваивался класс, к которому тяготеет текст.

Для оценки качества алгоритма использовался набор данных, размеченный вручную. На проверочной выборке были получены следующие результаты: Accuracy = 0,74 и F1-мера = 0,78.

После подтверждения того, что общий подход с использованием перплексии оказался полезным, был введен третий класс настроений, «умеренно счастливый» (так мы определили класс, тяготеющий к нейтральной тональности).

Таким образом, мы получили следующую шкалу настроения горожан: счастливый (2) > умеренно счастливый (0) > печальный (1). В результате карта Санкт-Петербурга была размечена (рис. 5).

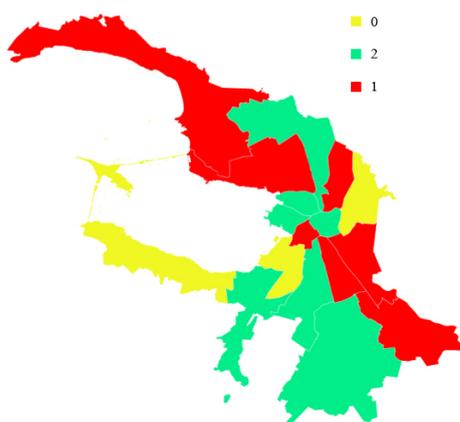


Рис. 5. Размеченная карта Санкт-Петербурга, три класса эмоций: счастливый (2) > умеренно счастливый (0) > грустный (1)

Fig. 5. Marked map of St. Petersburg, three classes of emotions: happy (2) > moderately happy (0) > sad (1)

Следующим шагом стала маркировка количественных данных. К инфраструктурам, напрямую связанным с возможностями поддержания здоровья, мы отнесли три компонента: 1) наличие поликлиник (количество городских поликлиник в районе); 2) количество больниц в районе; 3) наличие возможностей для занятия спортом (открытые спортивные площадки, футбольные и хоккейные поля, наличие фитнеса и тренажерных залов). Количественные данные были взяты из общедоступных наборов данных и дополнены информацией, предоставленной районными администрациями по запросу.

Далее нужно было составить правило приближения статистики к трем классам (чтобы эти данные можно было сопоставить с маркировкой эмоций жителей районов, полученной на предыдущем шаге). Были выделены три класса: (1) нет возможности поддерживать здоровье в районе; (0) средние возможности; (2) в районе созданы все условия для профилактики и сохранения здоровья. Далее была создана формула расчета класса (количество_поликлиник + 0,5 * количество_больниц + 0,2 * возможности_спорта). Максимальное значение представленной формулы = 14. Шаг классов мы сделали в 4 единицы. Учитывалась важность необходимого количества поликлиник по отношению к количеству жителей района. Также

мы предположили, что наличие возможностей для занятия спортом не так сильно должно влиять на настроение жителей района (так как достаточно часто люди находят локации для этих целей за пределами места жительства и не считают это обременительным). Таким образом, был введен коэффициент этого фактора.

На рис. 6 представлены результаты.

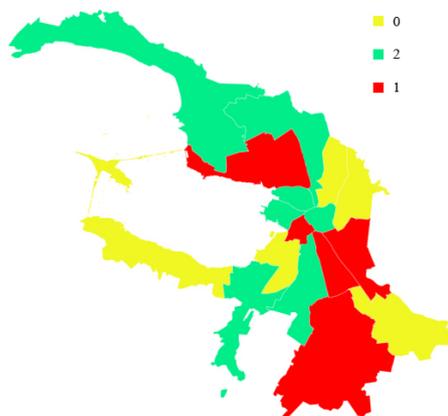


Рис. 6. Карта Санкт-Петербурга с нанесенными данными о возможностях поддержания здоровья (поликлиники, больницы, места для занятий спортом)

Fig. 6. Map of St. Petersburg marked with data on health opportunities (polyclinics, hospitals, places for sports)

Результаты показывают, что существует связь между доступом к возможностям для здоровья и притяжением эмоций жителей к отрицательным или положительным полюсам. Однако в двух (из 18) районах корреляции не выявлены. Количественные данные показывают, что в районах все хорошо с доступом к медицине и спорту, но дискурсы в онлайн-сообществах имеют негативную коннотацию. С одной стороны, это допустимая ошибка. С другой стороны, это говорит о необходимости поиска дополнительного статистического параметра, объясняющего, с чем связана негативность онлайн-общения. Также это показывает, что трех выделенных классов недостаточно в случае, когда нет точного совпадения количественных данных и результатов анализа тональности.

Заключение

Полученные результаты свидетельствуют о применимости метода для поиска факторов, влияющих на социальное настроение жителей районов. Однако необходимы некоторые дополнительные эксперименты. Мы планируем разработать определение настроений с использованием нескольких эмоциональных шкал. Если на данный момент используется самая распространенная палитра (от негативных коннотаций к позитивным), то в будущем представляется целесообразным проверить куб Лёвхейма [Колмагорова, 2023]. Мы также планируем пересмотреть используемую формулу корреляции количественных данных с тремя выбранными классами. Также целесообразным представляется дополнить количественные данные еще несколькими статистиками: количеством аптек, спортивных школ, статистикой преступлений по районам и зафиксированных проблем с ЖКХ. Необходимо проанализировать нагрузку на спортивный объект с точки зрения количества людей, его использующих (такая статистика есть в районных администрациях).

Список литературы

- Duarte F., Firmino R. J.** Unplugging the city: The urban phenomenon and its sociotechnical controversies. 2017.
- Ekman P., Revealed E.** Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life // Emotions revealed. 2007.
- Fang C., Yu D.** Urban agglomeration: An evolving concept of an emerging phenomenon // Landscape and urban planning. 2017. Vol. 162. P. 126–136.
- Gibson D. V., Kozmetsky G., Smilor R. W. (ed.).** The technopolis phenomenon: Smart cities, fast systems, global networks. 1992.
- Almusaed A., Almssad A.** City phenomenon between urban structure and composition // Sustainability in Urban Planning and Design. 2019. Vol. 3.
- Koltsova O. Yu., Alexeeva S. V., Kolcov S. N.** An Opinion Word Lexicon and a Training Dataset for Russian Sentiment Analysis of Social Media // Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Papers from the Annual International Conference “Dialogue-2016”. 2016. Vol. 15(22). P. 277–287.
- Pilato G., D’Avanzo E.** Data-driven social mood analysis through the conceptualization of emotional fingerprints // Procedia computer science. 2018. Vol. 123. P. 360–365.
- Riazi S. A. H.** City as an Interdisciplinary Phenomenon // Interdisciplinary Studies in Humanities. 2014. Vol. 6, №. 1. C. 101–115.
- Rykov Y., Koltsova O., Sinyavskaya Y.** Effects of user behaviors on accumulation of social capital in an online social network // Plos one. 2020. Vol. 15. №. 4. P. e0231837. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231837>
- Turón A.** Evolution of social mood in Spain throughout the COVID-19 vaccination process: a machine learning approach to tweets analysis // Public health. 2023. Vol. 215. P. 83–90.
- Tikhonova O., Yakimuk I., Mityagin S. A.** Detection the Relevance of Urban Functions for Value-Based Smart City Management // International Conference on Digital Transformation and Global Society. Cham: Springer International Publishing, 2021. P. 193–206.
- Montgomery J.** Making a city: Urbanity, vitality and urban design // Journal of urban design. 1998. Vol. 3, № 1. C. 93–116.
- Milgram S.** The experience of living in cities: A psychological analysis // Annual Meeting of the American Psychological Association., Sep, 1969, Washington, DC, US; This paper is based on an Invited Address presented to the Division of General Psychology at the aforementioned meeting. American Psychological Association. 1970.
- Blass T.** The urban psychology of Stanley Milgram // Journal of Social Distress and the Homeless. 2005. Vol. 14, № 1–2. P. 12–22.
- Simmel G.** The metropolis and mental life // The urban sociology reader. 1903. P. 23–31.
- Borden I.** Space beyond: Spatiality and the city in the writings of Georg Simmel // The Journal of Architecture. 1997. Vol. 2, № 4. P. 313–335.
- Парк Р.** Город как социальная лаборатория // Социологическое обозрение. 2002. Vol. 2, № 3. P. 3–12.
- Берджесс Э.** Рост города: введение в исследовательский проект // Личность. Культура. Общество. 2002. Т. 4. №. 1–2. С. 168–181.
- Ядов В. А.** Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. Социология. Этнология. 1995. Т. 4, № 3–4. С. 158–181.
- Поршнев Б. Ф.** Социальная психология и история. М., 1966.
- Бергер П., Лукман Т.** Социальное конструирование реальности. М., 1995.
- Бурдьё П.** Экономическая антропология. Курс лекций в Коллеж де Франс (1992–1993). М., 2019.

- Бурдые П. Социология политики. М., 1993.
- Гидденс Э. Устройство общества. Очерк теории структуризации. М., 2005.
- Keynes J. M. et al. The Collected Writings of John Maynard Keynes. London: Macmillan. 1971. Vol. 30. P. 1971–1989.
- Wu L., Zhang Q., Chen C.-H., Guo K., Wang D. Deep learning techniques for community detection in social networks. IEEE Access. 2020. Vol. 8. P. 96016–96026. DOI: 10.1109/ACCESS.2020.2996001
- Tan Q., Liu N., Hu X. Deep representation learning for social network analysis. Front. Big Data. 2019. DOI: 10.3389/fdata.2019.00002
- Ramadhani A. M., Goo H. S. Twitter sentiment analysis using deep learning methods; Proceedings of the 2017 7th International Annual Engineering Seminar (InAES); Yogyakarta, Indonesia, 2017. P. 1–4.
- Song X., Tseng B. L., Lin C.-Y., Sun M.-T. Personalized recommendation driven by information flow; Proceedings of the 29th Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval; Seattle, WA, USA. 2006. P. 509–516.
- Tang X., Yang C.C. Ranking user influence in healthcare social media. ACM Trans. Intell. Syst. Technol. (TIST). 2012. Vol. 3. P. 1–21. DOI: 10.1145/2337542.2337558
- Peng S., Wang G., Xie D. Social influence analysis in social networking big data: Opportunities and challenges. IEEE Netw. 2016. Vol. 31. P. 11–17. DOI: 10.1109/MNET.2016.1500104NM
- Severyn A., Moschitti A. Twitter sentiment analysis with deep convolutional neural networks; Proceedings of the 38th international ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval; Santiago, Chile. 2015. P. 959–962.
- Volkova S., Bachrach Y., Armstrong M., Sharma V. Inferring latent user properties from texts published in social media // Proceedings of the Twenty-Ninth AAAI Conference on Artificial Intelligence (Austin, TX: Association for the Advancement of Artificial Intelligence). 2015. P. 4296–4297.
- Hao B., Li L., Gao R., Li A., Zhu T. Sensing subjective well-being from social media // Active Media Technology, eds D. Ślęzak, G. Schaefer, S. T. Vuong, and Y. Kim (Cham: Springer). 2014. P. 324–335. DOI: 10.1007/978-3-319-09912-5_27
- Li S., Wang Y., Xue J., Zhao N., Zhu T. The impact of COVID-19 epidemic declaration on psychological consequences: a study on active Weibo users // Int. J. Environ. Res. Public Health. 2020. Vol. 17. Art. 2032. DOI: 10.3390/ijerph17062032
- Ненько А. Е. Социологические методы изучения общественных пространств. СПб.: Университет ИТМО 2020.
- Ненько А. Е., Недосека Е. В. Ценности городской среды в дискурсе соседских онлайн-сообществ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2022. Т. 25, № 1. С. 217–251.
- Ненько А. Е., Недосека Е. В., Галактионова А. А. Возможности семантического анализа ключевых биграмм для исследования дискурса соседского онлайн-сообщества // International Journal of Open Information Technologies. 2021. Т. 9, № 12. С. 111–118.
- Ненько А. Е., Курилова М. А., Подкорытова М. И. Анализ эмоционального восприятия территорий и развитие «Умного города» // International Journal of Open Information Technologies. 2020. Т. 8, № 11. С. 128–136.
- Вавилина Н. Д., Скалабан И. А. Социальное картирование: метод исследования и инструмент развития территории. М., 2015.
- Lynch K. Reconsidering the image of the city. 1984. P. 151–161.
- Горелова Ю. Образ города в восприятии горожан. М., 2020.
- Барбаш Н. Б., Крючков Ю. А. Социальное картографирование как способ пространственной организации данных о социально-территориальной дифференциации состава и качества жизни населения // Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы. М.: Наука. 1994. С. 115–129.

Колмогорова, А. В., Калинин А. А. Визуализация данных в эмоциональном анализе русскоязычных интернет-текстов на основе модели «Куб Лёвхейма» // *Язык и искусственный интеллект: Сб. ст. по итогам конференции «Лингвистический форум 2020.–2023»*. С. 167–181. DOI 10.37892/978-5-907498-47-1-8

References

- Duarte F., Firmino R. J.** Unplugging the city: The urban phenomenon and its sociotechnical controversies. 2017.
- Ekman P., Revealed E.** Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life // *Emotions revealed*. 2007.
- Fang C., Yu D.** Urban agglomeration: An evolving concept of an emerging phenomenon // *Landscape and urban planning*. 2017. Vol. 162. P. 126–136.
- Gibson D. V., Kozmetsky G., Smilor R. W. (ed.)**. The technopolis phenomenon: Smart cities, fast systems, global networks. 1992.
- Almusaed A., Almssad A.** City phenomenon between urban structure and composition // *Sustainability in Urban Planning and Design*. 2019. Vol. 3.
- Koltsova O. Yu., Alexeeva S. V., Kolcov S. N.** An Opinion Word Lexicon and a Training Dataset for Russian Sentiment Analysis of Social Media // *Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Papers from the Annual International Conference “Dialogue-2016”*. 2016. Vol. 15(22). P. 277–287.
- Pilato G., D’Avanzo E.** Data-driven social mood analysis through the conceptualization of emotional fingerprints // *Procedia computer science*. 2018. Vol. 123. P. 360–365.
- Riazi S. A. H.** City as an Interdisciplinary Phenomenon // *Interdisciplinary Studies in Humanities*. 2014. Vol. 6, № 1. С. 101–115.
- Rykov Y., Koltsova O., Sinyavskaya Y.** Effects of user behaviors on accumulation of social capital in an online social network // *Plos one*. 2020. Vol. 15. № 4. P. e0231837. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231837>
- Turón A.** Evolution of social mood in Spain throughout the COVID-19 vaccination process: a machine learning approach to tweets analysis // *Public health*. 2023. Vol. 215. P. 83–90.
- Tikhonova O., Yakimuk I., Mityagin S. A.** Detection the Relevance of Urban Functions for Value-Based Smart City Management // *International Conference on Digital Transformation and Global Society*. Cham: Springer International Publishing, 2021. P. 193–206.
- Montgomery J.** Making a city: Urbanity, vitality and urban design // *Journal of urban design*. 1998. Vol. 3, № 1. С. 93–116.
- Milgram S.** The experience of living in cities: A psychological analysis // *Annual Meeting of the American Psychological Association*, Sep, 1969, Washington, DC, US; This paper is based on an Invited Address presented to the Division of General Psychology at the aforementioned meeting. American Psychological Association. 1970.
- Blass T.** The urban psychology of Stanley Milgram // *Journal of Social Distress and the Homeless*. 2005. Vol. 14, № 1–2. P. 12–22.
- Simmel G.** The metropolis and mental life // *The urban sociology reader*. 1903. P. 23–31.
- Borden I.** Space beyond: Spatiality and the city in the writings of Georg Simmel // *The Journal of Architecture*. 1997. Vol. 2, № 4. P. 313–335.
- Park R.** The city as a social laboratory. *Sociological Review*. 2002. T. 2. No. 3. P. 3–12.
- Burgess E.** Urban growth: an introduction to the research project // *Personality. Culture. Society*. 2002. T. 4. No. 1–2. P. 168–181.
- Yadov V. A.** Social and socio-psychological mechanisms for the formation of social identity of the individual // *World of Russia. Sociology. Ethnology*. 1995. T. 4. No. 3–4. P. 158–181.
- Porshnev B.F.** Social psychology and history. 1966.
- Berger P., Lukman T.** Social construction of reality. 1995.

- Bourdieu P.** Economic anthropology. Course of lectures at the College de France (1992–1993). 2019.
- Bourdieu P.** Sociology of politics. 1993.
- Giddens E.** The Structure of Society. Essay on the theory of structuration. 2005.
- Keynes J. M. et al.** The Collected Writings of John Maynard Keynes. London: Macmillan. 1971. Vol. 30. P. 1971–1989.
- Wu L., Zhang Q., Chen C.-H., Guo K., Wang D.** Deep learning techniques for community detection in social networks. *IEEE Access*. 2020. Vol. 8. P. 96016–96026. DOI: 10.1109/ACCESS.2020.2996001
- Tan Q., Liu N., Hu X.** Deep representation learning for social network analysis. *Front. Big Data*. 2019. DOI: 10.3389/fdata.2019.00002
- Ramadhani A. M., Goo H. S.** Twitter sentiment analysis using deep learning methods; Proceedings of the 2017 7th International Annual Engineering Seminar (InAES); Yogyakarta, Indonesia, 2017. P. 1–4.
- Song X., Tseng B. L., Lin C.-Y., Sun M.-T.** Personalized recommendation driven by information flow; Proceedings of the 29th Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval; Seattle, WA, USA. 2006. P. 509–516.
- Tang X., Yang C. C.** Ranking user influence in healthcare social media. *ACM Trans. Intell. Syst. Technol. (TIST)*. 2012. Vol. 3. P. 1–21. DOI: 10.1145/2337542.2337558
- Peng S., Wang G., Xie D.** Social influence analysis in social networking big data: Opportunities and challenges. *IEEE Netw.* 2016. Vol. 31. P. 11–17. DOI: 10.1109/MNET.2016.1500104NM
- Severyn A., Moschitti A.** Twitter sentiment analysis with deep convolutional neural networks; Proceedings of the 38th international ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval; Santiago, Chile. 2015. P. 959–962.
- Volkova S., Bachrach Y., Armstrong M., Sharma V.** Inferring latent user properties from texts published in social media // Proceedings of the Twenty-Ninth AAAI Conference on Artificial Intelligence (Austin, TX: Association for the Advancement of Artificial Intelligence). 2015. P. 4296–4297.
- Hao B., Li L., Gao R., Li A., Zhu T.** Sensing subjective well-being from social media // *Active Media Technology*, eds D. Ślęzak, G. Schaefer, S. T. Vuong, and Y. Kim (Cham: Springer). 2014. P. 324–335. DOI: 10.1007/978-3-319-09912-5_27
- Li S., Wang Y., Xue J., Zhao N., Zhu T.** The impact of COVID-19 epidemic declaration on psychological consequences: a study on active Weibo users // *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2020. Vol. 17. Art. 2032. DOI: 10.3390/ijerph17062032
- Nenko A.E.** Sociological methods for studying public spaces. St. Petersburg, ITMO University, 2020.
- Nenko A. E., Nedoseka E. V.** Values of the urban environment in the discourse of neighborhood online communities // *Journal of Sociology and Social Anthropology*. 2022. T. 25, № 1. P. 217–251.
- Nenko A. E., Nedoseka E. V., Galaktionova A. A.** Possibilities of semantic analysis of key bigrams for studying the discourse of a neighborhood online community // *International Journal of Open Information Technologies*. 2021. Vol. 9. No. 12. P. 111–118.
- Nenko A. E., Kurilova M. A., Podkorytova M. I.** Analysis of emotional perception of territories and the development of a “Smart City” // *International Journal of Open Information Technologies*. 2020. Vol. 8. No. 11. P. 128–136.
- Vavilina N. D., Skalaban I. A.** Social mapping: a research method and a tool for territory development. 2015.
- Lynch K.** Reconsidering the image of the city. 1984. P. 151–161.
- Gorelova Yu.** The image of the city in the perception of citizens. 2020.
- Barbash N. B., Kryuchkov Yu. A.** Social mapping as a way of spatial organization of data on the socio-territorial differentiation of the composition and quality of life of the population //

Predictive social design: theoretical, methodological and methodological problems. Moscow, Nauka publ., 1994. P. 115–129.

Kolmogorova, A. V., Kalinin A. A. Data visualization in the emotional analysis of Russian-language Internet texts based on the Lövheim Cube model // Language and artificial intelligence: Collection. Art. following the results of the conference “Linguistic Forum 2020–2023”. pp. 167–181. DOI 10.37892/978-5-907498-47-1-8

Информация об авторах

Чижик Анна Владимировна, кандидат культурологии, старший научный сотрудник, центр технологий электронного правительства Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики

Садохин Александр Петрович, доктор культурологии, профессор, эксперт Центра технологий электронного правительства Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики

Information about the Authors

Anna V. Chizhik, Senior Researcher, eGovernment Center, ITMO University, St. Petersburg, Russian Federation

Aleksandr P. Sadokhin, Doctor of Cultural Studies, Professor, eGovernment Center expert, ITMO University, St. Petersburg, Russian Federation

*Статья поступила в редакцию 24.07.2023;
одобрена после рецензирования 12.10.2023; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 24.07.2023;
approved after reviewing 12.10.2023; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 81'25, 81'119

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-65-86

Корреляция понятий *истина, правда, truth, vérité* в версиях Библии: количественные индикаторы

Анатолий Федорович Фефелов

Новосибирский государственный университет
Новосибирск, Россия

bobyrgan@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1015-3433>

Аннотация

Статья не связана прямо с переводом Библии на русский, английский и французский языки, хотя ее версии широко представлены в материале. Цель состоит в том, чтобы сопоставить библейские понятия *truth* и *vérité* с современным дискурсом *post-truth era* (эры постправды и/или постистины), символом которого стала оппозиция *fact vs lies*. Предметом исследования статьи являются способы вербализации базового для трех культур понятия, передаваемого в английском и французском языках словами *truth* и *vérité* соответственно, а в русском – тесно взаимосвязанной парой лексем *правда/истина*, соответствующей греческим *dikaiosyne/aletheia*. Поскольку описывать их межязыковые отношения в терминах переводческих соответствий некорректно, они анализируются в рамках понятия «семантическая корреляция». В данной статье представлена только количественная диагностика плотности/дисперсии понятий в одном и том же библейском стихе и частотность лексических способов его вербализации в различных версиях Библии, выложенных на biblegateway.com. При этом выявляется частотность индикаторов, имеющих диагностическую ценность, как между тремя языками, так и между Ветхим и Новым заветами и между их различными книгами. Учет фактора множественности версий уже очень важен для англоязычной культуры перевода, существен для франкоязычной и поучителен для русскоязычной в плане понимания последствий. Частотность вербализаторов прямо связана с функциональной нагрузкой исследуемых понятий в различных версиях, и важно то, что она иногда сильно отличается даже в рамках одного языка. Установлено, что в целом степень смысловой корреляции указанных понятий высокая, но на фоне значительной вариативности лексико-синтаксических средств фиксации смысла, которая усиливается в «разговорных» версиях. В новых англоязычных версиях стало появляться слово *fact* – главный конкурент слова *truth*. С этой же обыденной философией *truth* связаны, вероятно, и формы *truths*, проникшие в самые последние версии Библии.

Ключевые слова

перевод Библии, лексическая асимметрия, когнитивный диссонанс, частотные показатели корреляции, лексико-семантическое поле, лексические маркеры эры постправды, трендовые слова, истинностный стандарт.

Для цитирования

Фефелов А. Ф. Корреляция понятий *истина, правда, truth, vérité* в версиях Библии: количественные индикаторы // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 65–86. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-65-86

Correlation of the Concepts *truth*, *vérité*, *pravda*, *istina* in Bible Versions: quantitative indicators

Anatoli F. Fefelov

Novosibirsk State University
Novosibirsk, Russian Federation

bobyrgan@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1015-3433>

Abstract

The paper is not about translation of the Bible into Russian, English or French, although its versions are widely presented in the research material. The goal is to compare the biblical discourse on truth and *vérité* with that of the post-truth era, its modern counterpart signified by the emblematic opposition of fact vs lies. Studying verbalizations of the above-mentioned concept has always been very important for the three cultures, but now, with a post-truth political ideology rising, its relevance for the English language and culture has increased noticeably. We study correlation of the words *truth* and *vérité*, *pravda* (often *righteousness*), *istina* (verity) in a number of Bible versions, old and new, to show that semantic consistency between the three cultures may be still achieved indirectly (that is without source texts) in this important area. Taking into account the factor of multiple versions has become essential for English-speaking cultures, it is quite important for the French community, and instructive for the Russian culture in terms of evaluating its consequences. The article presents only quantitative data on the density/variance (or dispersion) of concepts in the same biblical verse and the frequency of lexical ways of its verbalization in different versions of the Bible. The diagnostic value of frequency indicators for a meaningful interpretation is revealed, first, between the three languages; second, between the Old and New Testaments, and third, between their various books. To understand the functional load of the concepts under study in different versions, it is essential to know the frequency of their verbalizers, which sometimes differs greatly even within the same language for many reasons, including a new one – the task to produce a version easy to comprehend. It has been found that, as a rule, the degree of semantic correlation between the concepts under study is high, but in the “easy to read” versions a variability of lexical and syntactic means in the same contexts is significant as well as the intricacy of their refractions. This conclusion is valid, first of all, for the correlations of PRAVDA with its foreign-language counterparts. The form *truths*, which was not used in the early versions of the Bible, is now admitted by the most recent ones. This probably has to do with the secular philosophy of truth. And, finally, in the latest English-language versions, the word *fact* – the main competitor of *truth* in the discourse of the post-truth era – began to appear. This, however, does not refer to the word-combination *fact-checking* which still seems to be radically hostile to the Bible Truth discourse.

Keywords

Bible translation, lexical asymmetry, quantitative correlation indicators, lexical markers of the post-truth era, trendy words, baseline of truth

For citation

Fefelov A. V. Correlation of the concepts *truth*, *vérité*, *pravda*, *istina* in Bible versions: quantitative indicators. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 65–86. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-65-86

Введение

О лексико-семантической асимметрии типа два в одном, когда значения двух слов одного языка передаются одним словом в другом, известно давно. В русской лингвокультуре она связана, однако, с целым рядом парных понятий вроде *совесть/сознание*, *русский/российский*, *истина/правда*, имеющих важное мировоззренческое значение, но крайне затрудняющих их интерпретацию при релокации в инокультурную среду [Топоров, 1958. С. 74–88. Успенский, 1994. См. особ. с. 193, примечание]. Это не то, что понимание и передача, скажем, различий между лексемами *policy* и *politics*, хотя и в этом простом случае появляются трудности для осмысления термины вроде *post-truth politics* – концептуальная новинка С. Фуллера [Fuller, 2018], существующая еще только в виде идеи будущего политической коммуникации, хотя, по сути, ожидается *post-truth policy*. Само прилагательное *post-truth* оказалось настолько сложным для предметного анализа, что аналитики социальной реальности предлагают отказаться от него: «Язык, на котором написана история американского прошлого, настолько уже пере-

гужен коннотациями, что стал бесполезным для целей назидания и образования» [Bouzid, 2022. P. 16]. И он же настаивает на возвращении в американскую общественно-политическую коммуникацию некой *baseline of truth*¹, т. е. истинностного стандарта, к которому можно было бы апеллировать в суждениях и оценках, имея надежное основание для разграничения *sane, sound and insane judgments*. К сожалению, он не сослался эксплицитно на Библию, в версиях которой *truth, vérité, правда* и *истина* трактуются достаточно близко и гораздо глубже, чем в газетном тексте. Впрочем, нам, «посторонним», здравым представляется заключение другого аналитика, назвавшего свой обзор по трендовой проблематике шумихой: “What’s the fuss about post-truth?” [Martin, 2019. P. 155–166]², поскольку реалии заведомо предвзятого медийного и википедийного мышления стали вдруг проецироваться как нормативные на всю интеллектуальную и познавательную активность мира.

Когнитивный диссонанс вызывает *post-truth* в словосочетании *post-truth era* (эра постправды или постистины). Компонент *truth*, конечно, крайне многозначен, но представить себе отсюда, т. е. находясь в российской культурно-исторической реальности, исчезновение или отказ от традиций ее/его культивирования в христианской истории невозможно. Впрочем, как и допустить его имплицит, а именно: совсем недавно была историческая эпоха, когда *truth* в жизни международного сообщества и в прессе властвовала. Оба допущения, конечно, абсурдны, но только в логическом, а не социально-политическом смысле, поскольку обыденное сознание и политическая коммуникация охотно допускают философию абсурда и переживания действительности вместо ее осмысления [Сухих, Горшкова. 2022], а современная ИТ позволяют даже культивировать ее в формате то ли специфической риторики [Шатин, 2020. Шатин, 2012. С. 95–98], то ли информационной политтехнологии (*politainment*), то ли информационной игры (*infertainment*).

В целом, мы полагаем, что понятия *правда, истина*, их корреляты *truth* и *vérité* можно отнести к ключевым в тексте Библии, что и постараемся подкрепить статистическими данными, но укажем все-таки, что они не включены в состав таковых в словарь-справочник по Новому завету, адресованный переводчикам [Ключевые понятия Библии, 1996]. В пользу заявленной позиции можно привести и два авторитетных мнения.

Функционированию слов с основой *правд-* (правда, праведность, справедливость, оправдание и др.) уделяется много места в монографии А. С. Десницкого, поскольку адекватность их употребления в русских версиях и их корреляция с иноязычными версиями вызывает немало вопросов принципиального характера, а именно: «<...> греч. δίκαιοσύνη не совпадает с русским *правда* ни на уровне референции, ни на уровне коннотаций <...>» [Десницкий, 2015. См., в частности, с. 54, 287–299, 319]. А в англо- и франкоязычном пространствах проблема его передачи признавалась всегда; она осмысливается с KJV, о чем напомнило недавно предисловие к «инновационной» версии Библии от The Voice [VOICE. Publisher: Thomas Nelson, Preface].

В наших историко-культурных границах декодирование *post-truth era* будет надежнее, если попытаться прояснить для себя, в каких политических, социокультурных, коммуникативных контекстах *truth* раскрывается как правда, как истина или как синкретичное понятие *правда/ истина*. Сказанное распространяется и на французское соответствие *post-vérité* с синонимом *ère post-factuelle*, где *vérité* ассоциируется с фактами (и потому предстает как правда), равно как с их отсутствием или фальсификацией.

Методологические замечания

Начнем их с двух замечаний терминологического характера.

¹ В атеистическом СССР роль такого стандарта стал выполнять с начала 1960-х годов моральный кодекс строителя коммунизма, вдохновленный библейскими заповедями; любой другой был бы хуже.

² Шумиха или переполох вокруг *post-truth*. <https://wp.me/p1Bfg0-4Cw>

В статье широко используется термин «версия», однако композитный термин «версия или версии перевода» отклоняется как некорректный. Он, тем не менее, широко представлен в некоторых статьях [Проскурин, 2014]. Французское и английское слово *version* имеет общеязыковое и специальное значение. В специальном оно замещает слово и понятие «перевод». Во французском, кроме того, им обозначается школьное упражнение в переводе с иностранного языка на родной (тогда как в обратном направлении – *thème*). В книге А. С. Десницкого прямые сочетания *версия или версии перевода* отсутствуют.

Терминосочетание «перевод на народные языки» также стал уже крайне двусмысленным в современной социолингвистической ситуации. Сейчас народный язык прочно ассоциируется на шкале стилистических регистров с народными говорами, просторечием, небрежной обиходно-разговорной речью. В Средние века «народными» (фр. *vernaculaire*, англ. *vernacular*, но не *peoples*) назывались все языки Европы в оппозиции с недостижимыми латинским, языком Вульгаты, и греческим. Точнее, поэтому говорить о переводе Библии на другие или на родные, местные языки, избегая народных стилистических ассоциаций, поскольку слог был тогда обязательно высоким (т. е. *formal*, *standard* в нынешних терминах). В книге А. С. Десницкого вопрос решается в пользу словосочетания «перевод на национальные языки», что точнее, хотя понятие «нация» возникло уже в Новое время.

Понятия *truth*, *vérité*, *истина*, *правда* давно уже исследуются в переводах библейского канона на французский, английский и русский языки. Их подходы отличаются от обычного перевода тщательностью эзегетики, длительной традицией текстологического анализа (*text criticism*), который обычные переводчики часто путают с предпереводческим анализом художественного текста, ревизией ранних версий с ориентацией на новую аудиторию, коллегиальностью [Мецгер, 1996. Nida, 1982, P. 41–62]. Все они трактовались в той интеллектуально-текстовой среде, которая сформировала их и старалась уберечь от превратных толкований, поэтому сравнительно-сопоставительный анализ стихов (*versets*, *verses*) позволяет выявить все корреляции единиц с учетом узкого и широкого контекста, степень их формальной, семантической, стилистической и функциональной адекватности, хотя нужно всегда помнить, что анализируются корреляции контекстов в переводных текстах, а не ИТ и ПТ.

Для нашей методологии важна лексическая статистика трех видов: 1) количество слов и знаков в сопоставляемых стихах, дающее наглядное представление о степени формально-семантической и стилистической асимметрии выбранных почти наугад фрагментов; 2) частотность единицы в различных версиях Библии, как общая (но с обязательным разделением ВЗ и НЗ), так и варьирование частотности единицы в различных книгах различных версий в диахронии (например, в повторных переводах Библии одной и той же переводческо-религиозной традиции/школы) и в синхронии; 3) соотношение частотности переводческих решений по одной и той же лексеме во всех доступных версиях Библии.

Последний пункт очень важен для англоязычных переводов, поскольку на *biblegateway.com* их выложено около³ 63, что дает возможность получить статистически значимую информацию о прагматике их переводческих предпочтений в передаче одного и того же понятия⁴ и соединить ее затем с п. 1.

Поясним первый пункт.

Руфь 3:12

СП: Хотя и **правда**, что я родственник, но есть еще родственник ближе меня. 12 слов/57 знаков без проб. /69 знаков с пробелами

³Эта призрачность связана с тем, что некоторые версии представляют собой пересмотренные и подправленные переиздания одного и того же перевода.

⁴Для Европы особый интерес представляют здесь следы межконфессиональной борьбы между англиканскими протестантскими традициями, с одной стороны, и католическими, с другой. Они заложены Версией короля Иакова, резко критиковавшей изданную на 30 лет ранее Версию Дуз-Реймс. В данной статье эти аспекты оставлены в стороне.

BFC: **Il est exact** que j'ai à ton égard la responsabilité d'un proche parent, mais il existe un homme dont le degré de parenté avec sa famille est plus étroit. 29/125/154

NASB: Now **it is true** I am a *close* relative; however, there is a relative closer than I. 17/65/80 (<https://www.biblestudytools.com/nas/ruth/3.html>)

Лексико-синтаксическая симметрия в русском и английском фрагментах высокая; расхождение в объеме образовалось за счет слова *close*, необходимого для создания градации *close – closer*. По шкале Найды стратегия перевода определяется нами как ближайшая естественная, так как видны взаимные словарные соответствия (но это не буквальная формальная эквивалентность).

Фрагмент из BFC указывает на динамическую эквивалентность; он содержит две вставки, увеличивающие его объем более чем в два раза. По сути это современная технология осознанного пересказа во имя достижения полной ясности и логичности. Но если взять строгий перевод Louis Segond⁵, (*Il est bien vrai que j'ai droit de rachat, mais il en existe un autre plus proche que moi*⁶. 19/72/91), то мы увидим, что в нем гораздо меньше парафразирования. Однако без предшествующего текста, где сказано о родственнике, вообще нельзя понять, что речь идет о нем.

В LSG сказано⁷: «Конечно же, верно, что я имею право на выкуп, но существует еще и другой ближе меня». А в BFC: «Точно, что я имею по отношению к тебе обязанность близкого родственника, но существует и еще один человек, степень родства которого с его семьей более тесная». Фрагмент BFC длиннее, но, в отличие от LSG, он понятен без контекста.

Такая информация даст наглядное представление об идентичности содержания различных версий Библии, их читабельности, стратегиях и концепциях перевода.

Было бы вообще полезно сопровождать версии (и их источники!) базовыми количественными показателями объема в словах, знаках с пробелом и без, т. е. в таких единицах, которые в языках синтетического и аналитического морфологического типа могут легко получить структурно-лингвистическую и стилистическую интерпретацию [ср. Фефелов, 2005]. Такая информация приобретает диагностический характер, достаточно точно указывая на роль переводческого фактора (цели, стилистики, концепции/стратегии) в вариациях объемов различных версий, что позволяет планировать исследование и сосредоточивать его на релевантных направлениях. Словесно-знаковый показатель сжатия/расширения исследуемой версии имеет лишь единичные ограничения: его трудно применить, например, в The Expanded Bible, поскольку прямо в текст включены в скобках четыре вида переводческого комментария, который в других версиях привычно видеть в сносках: Expansions, Alternates, certain Literals, and certain Traditionals [The Expanded Bible, Introduction. См. biblegateway.com].

Предложение в качестве единицы измерения является менее надежным показателем, поскольку их число от точки до точки может варьироваться. Кроме того, одно предложение может разбиваться на два, а два или три могут объединяться в одно. То же касается отчасти и стиха как статистического показателя.

P. Juola измерял объем сравниваемых версий на предмет выявления сложности их морфологического уровня (ВЗ и НЗ на голландском, английском, финском, французском, маори и русском) в байтах [Juola, 1998]⁸, и это явная методологическая ошибка. Р. К. Миньяр-Белоручев изучал вопрос о расширении/сжатии текста перевода на материале франко-русских и русско-французских слоговых вариаций [Миньяр-Белоручев, 1969] газетных ИТ и ПТ, что было

⁵Далее LSG.

⁶<https://www.biblegateway.com/passage/?search=Ruth+3%3A+12&version=LSG>

⁷Для показа различий мы будем использовать иногда метод обратного перевода на русский, близкий к буквальному.

⁸Он опирался на теорию В. Spolsky. The length of translation. Journal des traducteurs, Montréal, 1964, vol. 9, № 2, pp. 45–50.

популярно некогда, и это тоже бесполезное «изошрение», поскольку слоговая структура текста важна только там, где на первый план выходит его ритмо-мелодическая организация.

Когда расхождений в версиях много, то неизбежно возникают подозрения в неких искажениях, даже если на самом деле их (для квалифицированных читателей) нет. Лютер апеллировал именно к этой особенности протестантского адресата, легко убедив его в том, что католическая Вульгата бл. Иеронима искажала истину Библии. Перед Пушкиным или Александром I не стоял так остро вопрос о выборе французской версии, если они хотели читать понятную Библию, а не ее архаичный церковнославянский перевод [История и значение, 2016]⁹, так как французских версий тогда было совсем мало¹⁰. Сейчас же вопрос выбора возник. В англоязычной протестантской среде он превращается уже в проблему, так как производство новых, «понятных и доступных», версий стало непрерывным, а сама установка, при всей ее внешней разумности, – *idée fixe*.

Их официальный мотив по-прежнему выдвигает на первый план языковые потребности адресата в парадигме скопос-теории, представленного теперь многочисленными социокультурными и возрастными группами, абсурдным пределом которой является клиенто-ориентированный перевод, поскольку при переводе юридических документов он превращается в подделку. Как сказал Дуглас Моо (Douglas Moo), глава комитета по переводу Библии в NIV, истины Библии не подвержены влиянию времени¹¹, но они должны транслироваться на языке естественном и легком для понимания (“in forms of language that modern English speakers find **natural and easy to comprehend**”).

Однако аргументы *natural and easy to comprehend* лишь внешне, т. е. на эмоциональном уровне, выглядят убедительными (и потому они хорошо вписываются в коммуникативный контекст *post-truth* эры). Естественный, т. е. настоящий разговорный и устно-разговорный язык, для восприятия гораздо труднее письменного, особенно в устной форме.

Множество версий дает, однако, исследователям шанс увидеть, как могут реализоваться на практике установки на современный язык, его простоту, доступность, а также принимать или отвергать радикализм некоторых из них, связанный с идеологией *новой diversity*. У Десницкого, например, обозначенные выше программы «проще и понятнее» от NIV и BFC концептуализируются с помощью понятия «общедоступный (или миссионерский) перевод»: «Он ... должен ... следовать *лучшим образцам современной русской литературы*, ему придется отказать от подавляющего большинства архаизмов и *тяжеловесных* конструкций ... Вместе с тем, разумеется, ... должен избегать *вульгарности* и *излишней* эмоциональности» [Десницкий, 2015, с. 213]. Несмотря на теснейшую связь этой программной установки с надежной лингвистической и литературно-теоретической базой, выделенные мной курсивом пункты абстрактны, очень амбивалентны и трудны в практической реализации.

Особо стоит отметить эмоциональность, поскольку в западном медийном дискурсе *post-truth* и *post-truth condition* (cf. *post-truth condition*) и в толковых англоязычных словарях именно она (т. е. пресловутый эмоциональный интеллект) объявлена фактором, стимулировавшим отказ от рационально-логического анализа циркулирующей в мире информации. За таким диагнозом скрывается, вероятнее всего, очередная манипуляция общественным сознанием с целью отвлечь внимание от глубокого кризиса западной цивилизации, осознавшей, что ее прежняя претензия, выражаемая библейским парафразом “*I am the Way, the Truth, and your Life*”, оказа-

⁹Отметим, однако, что в Болгарии церковнославянский язык называется просто древнеболгарским, поэтому в русской среде можно говорить не только об архаичности в рамках понятия диглоссия, но и о чуждости церковнославянского в рамках билингвизма.

¹⁰Перевод Alliance biblique française появился в 1818 г.

¹¹The Development and Use of Gender Language: «... since its first publication in 1978, the NIV has always aimed not only to offer transparency to the original documents but also to express the unchanging truths of the Bible». Douglas Moo, Chair of the Committee on Bible Translation, Sept. 2010. Тогда приоритетными считались вопросы обеспечения равенства гендерной лексики в переводах Библии.

лась несостоятельной, что и вынудило ее притворно преклонить колено, изображая white guilt for black deeds.

В условиях переводческого разнообразия возникла возможность в деталях, на широком материале исследовать теоретически непредсказуемые этносемантические рефракции аналогичных понятий, осознать, как могут вербализоваться «не подверженные переменам истины», поскольку *truth*, *vérité*, *истина*, *правда* и особенно *post-truth* имеют к ним самое прямое отношение. Понятие *fact* должно привлечь внимание в первую очередь, поскольку в «постистинностном» лексиконе англо- и франкоязычных СМИ новейшего времени именно оно вдруг стало полным синонимом и субститутом слов *truth* и *vérité* [Bouzid, 2022]. С него мы и начинаем раскрывать п. 2 заявленной выше методологии – значимость информации о частотности употребления ключевых единиц (слов, слово- и текстоформ – СФ и ТФ) для понимания специфики их функционирования в Ветхом и Новом заветах в сопоставительном плане, и в различных книгах ВЗ или НЗ между собой.

Количественные индикаторы вербализации понятий *truth, vérité, истина, правда*

Дело в том, что слова *fact*, *факт* в старых версиях Библии отсутствует, включая и официальный СП: его нет ни в полнзначном употреблении, ни в составе адвербиального словосочетания *in fact*. В NIV-UK у сущ. *fact* уже обнаруживается 6 знаменательных употреблений¹² и 30 адвербиальных. А поиск по ERV дает 12 полнзначных употреблений¹³ и 24 случая *in fact*. Детали таковы.

Fact в ERV

ВЗ – 4 (1 Kngs 16:7. Eccl 6:10-11. Isa 53:4; John 8:58). НЗ – 9 (Mat 24:2. Luke 4:25-26. John 3:19 John 12:24. 17:8. Rom 5:10. 2 Cor 10:7. Hebr 11:13. 2 John 1:7).

In fact в ERV

ВЗ – 9 (Ex 4:14; Ex 10:25; Ex 11:1; 1 Sam 18:4; Job 36:16; Prov 23:14; Isa 7:22; Lam 1:10; Zech 14:21). НЗ – 14 (Mat 21:31; Mat 27:24; Mk 5:26; John 4:23; John 16:2; John 16:32; 2 Cor 1:9; 2 Cor 3:7; 2 Cor 8:17; Rom 3:31; Rom 4:20; 1 Thess 1:8; 1 Thess 4:10; 1 Tim 6:6).

Fact в NIVUK: 6

ВЗ – 2 (Gen 47:18; Acts 19:36). НЗ – 4 (John 4:18; Rom 4:19; 1 Cor 6:7; 1 Cor 10:1).

In fact в NIVUK: 31

ВЗ – 4 (Gen 45:26; 2 Sam 13:15; 2 Kngs 8:10; Ezra 5:17;).

НЗ – 27 (Mk 3:27; Mk 7:25; Mk 12:22; John 4:2; John 9:37; John 10:5; John 16:2; John 16:32; John 18:37; Rom 4:2; 1 Cor 12:18; 1 Cor 15:15; 2 Cor 11:20; Gal 5:20; 1 Thess 3:4; 1 Thess 4:1; 1 Thess 4:10; 1 Thess 5:11; 1 Tim 5:15; 2 Tim 3:12; Tit 1:15; Hebr 5:12; Hebr 8:6; Hebr 9:22; Hebr 13:22; 1 John 3:4; 1 John 5:3).

Появление слова *fact* – это сигнал зарождающейся лексико-стилистической тенденции вводить слова мирской аргументации и передачи эпистемической модальности в текст Писания вместо знаковых единиц *truth*, *in truth*, *of a truth*, *vérité*, *en vérité*, *à la vérité*, т. е. наделять его чертами газетного публицистического текста. По этой причине частотность распределения единиц *fact* и *in fact* по Ветхому и Новому заветам становится значимой. Переводчики не ос-

¹²<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=fact&version=NIVUK>

¹³<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=fact&version=ERV>

меливаются еще вводить их в ВЗ, но в НЗ они считают их уместными. Если такое обновление примет массовый характер, то тогда газетное выражение *post-truth era (world)* получит новое переводоведческое толкование – отказ от слова-символа *truth* в пользу якобы более демократичного слова-символа *fact*, что с большой вероятностью будет подкреплено философски апеллирующей к понятию фактуальных истин (*factual truths*) обыденной действительности от Ханны Арендт [Stanford Encyclopedia ... URL: <https://plato.stanford.edu/entries/arendt/>].

Пример со словом *fact* показывает также, насколько деликатным является вопрос о переводе Библии «простыми», более «доступными» словами современных узусов. Его введение обязательно создаст в тексте Писания совершенно нежелательную и явно карикатурную ассоциативную коннотацию с новообразованием *fact-checking*. В нарративе *post-truth era* именно факт-чекинг призван вернуть правду и истину в общественно-политическую коммуникацию, как будто факты сами по себе обеспечивают истинность их восприятия и интерпретации адресатом.

В лексикологическом и лингвокультурном аспектах ту же проблему осовременивания языка Библии, – точнее, его пределов, – представители библейских альянсов связывают с понятием «trendy words», т. е. «модных словечек», на время оккупирующих общественный дискурс. Она четко прописана, например, в предисловии **The Voice**, редакция которого «represents a new approach to Bible translation» [The Voice (VOICE). Publisher: Thomas Nelson, Preface]. Их новизна не связана, однако, с модными словами; напротив, декларируется осознанное решение избегать их: «we have intentionally avoided the tendency to use trendy language¹⁴», отдавая приоритет лексике “that is timeless and enduring”, т. е. неподвластной времени. Как и сама Truth, добавим от себя, безучастная к мирским или политическим озабоченностям. В лингвистическом аспекте концепция примечательна тем, что, акцентируя приоритет устного звучания и художественно-эстетического воздействия текста Библии, она отвергает его разговорность, то есть стилистическую сниженность типичной современной устно-разговорной речи образованного человека. Цель нового перевода формулируется, поэтому, художественно-эстетически: «to capture the beauty and brutal honesty of the Scriptures» [The Voice (VOICE). Publisher: Thomas Nelson, Preface].

В СП слова *факт*, *фактически*, *по факту* отсутствуют. Но слово *факт* трижды введено, например, в ERV-RU: «Посмотрите на **факты**. Если вы уверены в том, что принадлежите Христу, то подумайте еще раз и поймите, что и мы принадлежим Христу, <...>» (2-е Кор. 10:7). «Очевиден тот **факт**, что я не обременил вас, но вы говорите, что <...> я опутал вас хитростью» (2-е Кор. 12:16). «<...> я хочу довести до вашего сведения тот **факт**, что все события, произошедшие со мной, способствовали распространению Благой Вести» (Флп. 1:12).

Таким образом, процесс замены слов *правда* и *истина* словом *факт(ы)* все-таки начался.

Lies и введение fiction

Что касается антонимов *truth – lies* и *fiction*, – то отношение к ним сложнее, хотя их символический вес в языковом сознании современного, как бы просвещенного западного человека неизмеримо вырос. На это указывает сама импликация *post-truth era*, которая стеснительно признает победу в публичной коммуникации *lies*, *lying* (лжи, вранья, фейков) и/или *fiction* (больше в значении *фикции*, чем *художественный вымысел*), хотя все ее участники неизменно рекомендуют себя как поборников правды и истины.

Сложность переводческой реакции на эту пару объясняется, на наш взгляд, сильной омонимией текстоформы *lies*. На уровне лемм за ней скрываются глагол *to lie* (лгать; лежать, про-

¹⁴Слово *language* не должно вводить в заблуждение – здесь это лексика. Так же понимается оно и в “The Development and Use of Gender Language in Contemporary English”, где выявляется частотность употребления около двух десятков слов, в том числе личных местоимений.

стираться; спать с), существительное *lies* (ложь) и причастная форма *lying*. В различных католических и протестантских версиях она представлена довольно противоречиво. Так, в RSVCE обнаружено 132 примера с “lies”¹⁵. В высокочитимой KJV только 56¹⁶, в 21st Century KJV – 58¹⁷, в пуританской NASB их больше – 71¹⁸, а в NTE – Новом завете для «всех и каждого – осталось только 15 вхождений»¹⁹.

В ВЗ это слово семантически гораздо богаче, чем в Новом, где доминируют примеры, поучительные для американских политиков, обвиняющих друг друга во лжи, вроде «... When he *lies*, he speaks in accord with his own nature, for he is a liar and the father of *lies*»²⁰. Они и остались в NTE. В Ветхом же строго регулируется половая жизнь²¹ и потому становится актуальной омонимичная глагольная форма.

Truth, vérité: формы ед. и мн. числа, новые тенденции

Рассмотрим далее, казалось бы, очевидный вопрос с частотностью слов *truth*, *vérité* и их производных форм. В версиях Библии у слов *truth* и *vérité* наблюдается абсолютное доминирование формы ед. числа как в ВЗ, так и НЗ, что вполне соответствует букве и духу Писания. Но дело в том, что в некоторых версиях оно сильно отличается на одном и том же текстовом объеме. Именно этот факт, возникший еще до «провозглашения» post-truth эры, указывает на отличия в переводческих подходах, ставит вопрос, который требует ответа.

Вот данные по шести английским версиям (табл. 1), три из которых могут быть отнесены к классическим; 4-я – Янга – отличается принципиальным буквализмом, а две MEV и NIV подчеркивают свою современность, но по-разному.

MEV, обещая «fresh clarity for Bible readers everywhere with an updated language», заявляет о принадлежности к якобитской традиции перевода, «heralds a new day for Bibles with the most modern translation ever produced in the King James tradition» и уверяет, что новый язык не исказит истину (ед. ч.!) древних текстов «that doesn't compromise the truth of the original texts» (Publisher: Military Bible Association, biblegateway.com). Для MEV истина, как и прежде, одна и одина.

NIV предлагает «a completely original translation». Она исходит из положения, что нужен новый перевод, который выражал бы вечные истины Библии (мн. ч.!) на языке современников. Именно эта ее установка – «for clarity and ease of reading», на наш взгляд иллюзорная, и определила процесс перевода (Publisher: Biblica).

По общему числу употреблений ближе всего друг к другу KJV и Young. В WYC показатель больше, чем в KJV, но за счет Ветхого Завета²². В достаточно консервативной американской NASB и современной, но якобитской, MEV число вхождений уже меньше, чем в 4-х ранних, но между ними двумя значимы расхождения по Ветхому Завету. На фоне остальных в трактовке *truth* резко выделяется NIV, и этот показатель больше говорит о результате и причинах осовременивания, чем теоретические декларации, пусть резкий спад частотности слова *truth* касается только ВЗ. В НЗ расхождений между версиями почти нет: от 109 в KJV до 100 в NASB.

¹⁵ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=lies&version=RSVCE>

¹⁶ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=lies&version=KJV>,

¹⁷ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=lies&version=KJ21>,

¹⁸ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=lies&version=NASB>

¹⁹ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=lies&version=NTE>

²⁰ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=lies&version=NCB>

²¹ «When a man seduces a virgin who is not betrothed, and lies with her, he shall make her his wife <...>». Или «Anyone who lies with an animal shall be put to death. <...>» и «If a man lies with a male as with a woman, <...> the two of them shall be put to death; <...>». Такая «brutal honesty» звучит вызывающе для «авангардной» части западного общества, поскольку пришла в противоречие с его новыми «социальными законами» по всем пунктам, кроме первого.

²² Апокрифы в сопоставление не включены.

Таблица 1

Число вхождений слова *truth* (ед. ч.) в шести англоязычных версиях Библии

Table 1

The number of occurrences of the word <i>truth</i> (sing.) in six English-language versions of the Bible		
KJV: 224	NASB: 186	MEV: 177
Old Testament (115)	OT (86)	OT (75)
New Testament (109)	NT (100)	NT (102)
Young's literal translation (1898): 205	Wycliffe Bible: 258 + (48)	NIV: 137
OT (104)	OT (157)	OT (35)
NT (101)	NT (101)	NT (102)
	Апокрыфа (48)	

Эта статистика дает основание поставить и много других исследовательских вопросов. Почему у Уиклифа *truth* так часто получает формальное выражение в ВЗ, если в буквальном Янга только 104 вхождения? Как повлияло на способы передачи понятия *truth* значительное снижение числа эквивалентов в NASB и MEV? Значит ли это, что их переводческие стратегии одинаковые? Как NIV компенсировала снижение числа контекстов с *truth* до 35 и что она потеряла, обещая сохранить? Почему в НЗ у детской ИСВ число вхождений “truth” подскочило до 291²³? Такой резкий подъем нельзя объяснить ошибкой счета, так как производная лексема *truthful* имеет в ней лишь 10 употреблений и все с именами в ед. ч.

Интересен вопрос и об употреблении форм *truths* и *vérités*. В стандартном английском языке эта форма привычна: существуют термины *God's, gospel, rational, factual, hard, cold truths*, etc. Для переводоведа П. Ньюмарка естественно выражение *fundamental truths of translation*, со следующей детализацией: *factual, aesthetic, allegorical, logical, and linguistic* [Newmark, 2004]²⁴. Заметим, однако, во избежание концептуальных недоразумений, что его фактуальные истины не имеют содержательно ничего общего с фактуальными истинами Х. Арендт. Форма множественного числа встречается и во французском богословском дискурсе. Пастор Gael Eba-Gatse дефинирует, например, три типа *vérités* – позиционные (*positionnelles*), кондициональные (*conditionnelles*) и темпоральные (*temporelles*)²⁵.

Зато в Писании форма *truths* полностью отсутствует: ее нет ни в KJV, ни в MEV, ни в NASB, ни в других цитированных выше «классических» английских и французских переводах. Причем это утверждение верно и для английской лексемы *verity, verities*, являющейся синонимом *truth(s)* и включенной в словники всех толковых словарей.

Отсутствие мн. ч. у этих слов вполне понятно: в самом Писании нет нужды плодить божественные истины – она одна. Аналитик понятия *post-truth era* Ахмед Бузид прекрасно понял это и внес *принципиальную* поправку в базовую концептуализацию С. Фуллера, сказав, что на самом деле тот говорит не о *post-truth*, а о *post-Truth era* [Bouzid, 2022, p. 14]. Эта высокая Истина, с заглавной буквы, западной прессой и даже обществом, уже утеряна. Другие же – «обыденные» – циркулируют, как и прежде, в вечной борьбе с ложью, обманом и заблуждениями.

²³<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=truth+&version=ICB>

²⁴URL: http://www.jostrans.org/issue01/art_newmark.php “... both texts are concerned with the fundamental truths of translation: factual, aesthetic, allegorical truth, logical and linguistic truth”. Говорится, однако, не об истинах, а базовых факторах или компонентах перевода.

²⁵Gael Eba-Gatse. *Jesus est la vérité* // <https://info-bible.org/legrand/1.6.htm>

Форма *truths* была использована ранее дважды в американской версии Дуэ-Реймс 1899 г. (DRA 1899), что, пожалуй, не случайно (ср. Х.Арендт):

Job 13:17 Hear ye my speech, and receive with Sour ears hidden **truths**.

Ps 11:2 Save me, O Lord, for there is now no saint: **truths** are decayed from among the children of men.

Появление форм *truths* в новых версиях Библии стало нарастать постепенно.

В International Standard Version (далее ISV) есть 2 ее вхождения, но в других книгах:

Acts 7:38 This Moses is the one who was in the assembly in the wilderness with the angel who spoke to him on Mount Sinai and to our ancestors. He received living **truths** to give to us.

Hebr 5:12 In fact, though by now you should be teachers, you still need someone to teach you the basic **truths** of God's word.

В ERV "truths" употреблено уже 12 раз: трижды в ВЗ (Ps 25:5 ... teach me your truths; Ps 86:11 I will ... obey your truths; Amos 5:10 ... good, simple truths) и 9 раз в НЗ: secret **truths** (четырежды), Lord's **truths**, spiritual **truths** (дважды); the most important **truths**; **truths** about God; telling everyone these **truths**.

Пять из этих употреблений обнаружено в ICB (с акцентом на his secret truths, проводящих идею "We are the ones God has trusted with his secret truths").

Три есть в NIVUK (1 Tim 3:9 и 4:6), но здесь семантика иная: «... must keep hold of the deep truths of the faith; «...nourished on the truths of the faith and of the good teaching» а также «the elementary truths of God's word» в Hebr 5:12.

Статистика частотности переводческих решений

Информация о числе употреблений исследуемых единиц в ВЗ и НЗ бесспорно значима для анализа функционирования понятий truth/правда/истина в них, но она не является полной для выявления всех статистически релевантных корреляций. Ее нужно дополнять соотношением частотности переводческих решений по одной и той же лексеме во всех доступных версиях Библии, коих на biblegateway.com обнаруживается 63.

Покажем, что дает такой метод, на примере корреляций слова *истина* в Ин 14: 6 из СП: «Иисус сказал ему: Я есть путь и истина и жизнь; никто не приходит к Отцу, как только через Меня» и из Пс 118:138 «Откровения Твои, которые Ты заповедал, – **правда** и совершенная **истина**» (в англ. версиях номер стиха 119:138). В RSV John 14:6 переведен так: «Jesus said to him, "I am the way, and the truth, and the life; no one comes to the Father, but by me».

В корпусе из 63 англоязычных версий сайта biblegateway.com *the truth* фигурирует 61 раз, из которых 9 раз с капитализацией *the Truth*, однако такая высокая регулярность корреляции оказывается обманчивой (см. ниже). При этом она выше, чем у имени Иисус: Jesus (58), Yeshua (3 – в SJB, NOG и TLV), Melech HaMoshiach (1 в OJB). Выше, чем у слова *путь*: way (63, в том числе 9 раз Way) плюс road (Phillips), Road (MSG), path (1). Слову *никто* соответствуют по one (51 раз), no man (7), nobody (1 в NTE).

Такая регулярность передачи оказалась связанной с почти полной независимостью смысла предложения от контекста, тогда как пример с Ps 119:138 обнаруживает сильную дисперсию английских вариантов передачи компонента *истина* в словосочетании *совершенная истина*, равно как и всех остальных элементов этого стиха. Особенно ярко дисперсия проявилась на корреляциях к лексеме *истина*: faithfulness n. (12, в том числе in all faithfulness 9), faithful adj. (12), trustworthy adj. (12), trusty adj. (2), trust v (1) truth (4), true (3), fair adj. (4), perfect adj. (1), reliable adj. (1), completely dependable (1). Здесь доминируют производные от *faith* и *trust*, хотя у *faithfulness* есть 27 синонимов [см. Google translate].

С компонентом «совершенная» коррелируют 10 различных прилагательных и наречий: completely (11), very (10), great (5), greatly (2, но обе в WYC) in all + n. (8, но только в 3 версиях), exceeding (5), fully (3), altogether (2), surpassing (1), absolutely (1). Итого: 48 раз.

В передаче смыслового компонента *откровений* использованы 62 единицы, но формальный эквивалент *revelation* появляется только 1 раз в ед. ч. Самой частой корреляцией является соответствие *testimonies* (27), затем *decrees* (9), *rules* (6), *laws* (3) и *the law* (1), *statutes* (4). *Written instructions* и *teachings* фигурируют по два раза, *instructions*, *witnessings* и *demands* – по одному.

Элементу *правда* соответствуют только производные от *right* и *just*. Преобладает первый: *righteousness* (24, в том числе *in righteousness* 21), *righteous* (21), *rightfulness* (14), *right* (13), and *good* (1), *rightly* (1), *just* (2), *in justice* (1). Всего 77 единиц, что указывает на парафразирования контекста.

Специфическому глаголу *заповедать* в форме *заповедал* и связке-тире соответствуют несколько официально-деловых по своей стилистической окраске временных форм общим числом 51. Преобладают формы *commanded* (25) и *commands* (1, v., 3 sing.). Затем идет *appointed* (11), *have given* (3), *laid down*, *have made*, *have issued* (по 2), *set* (inf.), *have set down*, *have set out*, *impose* inf (по 1). Есть также стилистически возвышенная форма *have ordained* (1).

Еще интересней картина с антонимами лексемы *правда* – *неправда* и *неправосудие*, выявленная на примере Иов 34:10 «Итак послушайте меня, мужи мудрые! Не может быть у Бога *неправда* или у Вседержителя *неправосудие*, ...» по всем англоязычным версиям, представленным на biblegateway.com. Ожидаемое сущ. *lies* отсутствует, а значениям лексемы *неправда* много чаще других соответствуют сущ. *wickedness* (34 раза) и *wicked things* (2 раза), *anything wicked* (4). Концепт *неправосудие* раскрывается в версиях очень часто словами *wrong* (31), *wrongdoing* (2). На ближней периферии довольно часто фигурируют сущ. *evil* (17 раз и словосочетание *evil acts* 1 раз) и сущ. *iniquity* (12 раз с глаголами *commit* или *do*). К единичным относятся *to sin* (3 раза), прил. *sinful* (1 раз = *to do what is sinful*), словосочетания V + N и прочие контекстуальные решения.

Парадоксально, но теоретически ожидаемый антоним *justice* (правда) – *injustice* (неправда) имеет всего 2 употребления, столько же, сколько слово *justice*, включенное в состав отрицательной конструкции. Есть и 3 контекста с прил. *unjust* (дважды *to act unjustly* 2 раза и 1 раз *to be unjust*). С понятием *неправосудие* коррелирует в двух случаях выражение *to subvert justice* (2 раза в MSG) и 1 раз *to do perverseness* в YLT. В WYC *неправде* соответствуют в этом контексте слова *impiety*, *either cruelty*, причем первое есть производное от франц. *piété* (благочестие, набожность).

Таким образом, метод № 3 выявил, что поиском числа корреляций между версиями по слову *truth* в формах ед. и мн. числа или *lies*, *injustice* ограничиваться нельзя. В некоторых контекстах семантика первого передается не прямым соответствием (истина от *aletheia*), а различными аналогами-синонимами. При этом мы можем иметь дело как с закономерной рефракцией контекста в результате разрешения полисемии, так и с *lectures plurielles*, т. е. субъективными интерпретациями переводческой группы ради доступности и легкости восприятия текста. То же касается и понятия *правда* (*dikaiosyne*).

В английской традиции она, в принципе, осознается, что подтверждается, в частности, рассуждением из VOICE:

“<...> how should one translate the Greek noun *dikaiosunē*?²⁶ In one place the word might mean “justice”, in another “righteousness”, in another “equity” or “integrity”, and in another something that is “true” or “right”. One must understand the context in which a word is used <...>. This context is not just semantic but also historical and social”.

Переводной материал статьи показывает, впрочем, что в корреляциях *dikaiosunē* доминируют все-таки слова “righteousness”, “right” и “true”.

²⁶ Орфография приводится по английскому источнику с характерным отличием от русских.

Mensonge и mentir во французских версиях

Поиск по этим единицам дает несколько противоречивые результаты об их частотности, но ясно, что в обследованных версиях (их гораздо меньше, чем английских) это слова ВЗ; в НЗ их совсем мало.

В LSG 21 всего обнаружено 94 употребления слова “mensonge”²⁷ с распределением 83 в ВЗ и 11 в НЗ. Внимание привлекает частотность единицы гораздо более высокая по сравнению с другими книгами²⁸ в Ps (16), Prov (13), Jér (13), Ézé (8), Ésa (7), Os (6).

В AELF обнаружено 101 употребление “mensonge”²⁹. ВЗ – 88; Новый – 13. В ВЗ слово представлено в 18 книгах, но с частотностью 5 и выше только в пяти, причем резко выделяется кн. Иер с 27 контекстами (+ его Послание с 4), далее Иса с 7 и Prov, Ben Sira le Sage, Osée (5). В остальных книгах ВЗ и НЗ по 1–2 случая, за исключением Апокалипсиса, где их 3.

Данные по **mentir** в AELF (<https://www.aelf.org/search>) таковы: ВЗ – 5: Nmb (1), Ben Sira le Sage (2), Isa (1), кн. Jér (1). В НЗ – 0. В Псалтыри – 1.

6 употреблений “mentir” и в ”LSG21”³⁰; они тоже из ВЗ, но их распределение отличается от AELF: Nmb (1), Job (1), Ps (2), Jér (1), Hab (1).

7 вхождений “mentir”³¹ в Nouvelle Edition de Genève (далее, NEG1979), все из ВЗ, но слово введено в Zach 13:4, где говорится о лжепророках (кои оживились и сейчас в информационно-политическом поле post-truth): «<...> les prophètes rougiront de leurs visions Quand ils prophétiseront, Et ils ne revêtiront plus un manteau de poil pour mentir».

В СП эта мысль имеет иной смысловой и стилистический акцент: в нем не пророки, а прорицатели: «<...> устыдятся [а не *покраснеют*, как в NEG1979, а. ф.] такие прорицатели, каждый видения своего, когда будут прорицать, и не будут надевать на себя власяницы, чтобы обманывать»³².

Современная игра в информационном поле, т. е. идея post-truth knowledge game в терминах С. Фуллера, заставляет провести параллель с еще двумя стихами:

Ps 139:20 «Ils parlent de toi d’une manière criminelle, Ils prennent ton nom pour **mentir**, eux, tes ennemis!» В СП ему соответствует 138:20 «Они говорят против Тебя нечестиво; суетное замышляют враги Твои»³³, мысль в котором выражена очень абстрактно, назидательно, в морально-этической перспективе. В примере из NEG1979 она предельно конкретизирована лексически в духе коммуникативной реальности новейшего времени, напоминающей всплеск давней культурной войны между Западом и Востоком (Россией). Вот ее *буквальный* перевод: «Они говорят о тебе преступным образом. Они твои враги и берут твое имя, когда нужно сказать неправду». Столь же назидательно переведен и стих Jér 9:5 «Ils se jouent les uns des autres, Et ne disent point la vérité; Ils exercent leur langue à **mentir**, Ils s’étudient à faire le mal». В СП он гласит: 5 «Каждый обманывает своего друга, и правды не говорят: приучили язык свой говорить ложь, лукавствуют до усталости». В NEG1979 больше обличения, а не осуждения: «Они затеяли хитрую игру друг против друга, и не говорят ни слова правды; они упражняются во лжи, они изучают друг друга лишь затем, чтобы причинить зло».

²⁷<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=mensonge&version=SG21>

²⁸Будьте внимательны: французские названия книг немного отличаются от английских. А. Ф.

²⁹<https://www.aelf.org/search>

³⁰<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=mentir+&version=SG21>

³¹<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=mentir+&version=NEG1979>

³²<https://www.biblegateway.com/passage/?search=Захария+13%3A4&version=RUSV>

NIV не знает слова прорицатели, а также власяница: 4 “On that day every prophet will be ashamed of their prophetic vision. They will not put on a *prophet’s garment of hair* in order to deceive”. <https://www.biblegateway.com/passage/?search=Zac+13%3A4&version=NIV>

³³<https://www.biblegateway.com/passage/?search=Псалтырь+139%3A20&version=RUSV>

Слово *правда* и его производные в Синодальном переводе

Выявить частотность значимых употреблений лексем *правда* и *истина* гораздо сложнее, поскольку программы поиска считают все словоизменительные и производные лексические формы с основами *правд-* и *истин-*. Так, по данным А. Юрганова в Синодальном переводе слово *правда* упоминается 347 раз, из которых на ВЗ приходится 298 случаев (85,9 %), а на Новый 49 (14,1 %) [Юрганов, 2001, с. 2]. Очень вероятно, однако, что им подразумевается не слово *правда*, а все единицы с основой *правд-*, включая прилагательные, наречия, глаголы, причем не только в полнозначном употреблении, но и десемантизированные и фразеологически связанные. Раскроем детали такого предположения.

Мы сопоставили данные поиска по biblegateway и bogoslov.ru, который проводился по падежным формам этих слов (они дают больше информации о связи лексемы с ее контекстуальной семантикой), а не по леммам.

Поиск в СП дает следующую картину (табл. 2)³⁴.

Таблица 2

Число вхождений форм слова *pravda* в Синодальном переводе

Table 2

The number of occurrences of the word *pravda* in the Synodal version

Правда (58)	Правде (58)	Правды (71)	Правду (100)
Old Testament (49)	Old Testament (48)	Old Testament (53)	Old Testament (89)
Пс (13)	Пс (16)	Иов (3)	Быт (3)
Прит (9)	Иса (9)	Пс (15)	Иов (7)
Иса (16)		Прит (6)	Пс (30)
		Иса (15)	Прит (7)
		Иер (4)	Иса (15)
		Иез (3)	Иер (7)
			Иез (6)
New Testament (9)	New Testament (10)	New Testament (18)	New Testament (11)
К Рим (3)	От Ин (3)	2-е Кор (3)	

Всего обнаружено 287 падежных форм, причем форма *правдой* (твор. падеж) не зарегистрирована. Кроме того, выявлено 8 случаев употребления основы *правдив-*, из которых 6 в ВЗ [Ис (1), Прит (4), Мих (1)] и 2 в НЗ [Луки]. Слово *правдивость* не обнаружено.

Связанная со словом тематика доминирует в ВЗ: 239 контекстов (82,6%). Судя по цифрам, в НЗ она периферийна – 48 (16,7%).

По данным поисковика bogoslov.ru, показывающим еще и антонимичные формы (они дополняют библейский дискурс по проблематике правды и праведного поведения примерами анти-, лже- и псевдоправды), в ВЗ СП есть 281 падежная форма слова *правда* и 95 форм слова неправда. В нем чаще других употребляется СФ **правду** (101 раз); затем идут формы **правды** (67), **правда** (60) и **правде** (53).

В НЗ выявлено 49 падежных форм слова *правда* (включая одну форму твор. падежа). Конкретика такова: **правды** – 18 случаев (все род. пад.), **правду** (11), **правде** (10), **правда** (9) и **правдою** (1). Есть также одно прилагательное *правдивый* и одно наречие *правдиво*; найдено также 24 формы слова *неправда*.

³⁴<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=правде&version=RUSV> Что касается данных по книгам, то в таблице оставлены те, где число употреблений 3 и выше.

Изложенное выше позволяет сделать вывод о гораздо большей корреляции данных biblegateway.com и bogoslov.ru и об отсутствии таковой с информацией А. Юрганова, хотя долевое соотношение близкое. Частотность слов с основой *истин-* мы поэтому представим далее только по <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=истину&version=RUSV>

Слово *истина* и его производные в Синодальном переводе

Как и в первом случае, указываются лишь книги с частотностью употреблений единицы 3 и выше, хотя 1–2 случая обнаруживаются во всех книгах ВЗ и НЗ.

Таблица 3

Число вхождений форм слова *истина* в Синодальном переводе

Table 3

The number of occurrences of the word *istina* in the Synodal version

Истину (52)	Истина (34)	Истины (56)	Истине + истинен (58)
Old Testament (30) Пс (13) Прит (4) Иса (6) Дан (3)	Old Testament (26) Пс (21)	Old Testament (21) Пс (9) Иер (3)	Old Testament (25) Кн Судей (3) Пс (9) Ис (5)
New Testament (22) От Ин (7) К Рим (3) 2-е Кор. (4)	New Testament (8) От Ин (5)	New Testament (35) От Ин (6) 1-е Тим (3) 2-е Тим (5) 1-е Ин (5)	New Testament (33) От Ин (10) 2-е Ин (3) 3-е Ин (4)

Всего обнаружено 200 вхождений, из них 102 в ВЗ и 98 в НЗ. Это значит, что тематика истины проводится через текстоформы (ТФ) данной лексемы почти с равной интенсивностью в обеих частях Писания. Информативнее, поэтому, их концентрация по книгам. В ВЗ это тема, прежде всего, Псалтири и пророка Исаии; в НЗ она превалирует у ап. Иоанна и привлекает внимание ап. Павла.

Однако информация будет крайне неполной без учета ТФ с основой *истинн-*, т. е. прилагательных. Таковых biblegateway.com насчитал всего 169, но их распределение по ВЗ и НЗ разительно отличается от ТФ с основой *истин-*.

В ВЗ их всего 30, причем выделяются книги Дан (7) и Иер (6), тогда как еще в 11, включая *Псалтирь*, лишь по 1–2 вхождения: Быт (2), Исх (1), Втор (2), 1-я Цар (1), 3-я Цар (1), 4-я Цар (1), 2-я Пара (2), Иов (2), Пс (2), Иса (2), Иез. (1).

Зато в НЗ найдено 139 употреблений ТФ, и это значит, что тематика истины представлена в нем все-таки гораздо шире, чем в ВЗ. Она концентрируется во всех Евангелиях, но особенно в От Ин (43), Мф (33), тогда как в Мк (16) и Лк (13), в Откр (10) и посланиях 1-е Тим (4), К Евр (4), 1-е Ин (4).

На такое же доминирование этой коммуникативной установки, тесно связанной с риторической организацией текста, указывает статистика из biblegateway.com по наречию *истинно*. Из общего числа 146 употреблений, в ВЗ их всего 24, причем 11 приходится на Дан (6) и Иер (5), более других чувствительных к этой эпистемической модальности. Зато в НЗ 122 контекста с концентрацией в Евангелиях: Ин (40), Мф (33), Мк (16), Лк (13).

В заключение этого пункта добавим цифры по частотности прил. *истинный*. Эта форма употребляется в Писании редко, найдено всего 10 контекстов: 2 в ВЗ и 8 в НЗ. Еще реже встре-

чается его форма *истинная*: 1 раз в ВЗ и 3 раза в НЗ. Форма мн. числа *истинные* единична: в ВЗ ее нет вообще, а в НЗ только два употребления, оба у ап. Иоанна, пророка истинности: Ин (1) и Откр (1).

Тема неправды, ложности, лживости, лжи и обмана в Синодальном переводе

Как было сказано выше, слово *правда* в русском тексте Библии функционирует в паре со своим антонимом *неправда*, что еще более усложняет установление семантических и смысловых корреляций между *truth*, *vérité*, их синонимами и антонимами, с одной стороны, и правдой/истиной, с другой. В семантическое поле неправды входит также несколько синонимов, уточняющих ее контекстуальные смыслы. Это не только существительные *ложь*, *ложность*, *лживость*, *обман*, но и прилагательные *лживый* и *ложный*. В СП не используется, однако, антоним *кривда*, вполне возможный в светском тексте и представляющий собой нечто среднее между истинной правдой и очевидной неправдой³⁵.

Образование от одной основы *ложь* этих двух прилагательных тоже не случайно, а поддерживается различиями между базовыми значениями слов *правда* и *истина*. Прилагательное *ложный* относится к области заключений об истинности тех или иных суждений, научных гипотез, выводов и т. д., но не к их субъекту. Оно часто указывает на заблуждение или ошибку. Прилагательное *лживый* используется в Библии и «в жизни» как обвинение субъекта или его информационного продукта, преднамеренно искажающего правду, манипулирующего фактами действительности или имеющего такие намерения (в ВЗ это лжепророки, в НЗ еще и враги истинной веры Христовой). Именно в его области фактчекинг имеет смысл.

Вот несколько характерных примеров их контекстуального притяжения из ERV³⁶.

3 Цар 22:22 Дух ответил: „Я выйду и буду **лживым** духом в устах всех его пророков. Всё, что скажут пророки, будет **ложью**”. Господь сказал: „Хорошо! Иди и обмани Ахава!”

Иов 13:4 Но вы втроём **невежество** своё прикрыть пытались **ложью**, вы как **лжелекари**, которые вылечить больного неспособны.

Иов 27:4 ... уста мои **неправды** не обронят, язык мой не запяtnает себя **ложью**.

Количественные индикаторы по СП включают информацию о ТФ *ложь*, *лжи*, *ложью* и производных с основой *лжив-*.

Слово «ложь» имеет 60 вхождений, из которых 56 в ВЗ и только 4 в НЗ³⁷. Частотность 3 и выше обнаружена в Иер (15), Пс (13), Иов (5), Прит (5), Иез (5), Иса (3), Осия (3). 4 контекста НЗ распределены по разным книгам.

ТФ «лжи» употреблена 63 раза: 56 в ВЗ и 7 в НЗ³⁸. Частотность 3 и выше в Пс (14), Прит (14), Иса (6), Иер (6), Иов (4). В НЗ слово распределяется случайно по шести книгам.

ТФ «ложью» имеет всего 3 вхождения³⁹ (в Иез 13:22, Осия 11:12, Рим 1:25).

Существенной оказалась частотность производных с основой *лжив-*, включающая ТФ *лживый*, *лживая*, *лживые*, *лживого*, *лживым*, *лживость* и пр.): всего 34 при 31 в ВЗ с концентрацией в Прит (13), Пс (5) Иер (3) и только 3 в НЗ⁴⁰.

³⁵ Впрочем, в критике использование слова *кривда* допускается. Обсуждая смысловую амбивалентность перевода Ис 5:7 в СП, А. С. Десницкий предлагает вариант ее элиминации с помощью лексемы *кривда*: «Ждал правосудия – нашел кровопролитие, вместо правды явилась кривда» [Десницкий, 2015. С. 319]. Декларируемая правда обернулась (часто оборачивается) кривдой – то самое явление, которое сподвигло западное медийное сообщество объявить о наступлении *post-truth* эры. Контекстуально решение по Ис 5:7 удовлетворительно, но если наполнить русские версии словом *кривда*, то взаимоотношения между лексемами *правда* – *кривда* – *неправда* в русской Библии еще больше усложнятся. Ср. знаменитое изречение «Хотели как лучше, получилось как всегда».

³⁶ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=ложью&version=ERV-RU>

³⁷ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=ложь&version=RUSV>

³⁸ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=лжи&version=RUSV>

³⁹ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=ложью&version=RUSV>

⁴⁰ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=лжив&version=RUSV>

В целом ясно, что тематика неправды в ее контекстуальной интерпретации с помощью лексем от корня *ложь-*, *лжив-*, призванная четче обозначить признаки истинной правды, представлена в ВЗ, а не в НЗ, и волнует более других авторов Псалмов и Притч.

Важно, однако, отметить, что в альтернативных переводах Библии на русский язык – имеется в виду ERV – статистика ТФ эволюционирует, что указывает на различия в вербализации одного и того же понятия, но связывать их с большей легкостью восприятия было бы преждевременно. Так, форма *ложью* в их версии ВЗ имеет 11 вхождений (вместо трех)⁴¹ в 8 книгах, а в НЗ только одно (у Иак). При этом новации стилистического или идеографического характера видны и в распределении этой формы по книгам; в одних число контекстов растет, в других снижается: Иер (16), Плач Иер (1), Пс (8), Иез (7), Иса (6), Прит (5), Иов (4), Осия (3), Зах (3). Аналогичное перераспределение появилось в НЗ этой версии со словоформой *лжи*. Общее число употреблений 13 (вместо 7) причем они распределяются по 10 книгам, и лишь в Рим их 3.

Широко представлен и один из антонимов *правды* – идея обмана, передаваемая через глагольные, именные и адъективные формы. Поиск по основе *обман-* выявил 56 единиц⁴² в ВЗ [Иер (10), Плач Иер (1), Иса (5), Быт (4), Прит (4), Кн. Суд (3), 4-я Цар (3) Осия (3), Мих (3)] и гораздо меньше в НЗ – 14 в 10 книгах, т. е. без значимой концентрации.

Крайне интересна, однако, статистика по ERV, указывающая на осознанность интенсивного введения этих же форм в текст и настоятельно требующая дальнейшего исследования в контекстах. Поиск по основе *обман-* выявляет 180 единиц, 120 из которых в ВЗ и 60 в НЗ⁴³.

Частотность три и выше обнаружена для следующих книг ВЗ версии EVR: Прит (17), Иез (9), Псал (8), Иер (7), + Плач Иер (2), Быт (7), 4 Цар (6), Иса (6), Дан (6), 1 Цар (5), Лев (5), Мих (5), Втор (4), 2 Летопись (4), Иов (4), Осия (4), 2 Цар (3), 3 Цар (3), Ис.Н. (3), Мал (3).

В НЗ слова с основой *обман-* появились в Мф (9), Откр (5), Мк (4), Лк (4), Рим (4), 2-е к Кор (4), 1-е к Кор (3), Иак (3), 1-е Ин (3).

Частота употребления лексемы *неправда* в Синодальном переводе

И, наконец, опишем частоту появления в СП формального антонима слова *правда* – *неправда* в различных его текстоформах: *неправда*, *неправды*, *неправду*, *неправде*. Отметим сразу, что формы *неправдой* и *неправдами* не обнаружены. Данные таковы.

Словоформа *неправда*, всего: 18 контекстов = ВЗ (14) с числом 3+ в Иов (5), Иер (3), НЗ (4).

Форма *неправды* встречается 37 раз⁴⁴: 27 в ВЗ и втрое меньше в НЗ – 10. Примеров повышенной концентрации нет: Иез (5), Иов (4), Иса (3) и ни одного в НЗ.

Форма *неправду* имеет в СП частоту чуть ниже: 29 случаев⁴⁵, или 24 + 5 соответственно в ВЗ и НЗ. Повышение концентрации отмечено в Пс (8), Иер (6), Прит (3).

Форма *неправде* очень редкая. В ВЗ ее нет вообще, в НЗ выявлено 4 контекста, причем там она противопоставляется истине.

От Ин 8:46 Кто из вас обличит Меня в **неправде**? Если же Я говорю **истину**, почему вы не верите Мне?

Рим 2:8 ... а тем, которые упорствуют и не покоряются **истине**, но предаются **неправде**, – ярость и гнев.

1-е Кор 13:6 ... не радуется **неправде**, а сорадуется **истине**; ...

Данные bogoslov.ru по этой поисковой позиции несколько отличаются от biblegateway.com

⁴¹ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=ложью&version=ERV-RU>

⁴² <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=обман&version=RUSV>

⁴³ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=обман&version=ERV-RU>

⁴⁴ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=неправды&version=RUSV>

⁴⁵ <https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=неправду&version=RUSV>

В ВЗ форма **неправды** имеет частоту 43; **неправду** – 31, **неправда** – 21, что дает в сумме 95 случаев.

В НЗ всего 24 контекста со следующим распределением: **неправды** 10, **неправду** 5, **неправде** 4, **неправда** 3, **неправдою** 1, **неправдам** 1.

А вот в ERV слово *неправда* с его формами используется очень редко, вероятно, из-за повышенной в ней частотности конкурентных единиц с основой *обман-*. Поиск выявляет 5 случаев⁴⁶ для *неправда*, по одному у *неправды* (Иов 27:4 ... уста мои **неправды** не обронят, язык мой не запятнает себя ложью.) и *неправдой* (Авв. 2:12 Горе тебе, кто строит город на крови и возводит крепкие стены **неправдой!**)⁴⁷, семантика у которых сильно отличается.

В ERV форм *неправде* и *неправдами* нет.

Заключение и выводы

В нынешнем коммуникативном контексте, объявленном постистинностным и постправдивым (*post-truth*, *post-vérité*), библейские понятия *правда* и *истина* (унаследованные от греков понятия *dikaiosyne* и *aletheia* соответственно, давно дискутируемые в светской христианской культуре⁴⁸), не должны исключаться из числа ключевых. Напротив, компаративный анализ версий Библии помогает понять, как различные лингвокультуры вербализовали их через перевод в ходе культурно-исторического развития от Вульгаты, DRV/Chalonnnet, Уиклифа, KJV и церковно-славянского до современных разговорных и детских версий.

В результате уже можно сделать вывод, что в знаковом «диагностическом» выражении современности *post-truth era* концепт TRUTH толкуется крайне узко, как указание на ослабление роли факта в медийной аргументации и нарастания дезинформации в форме креативных фейков на фоне вытеснения рационального мышления «эмоциональным интеллектном». Это и означает перемещение значительной части людей из реального мира в параллельный [Гиренок, 2012]. В версиях же Библии *truth* конкурирует со словами *righteousness*, *righteous*, *justice*, *faithfulness*, а *lies* с *wickedness*, *wicked things*, *wrong*, *wrongdoing*, *evil*, *iniquity* и своими производными лексемами.

Парафразирование создает проблему для перевода цитат из Библии в художественных текстах. Ранее такие цитаты приводились по канонической версии; теперь возникает теоретически обоснованное искушение сделать собственный перевод, так как число версий множится, а выбор нужной сложен.

Перспективной представляется информация о значимом росте или падении употребления лексем в различных версиях. Это не случайность, а явный количественный индикатор концептуального подхода переводческого коллектива. Так, в новые версии стало проникать запретное прежде слово *fact* (в NIVUK и ERV, например). В ERV также очень много по сравнению с другими версиями слов с основой *обман-* (180 единиц, 120 из которых в ВЗ и 60 в НЗ). Отдельные версии стали употреблять мн. число слова *truth*, чего раньше никогда не было. В NIV число контекстов с *truth* упало в ВЗ до 35, а в ICB в переводе НЗ число вхождений “truth” подскочило до 291: оба показателя аномальны. Крайне вариабельна и частотность слова *justice*, от 28 в KJV и KJ21, 37 в ICB до 119 в MEV, 148 в NASB, с «пиком» 398 употреблений в DRA.

Позиция автора состоит в том, что понятия истины и правды в условиях открытого мира неизбежно политизируются, превращаясь в орудие борьбы с ее альтернативными носителями

⁴⁶<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=неправда&version=ERV-RU>

⁴⁷<https://www.biblegateway.com/quicksearch/?quicksearch=неправдой&version=ERV-RU>

⁴⁸См. лингвокультурные толкования в: Знаков В. В. Психология понимания правды. СПб., 1999. Степанян А. Г. Правда и истина // Русская речь, № 2, 1984. С. 142–145. Черников М. В. Концепты ПРАВДА и ИСТИНА в русской культуре: проблема корреляции // Общественные науки и современность. 1999, № 2. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2004/04/03/0000153483/015yERNIKOW.pdf>

и интерпретаторами. Они уже не абстрактно-философские или прикладные морально-нравственные и основополагающие религиозные понятия Ветхого и Нового заветов, а символический капитал, которым должен владеть лишь «самый достойный», т. е. наследник не только Рима, но и божественной истины, их представитель на Земле. Но и в этом пункте противная сторона может с успехом воспользоваться аргументом Ромена Роллана по вопросу о поиске и обладания Истиной. Он отмечен духом верности философской рационалистической традиции: «С теми, кто претендует на [исключительное] обладание Истиной, а не на ее [совместный] поиск, дискуссия становится невозможной [и бессмысленной]⁴⁹».

В условиях современного регулируемого распространения культурных норм, неизбежно предполагающего подавление тех, которые отличаются от них и тем более противостоят им, старый вопрос об истинности отходит на философскую и духовно-нравственную периферию чистого разума, а на смену ей приходит принцип прагматического выбора культурно-политической ориентации через механизм «демократического» волеизъявления, политеймента и инфотеймента. Именно он претендует на место той Истины и Правды, которые рассматривались в качестве бесспорного основания Власти от Бога.

Источники

Ключевые понятия Библии в тексте Нового Завета. Словарь-справочник // Авторы-составители: Кэтрин Барнуэлл, Пол Дэнси, Тони Поп. «БИБЛИЯ ДЛЯ ВСЕХ», Санкт-Петербург, 1996.

AELF – Association Épiscope Liturgique pour les pays Francophones <https://www.aelf.org>

Alliance (ou Société) biblique française. URL : lire.la-bible.net и alliancebiblique.fr

Alliance biblique universelle : lire.la-bible.net

biblegateway.com

bibleonline.ru

bogoslav.orthodoxy.ru

BFC – La Bible en français courant (1997)

CJB – The Complete Jewish Bible

DRA – Douay-Rheims 1899 American Edition

ERV – Easy-to-Read Version Copyright © 2007 by Bible League International

ERV-RU – Easy-to-Read Version Copyright © 2007 by Bible League International

ICB – International Children’s Bible Copyright© 1986, 1988, 1999, 2015 by Thomas Nelson.

LSG – Version Louis Segond

LSG21– Version Segond 21 Copyright © 2007 Société Biblique de Genève ISV – International Standard Version

KJV – King James Version

KJ21 – 21st Century King James Version

MEV – Modern English Version

MSG – The Message Bible

NAS или NASB – New American Standard Bible

NABRE – New American Bible (Revised Edition)

NCB – New Catholic Bible

NEG1979 – Nouvelle Edition de Genève

NOG – Names of God Bible

NRT – New Russian Translation (Новый перевод на русский язык)

NTE – New Testament for Everyone

⁴⁹« La discussion est impossible, avec qui prétend non pas chercher, mais posséder la vérité » (R. Rolland, Petit Robert).

NIVUK – New International Version® Anglicized, NIV® Copyright © 1979, 1984, 2011 by Biblica, Inc.®

Phillips – J.B. Phillips New Testament

OJB – Orthodox Jewish Bible

RSVCE – Revised Standard Version Catholic Edition, copyright © 1965, 1966

TLV – Tree of Life Bible

WYC – Wycliffe Bible

YLT – Young’s Literal Translation

Принятые сокращения названий библейских книг интуитивно понятны и доступны в приведенной ниже монографии А. С. Десницкого, с. 424–427.

Список литературы

- Гиренок Ф. И.** Параллельный мир: асоциальность социальных сетей / В сб. Ценности и коммуникация в современном обществе: под ред. С. В. Клягина, О. Д. Шипуновой. СПб., 2012. С. 38–42.
- Десницкий А. С.** Современный библейский перевод: теория и методология. М.: Изд-во ПСТГУ, 2015. 432 с.
- Знаков В. В.** Психология понимания правды. СПб., 1999. 279 с.
- История и значение синодального перевода Библии. *Митрополит Волоколамский Иларион (Алфеев)*. URL: Патриархия.ru <https://hilarion.ru/subreport/istoriya-i-znachenie-sinodalnogo-perevoda-biblii.html>
- Мецгер Брюс М.** Текстология Нового Завета / Пер. с англ. Я. С. Кузнецов, Д. В. Дмитриев, О. Ю. Самарин; науч. ред. игумен Иннокентий (Павлов). М., 1996. 304 с. (in Russ.)
- Миньяр-Белоручев Р. К.** Последовательный перевод. М.: Минобороны СССР, 1969.
- Проскурин С. Г.** К вопросу перевода Библии на народные языки Европы: английская традиция // Критика и семиотика. 2014. Вып. 2. С. 247–253.
- Степанян А. Г.** Правда и истина // Русская речь. 1984. № 2. С. 142–145
- Сухих Д. А., Горшкова В. Е.** Конфликт комического и рационального в кинодиалогах метражных фильмов // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. Т. 20, вып. 1. С. 37–48. URL: <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2022-20-1-37-48>
- Топоров В. Н.** Этимологические параллели (славяно-италийские языки) // Краткие сообщения. Институт славяноведения. М., 1958. Т. 25. С. 74–88.
- Успенский Б. А.** Краткий очерк истории русского литературного языка (XI–XIX вв.). М.: Гнозис, 1994. 239 с.
- Фефелов А. Ф.** Оценка ожидаемой длины переводного текста // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. Т. 3, вып. 1, С. 96–104.
- Черников М. В.** Концепты ПРАВДА и ИСТИНА в русской культуре: проблема корреляции // Общественные науки и современность. 1999. № 2. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2004/04/03/0000153483/015yERNIKOW.pdf>
- Шатин Ю. В.** Риторика публицистического дискурса: между правдой и ложью // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2012. Т. 11, вып. 6: Журналистика. С. 95–98.
- Шатин Ю. В.** Постправда как риторический феномен в современном медиапространстве // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. Т. 19, № 6: Журналистика. С. 250–257. DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-250-257
- Юрганов А.** Вера христианская и правда. URL: http://ecc.ru/XXI/RUS_21/ARXIV/1997/Yurganov_11_199; <https://litresp.ru/chitat/ru/Ю/yurganov-andrej-ljvovich/kategorii-russkoj-srednevekovoj-kuljturi/3>

- Arendt, Hannah. Judgement and Validity: In: Stanford Encyclopedia of Philosophy. URL: <https://plato.stanford.edu/entries/arendt/> (дата обращения: 03.02.2023).
- Bouzid A.** “‘Post-Truth’: The Only Path Forward.” // *Social Epistemology Review and Reply Collective*. 2022. Vol. 11 (10). P. 14–19.
- The Development and Use of Gender Language in Contemporary English – A Corpus Linguistic Analysis. URL: <https://s35422.pcdn.co/wp-content/uploads/2015/02/Collins-Report-Final.pdf>
- Fuller St.** Post-Truth: Knowledge As a Power Game. London: Anthem, 2018. 207 p.
- Gael Eba-Gatse.** Jesus est la vérité. URL: <https://info-bible.org/legrand/1.6.htm>
- Martin B.** What’s the Fuss about Post-Truth?” *Social Epistemology Review and Reply Collective*. 2019. Vol. 8 (10). P. 155166. URL: <https://wp.me/p1Bfg0-4Cw>
- Metzger, Bruce M.** The Text of the New Testament / Its Transmission, Corruption, and Restoration. 3rd, Enlarged Ed. Oxford, Oxford University Press, 1992. 304 p.
- Newmark P.** Non-literary in the Light of Literary Translation // Iss. 01 – Jan. 2004. URL: http://www.jostrans.org/issue01/art_newmark.php
- Nida Eugene A.** A New Concept of Translation / From “The Theory and Practice of Translation” // Helps for Translators prepared under the auspices of the United Bible Societies. 1982. Vol. VIII. Chapter One.

References

- Arendt H.** Judgement and Validity: In: Stanford Encyclopedia of Philosophy. URL: <https://plato.stanford.edu/entries/arendt/> (дата обращения 03.02.2023)
- Bouzid A.** “‘Post-Truth’: The Only Path Forward.” *Social Epistemology Review and Reply Collective* 11 (10), 2022. P. 14–19.
- Chernikov M. V.** Concepts of PRAVDA and ISTINA in Russian culture: the issues of correlation. *Obshchestvenny`e nauki i sovremennost`*, 1999, № 2. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2004/04/03/0000153483/015yERNIKOW.pdf> (In Russ.)
- Desnitckii` A. S.** The Bible translation in our day. Moscow, Izd-vo PSTGU, 2015, 432 p. (in Russ.)
- The Development and Use of Gender Language in Contemporary English – A Corpus Linguistic Analysis. URL: <https://s35422.pcdn.co/wp-content/uploads/2015/02/Collins-Report-Final.pdf>
- Fuller S.** Post-Truth: Knowledge As a Power Game. London, Anthem, 2018, 207 p.
- Gael Eba-Gatse.** Jesus est la vérité. URL: <https://info-bible.org/legrand/1.6.htm>
- Girenok F. I.** Parallel world: asociality of social networks. In: Values and Communication in Modern Society; Eds. S. V. Klyagin, O. D. Shipunova; Chpt. 1. St. Petersburg, 2012, pp. 38–42. (in Russ.)
- Ilarion (Alfeev),** Metropolitan of Volokolamsk, Russia. History and significance of the Russian Synodal Bible Translation. *Source: Patriarhiia.ru* (in Russ.)
- Martin B.** “What’s the Fuss about Post-Truth?” In: *Social Epistemology Review and Reply Collective*, 2019. 8 (10), p.155–166. <https://wp.me/p1Bfg0-4Cw>
- Metzger, Bruce M.** The Text of the New Testament / Its Transmission, Corruption, and Restoration. 3rd, Enlarged Edition. oxford university press. oxford, 1992. 304 p.
- Miniar-Beloruhev R. K.** Consecutive translation. Moscow, 1969, 288 p.
- Newmark P.** Non-literary in the Light of Literary Translation. Jan 2004. Iss. 01. URL: http://www.jostrans.org/issue01/art_newmark.php
- Nida Eugene A.** A New Concept of Translation / From «The Theory and Practice of Translation». *Helps for Translators prepared under the auspices of the United Bible Societies*, 1982, vol. VIII, Chapter One.
- Proskurin S. G.** To the question of Bible translation into vernacular languages of Europe: the English tradition. *Kritika i semiotica*, 2014, no. 2, pp. 247–253. (in Russ.)
- Shatin Yu. V.** Rhetoric of journalistic discourse: between truth and lies. *NSU Vestnik. Series: History. Philology*, 2012, vol. 11(6): Journalism, pp. 95–98. (in Russ.)

- Shatin Yu. V.** Post-Truth as a rhetorical phenomenon in the modern media]. *NSU Vestnik. Series: History. Philology*, 2020, vol. 19(6): Journalism, pp. 250–257. DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6- 250-257 (In Russ.)
- Stepanian A. G.** Justice and Truth. *Russkaia rech'*, 1984, № 2, pp. 142–145. (in Russ.)
- Sukhikh D. A., Gorshkova V. E.** The Conflict of the Comical and the Rational in Short-Short Film Dialogues. *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2022, iss. 1, pp. 37–48. (in Russ.) URL: <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2022-20-1-37-48>
- Toporov V. N.** Etymological parallels (Slavic-Italian languages). Brief communications. Institute of Slavic Studies. Moscow, 1958, vol. 25. pp. 74–88. (in Russ.)
- Uspensky B. A.** A brief history of the Russian standard language (XI–XIX centuries). Moscow, Gnozis publ., 1994, 239 p. (in Russ.)
- Znakov V. V.** Psychology of understanding the truth. Saint Petersburg, 1999, 279 p. (in Russ.)
- Yurganov A. L.** (1999) *Vera khristianskaia i pravda* [Christian faith and justice]. URL: http://ecc.ru/XXI/RUS_21/ARXIV/1997/Yurganov_11_199...
<https://litresp.ru/chitat/ru/Ю/yurganov-andrej-ljvovich/kategorii-russkoj-srednevekovej-kuljturi/3> (in Russ.)

Информация об авторе

Фефелов Анатолий Федорович, кандидат филологических наук, доцент
SPIN 6759-3782

Information about the Author

Anatoli F. Fefelov, Candidate of Sciences (Linguistics), Associate Professor
SPIN 6759-3782

*Статья поступила в редакцию 04.11.2023;
одобрена после рецензирования 16.11.2023; принята к публикации 17.01.2024*
*The article was submitted 04.11.2023;
approved after reviewing 16.11.2023; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 81'25:06.053.56

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-87-104

Присутствие в «месте, которого нет»: о когнитивных и психологических механизмах удаленного устного перевода

Екатерина Сергеевна Краснопеева

Челябинский государственный университет
Челябинск, Россия

krasnopееva@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3503-1849>

Аннотация

В статье представлен аналитический обзор подходов к трактовке понятия присутствия в исследованиях удаленного конференц-перевода и перевода в социальных ситуациях. Отбор научной литературы выполнен по ключевым словам на английском языке в базе данных Scopus. Приводится краткая характеристика существующих теоретических концепций и моделей присутствия как комплексной категории, направленной на интерпретацию пользовательского опыта восприятия пространства и взаимодействия с другими агентами в техногенной среде. Обзор показывает, что исследователи перевода опираются на ключевые концепции опосредованного телеприсутствия, при этом единый подход к определению этого феномена отсутствует. Присутствие понимается одновременно и как ощущение, и как факт технологической опосредованности перевода (виртуальное присутствие); зачастую не проводятся различия между социальным и пространственным присутствием; присутствие рассматривается в одном ряду с понятиями погружения, вовлеченности, потока, когнитивного поглощения. Также в научном переводческом дискурсе сформировалась узкая инструментальная трактовка: присутствие противопоставляется состояниям и/или ситуациям, в которых переводчик испытывает ощущения изоляции, отчужденности, оторванности, непричастности к происходящему на экране, не может почувствовать интенции коммуникантов и ощутить себя в той среде, где происходит коммуникация. С одной стороны, такой взгляд важен с точки зрения целей и задач исследований удаленного перевода и в целом не противоречит теоретическим концепциям присутствия. С другой стороны, он зачастую оставляет в тени широкий объяснительный потенциал моделей присутствия, учитывающих влияние факта технологической опосредованности на такие важные для речевой деятельности переводчика механизмы, как внимание, память, воображение, пространственное мышление, вероятностное прогнозирование. Наиболее целостный подход к феномену присутствия можно найти в программных работах П. Музуракиса и Б. Мозер-Мерсер, а также в недавних прикладных исследованиях. В перспективе интерес представляет интеграция когнитивных моделей перевода и моделей присутствия в неиммерсивных виртуальных средах для интерпретации результатов эмпирических исследований удаленного перевода.

Ключевые слова

переводоведение, присутствие, технологически опосредованная межъязыковая коммуникация, удаленный перевод, устный перевод

Финансирование

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-10218, <https://rscf.ru/project/23-28-10218/> и Челябинской области в Челябинском государственном университете.

Для цитирования

Краснопеева Е. С. Присутствие в «месте, которого нет»: о когнитивных и психологических механизмах удаленного устного перевода // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 87–104. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-87-104

© Краснопеева Е. С., 2024

Presence in “No-Place”: On the Nature of Cognitive and Psychological Aspects of Remote Interpreting

Ekaterina S. Krasnopeyeva

Chelyabinsk State University
Chelyabinsk, Russian Federation

krasnopeyeva@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3503-1849>

Abstract

This article presents a review of the concept of presence in technology-mediated interpreting research. It briefly considers a theoretical framework behind presence as a multidimensional category that deals with the integrated nature of spatial and social experience in mediated environments. The review encompasses twelve English-language articles identified through keyword search in the Scopus database, covering studies of remote interpreting scenarios in both community and conference settings. A closer look at the presence definitions brought together in this review shows that although interpreting researchers draw on the theoretical considerations from Telepresence Studies, there is no unified approach to defining presence. In interpreting research, the term ‘presence’ can refer to both interpreters’ subjective experience and the fact of technological mediation (virtual presence opposed to physical presence of an interpreter in the room). Lack of presence experienced by an interpreter is also referred to as alienation, isolation, detachment, feeling of distance, lack of involvement, and difficulty grasping the intentions of the speakers. While interpreting scholars ultimately aim to mitigate psychological discomfort caused by remoteness, they rarely specifically document interpreters’ presence experience. Therefore, in their framework, presence often overlaps with the concepts of immersion, involvement, cognitive absorption, and flow. The distinction between social and spatial presence phenomena is often disregarded. Thus, presence serves as an instrumental label, a causal factor in the assessment of interpreters’ psychological wellbeing and their attitude to the new workplace configuration. While this does not go against the general understanding of presence as a subjective experience conjured by media exposure, this approach does not fully utilize the broad explanatory power of the models of presence that take into account the influence of mediation on such key interpreting mechanisms as attention allocation, cognition, memory, imagination, spatial orientation, and anticipation. In this regard, a more comprehensive treatment of presence can be found in the foundational papers by P. Mouzourakis and B. Moser-Mercer, as well as in more recent applied studies of cloud-based RSI. Integrating process models of interpretation and presence may offer a more holistic perspective for future remote interpreting research.

Keywords

translation studies; interpreting; technology mediated multilingual communication; remote interpreting; presence

Funding

This study was funded by the Russian Science Foundation, Grant № 23-28-10218, <https://rscf.ru/en/project/23-28-10218/>, and the Chelyabinsk Region of the Russian Federation, and carried out at Chelyabinsk State University.

For citation

Krasnopeyeva E. S. Presence in “no-place”: on the nature of cognitive and psychological aspects of remote interpreting. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 87-104. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-87-104

Введение

Удаленный перевод – это такая разновидность дистанционного устного перевода, при которой переводчик не находится в одном физическом пространстве с участниками коммуникативной ситуации и выполняет профессиональные задачи с применением телекоммуникационных технологий. Как отмечает Ф. Пёххакер, на сегодняшний день в индустрии закрепились три ключевых сценария удаленного перевода [Pöchhacker, 2022, p. 153–154] (здесь и далее перевод наш. – Е. К.):

1) синхронный перевод очных мероприятий, при котором в кабину (удаленную или «виртуальную») кабину RSI-платформы¹ [Saeed et al., 2022]) передается аудио и видео из помещения, где проводится мероприятие, участники на месте имеют возможность слушать перевод, видеозображение переводчика им недоступно;

¹От англ. remote simultaneous interpreting – удаленный синхронный перевод.

2) синхронный перевод онлайн-мероприятий, при котором используется инфраструктура RSI-платформы, переводчику доступно видео участников мероприятия, участники имеют возможность подключиться к аудиоканалу с переводом, видеоизображение переводчика им также недоступно (за редкими исключениями);

3) двусторонний последовательный абзацно-фразовый перевод онлайн-мероприятий в режиме видеоконференции, при котором все стороны имеют доступ к аудио и видео друг друга.

В качестве источника аудиовизуальной информации для переводчика в данных конфигурациях предстает виртуальная неиммерсивная среда, которая создается посредством гарнитуры, мониторов и соответствующих программных продуктов. Несмотря на то что перечисленные сценарии обнаруживают отличия как с точки зрения переводческих задач, так и с точки зрения технологического обеспечения, при работе в каждом из них переводчики указывают на особое состояние, которое сложно поддается описанию [Moser-Mercer, 2005a]: чаще всего его характеризуют как ощущение изоляции, отчужденности, отстраненности, непричастности к происходящему на экране, невозможности «прочувствовать» интенции коммуникантов и ощутить себя в той среде, где происходит коммуникация (*isolation, detachment, alienation, remoteness, distance, lack of participation*). На ранних этапах исследований природу подобных переживаний, а также повышенную утомляемость и когнитивную нагрузку связывали с несовершенством технологий и априори негативной установкой переводчиков по отношению к работе в новых условиях. Однако ни появление более сложных технологических решений, ни постепенное изменение взглядов переводчиков не привели к полному исчезновению психологического дискомфорта при удаленном переводе [Mouzourakis, 2003].

За период пандемии многие специалисты успели адаптироваться к работе в дистанционном режиме, а заказчики – оценить его гибкость и коммерческую привлекательность. Тем не менее и сегодня использование удаленного перевода остается неуместным в широком круге ситуаций, поскольку у сторон не всегда есть возможность обеспечить должное оборудование, высокое качество аудио- и видеoinформации, а также в достаточной мере информировать всех участников общения об особенностях работы с переводчиком удаленно – в совокупности эти факторы могут приводить к высоким репутационным и производственным рискам.

Нетрудно предположить, что с развитием цифровых технологий набор сценариев дистанционного перевода неизбежно расширится [Skinner et al., 2018]. Именно поэтому поиск инструментов для изучения технологически опосредованной коммуникации и выявления способов информационной и психологической поддержки переводчика [Saeed et al., 2022] остается актуальной проблемой.

П. Музуракис подчеркивает, что для создания оптимальных условий труда переводчика необходимо уделить внимание когнитивно-эргономическим и психологическим аспектам удаленного перевода [Mouzourakis, 2006, p. 56]. В ряде исследований в качестве необходимого условия для успешного осуществления переводческой деятельности в дистанционном режиме рассматривается психологическое состояние присутствия (*presence*): по словам Р. Скиннера, Дж. Напьер и С. Браун, «присутствие, очевидно, является важным фактором в ситуации, когда процесс перевода опосредован аудиовизуальными технологиями» [Skinner et al., 2018, p. 20], при этом дискуссионным остается вопрос о влиянии этого ощущения на способность переводчика выполнять профессиональные задачи [Ibid., p. 21].

В данной статье мы ставим цель выявить роль категории присутствия в исследованиях удаленного перевода. Для этого мы представляем краткий обзор существующих позиций в научном направлении Presence Studies, а также на основе выборки релевантных исследований удаленного перевода в базе данных Scopus обсуждаем подходы к трактовке присутствия и ряд факторов, потенциально оказывающих влияние на опыт присутствия и когнитивные и психологические механизмы перевода.

1. Понятие присутствия

Феномен присутствия более тридцати лет изучается с позиций целого ряда дисциплин – от психологии, когнитивистики и теории коммуникации до философии, медицины и инженерных наук [Biocca, 2015, p. 1]. На сегодняшний день сформирован широкий круг теоретических концепций, выделяющих различные аспекты, компоненты и факторы присутствия (см. обзоры в [Авербух, 2022; Biocca, 2015; Felton, Jackson, 2022; Hartmann et al., 2015; Lee, 2004; Lombard, Ditton, 1997; Lombard, Jones, 2015]).

Среди наиболее известных дефиниций присутствия – «иллюзия непосредственности» (*illusion of non-mediation*) М. Ломбарда и Т. Диттона [Lombard, Ditton, 1997; Lombard, Jones, 2015, p. 14]. По логике данного определения, условием для формирования ощущения присутствия является наличие медиа – (технологических) средств, опосредующих взаимодействие. Теории присутствия применяются для описания ощущений, возникающих при просмотре кино или чтении книги [Wirth et al., 2007], а также для интерпретации уникальных переживаний при взаимодействии с виртуальной реальностью, которая создается с помощью специальных очков или CAVE-систем, способных полностью заменить стимулы реальной среды [Авербух, 2022]. Существует и более широкий взгляд на природу присутствия как механизма, не зависящего от использования каких-либо стимулов и лежащего в основе механизмов восприятия, интенциональности и действия [Riva et al., 2015]. Соответственно, важным требованием в современных исследованиях присутствия является прозрачность используемых теоретических оснований [Lombard, Jones, 2015, p. 29].

Одно из ключевых концептуальных разграничений, которое рекомендуют учитывать при обращении к категории присутствия – это разделение пространственного (*spatial presence*) и социального присутствия (*social presence*)² [Lombard, Jones, 2015; Felton, Jackson, 2022]. В исследованиях первого акцент делается на опыте восприятия пространства, при изучении второго – на опыте взаимодействия с иными агентами, которые могут быть одушевленными или восприниматься таковыми. При этом категории пространственного и социального присутствия не являются взаимоисключающими и могут изучаться параллельно [Lombard, Jones, 2015, p. 29].

Концепция пространственного присутствия – «ощущения или иллюзии нахождения в среде, создаваемой посредством технологий» – восходит к категории телеприсутствия (*telepresence*), предложенной М. Минским для описания состояния оператора оборудования, дистанционно выполняющего работы и ощущающего свое присутствие «там» (*that sense of “being there”*), на месте выполнения работ [Hartmann et al., 2015, p. 116]. В. Вирт и коллеги, развивая эту идею, предлагают модель, в соответствии с которой пространственное присутствие имеет два измерения [Ibid, p. 125–126; Wirth et al., 2007]: ощущение собственного места в пространстве (*self-location*), а также восприятие возможности действовать в данном пространстве (*possible action*). Формирование ощущения присутствия происходит в два этапа. На первом этапе формируется пространственная модель ситуации (*spatial situation model*) или пространственный гештальт [Hartmann et al., 2015, p. 123]. На этом этапе задействован механизм внимания, с его свойствами распределения и избирательности. Происходит восприятие и интерпретация стимульной информации, ее соотнесение с имеющимися в памяти пространственными сценариями. Влияние на эти процессы оказывают 1) технологические факторы (*media factors*) – наличие пространственных «подказок» и их согласованность; а также 2) персонологические факторы (*user characteristics, personological factors*), включающие особенности мышления, в том числе пространственного, и воображения, которое способно компенсировать недостаток информации о пространстве. На втором этапе происходит борьба между стимулами реальной

²Также в ряде исследований в качестве отдельной категории выделяется личностное или я-присутствие (*self-presence*) как состояние, при котором репрезентация (например, аватар) в виртуальном пространстве воспринимается пользователем как часть себя [Lee, 2004, p. 46]. В данной работе этот вид присутствия подробно не освещается.

действительности и виртуальной среды, в результате чего происходит проверка и закрепление гипотезы о собственном месте в пространстве. На этом этапе также оказывают влияние 1) технологические, 2) психофизиологические и 3) деятельностные факторы (*user actions, activity factors*). Например, принятию гипотезы о нахождении в виртуальной среде будет способствовать иммерсивность медиа (с такими характеристиками, как реализм и интерактивность). При взаимодействии с неиммерсивными средами для закрепления устойчивой гипотезы решающими будут такие психологические состояния пользователя, как вовлеченность (*involvement*), в том числе эмоциональная [Wirth et al., 2012], поглощение (*trait absorption*), а также приостановка или подавление неверия (*suspension of disbelief*).

Социальное присутствие (*social presence*) определяют как один из типов присутствия или его компонент. В ряде исследований, в том числе исследований устного перевода, социальное присутствие понимается как непосредственно физическое присутствие другого (*presence of the other*) или убеждение в присутствии другого, которое влияет на мышление и поведение человека [Вюсса, 2003]. По [Вюсса et al., 2001], социальное присутствие имеет три измерения: 1) со-присутствие (осознание, в том числе взаимное, присутствия другого); 2) психологическая вовлеченность (концентрация внимания на другом, эмпатия, понимание интенций, мотивации, мыслей собеседника); 3) включенность в деятельность (*behavioral engagement*) (осознание того, что действия осуществляются совместно, есть взаимная реакция на действия друг друга). В ряде подходов социальное присутствие определяется как ощущение нахождения с другим в одном пространстве, что роднит концепции пространственного и социального присутствия [Вюсса, 2003]. Как и присутствие пространственное, мы рассматриваем социальное присутствие как субъективное ощущение, связанное с технологической опосредованностью коммуникации.

Практическая значимость исследований присутствия строится на допущении, что переживание данного опыта влияет на эффективность взаимодействия с виртуальной средой, и, соответственно, может отражаться на эффективности выполнения в ней профессиональных и иных задач. Определение факторов возникновения ощущения присутствия имеет особое прикладное значение в медицине (хирургии и практике психотерапии), в видеоигровой индустрии, в сфере управления коллективным взаимодействием в коммуникативных средах, в сфере образования при использовании систем виртуальной реальности для освоения различных профессиональных задач [Wirth et al., 2007, p. 495], а также, как показал приводимый ниже обзор, в индустрии перевода. Рассмотрим, на какие определения присутствия опираются переводоведы, и какую роль играет эта категория при трактовке свойств удаленного перевода.

2. Присутствие в исследованиях удаленного устного перевода

2.1. Материал и методы исследования

Для проведения обзора мы обратились к выборке библиографических данных научных публикаций на английском языке, отобранных по запросу «TITLE-ABS-KEY ((interpreter OR interpreting) W/10 (remote OR video OR *phone OR distan* OR vri OR rsi OR vci))» от 10.10.2022 г. в базе данных Scopus. Поисковая выдача составила 868 публикаций, из которых отобрана коллекция из 143 релевантных работ, раскрывающих различные аспекты удаленного синхронного перевода, перевода с применением технологии видеосвязи и перевода телефонных переговоров. Распределение этих публикаций по времени выхода (рис. 1) позволяет говорить о повышении интереса к проблемам дистанционного перевода в последние годы.

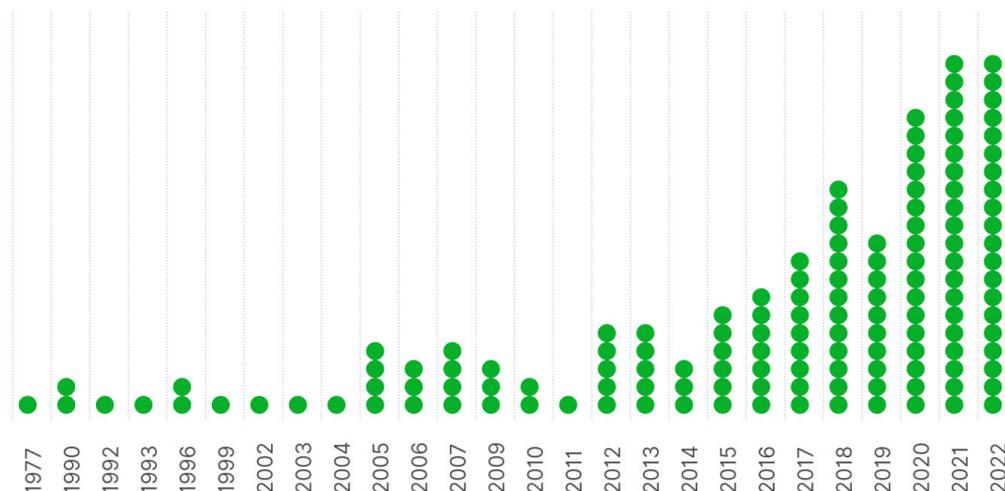


Рис. 1. Распределение публикаций в коллекции по годам³

Fig. 1. Distribution of papers in the collection according to years of publication

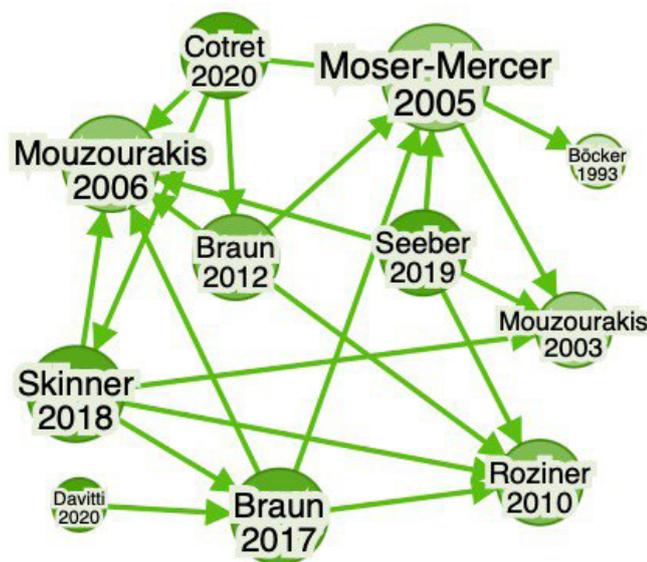


Рис. 2. Карта связей публикаций в выборке

Fig. 2. Map of citation relationships in the sample

В аннотациях, ключевых словах и заголовках статей в коллекции выполнен поиск термина *presen** (*presence, present*), в результате чего выделена выборка из девяти⁴ значимых публикаций. На основе данных о цитируемости этого списка статей с помощью инструментов плат-

³Иллюстрация создана в программе Scimago Graphica (<https://www.graphica.app/>).

⁴Одна публикация, отвечающая критериям поиска, исключена из обзора, поскольку она посвящена использованию иммерсивных технологий виртуальной реальности как инструмента для тренировки навыков устных переводчиков [Braun et al., 2020]. Большая же часть рассмотренных работ строится на допущении формирования ощущения присутствия в условиях неиммерсивной виртуальной среды, создаваемой с помощью традиционных средств вывода информации, чаще – монитора и гарнитуры. Рассмотрение влияния иммерсивных сред на процесс устного перевода, на наш взгляд, требует отдельного исследования.

формы Research Rabbit AI (<https://www.researchrabbitapp.com/>) создана «карта»⁵ публикаций (рис. 2), а также выявлены еще четыре релевантные публикации, упоминаемые в библиографических списках выборки. В итоге рассмотрены полные тексты 12 авторитетных публикаций по исследуемой тематике, представленные в таблице п. 2.2.

В качестве ограничения обзора следует назвать использование данных только базы Scopus, поскольку обсуждение опыта присутствия в теории перевода, вероятно, не сводится к указанному списку работ на английском языке. Тем не менее, на наш взгляд, полученная выборка позволяет в систематическом ключе проследить динамику обращения к теоретическим трактовкам присутствия в зарубежном переводоведении.

2.2. Ключевые трактовки присутствия и особенности их применения в исследованиях удаленного перевода

Перед тем как начать рассуждение об определениях феномена присутствия, которые используют исследователи удаленного перевода, отметим, что описание субъективного ощущения присутствия переводчика не является целью рассматриваемых работ. Категория присутствия предстает в них в качестве одного из инструментов для решения прикладных задач, которые трансформируются со временем: от определения принципиальной возможности удаленного перевода к поиску отличий между контактными и удаленным переводом, к оптимизации пользовательского опыта переводчика и выявлению средств поддержки удаленной работы. Именно поэтому интересно проследить, каким образом на протяжении тридцати лет меняется роль присутствия как составляющей теоретико-методологического аппарата исследований.

Определения присутствия в исследованиях удаленного устного перевода

Definitions of Presence in Remote Interpreting Studies

№	Публикация и вид исследования	Определение и/или роль феномена присутствия в исследовании	Тип присутствия и источник определения
1	2	3	4
<i>Удаленный синхронный перевод (конференц-перевод)</i>			
1	[Böcker, Anderson, 1993, p. 236] Эксперимент	Социальное присутствие как ощущение нахождения в одной комнате с собеседником (“feeling of being in the same room with the interlocutor”)	Социальное [Short et al., 1976]
2	[Mouzourakis, 2003] Теоретико-методологическое	Ощущение нахождения «там», ощущение непосредственности взаимодействия (“sense of ‘being there’, of presence, or the ‘perceptual illusion of nonmediation’ within that virtual environment”)	Пространственное [Lombard, Ditton, 1997]

⁵На карте не отображена публикация [Saeed et al., 2022], поскольку данные о библиографическом списке статьи недоступны на платформе Research Rabbit AI. Отметим, что М. А. Саид и коллеги также ссылаются на следующие работы в выборке: [Mouzourakis, 2006; Moser-Mercer, 2005; Roziner, Shlesinger, 2010; Seeber et al., 2019].

Продолжение табл.

1	2	3	4
3	[Moser-Mercer, 2005, p. 729] Теоретико-методологическое, метаанализ	Субъективный опыт нахождения в месте или среде, в которой физически не присутствуешь (“subjective experience of being in one place or environment, even when one is physically situated in another”)	Пространственное [Witmer, Singer 1998]
4	[Mouzourakis, 2006, p. 56–58] Теоретико-методологическое	Ощущение нахождения «там», в виртуальном пространстве; отсутствие отчужденности (“sense of ‘being there’, or (self-) presence within that virtual environment ... presence (or the absence of alienation”))	Пространственное* [Mouzourakis, 2003]
5	[Roziner, Shlesinger, 2010, p. 217] Эмпирическое	Присутствие как ощущение «нахождения там»; фактор в экспериментальном исследовании, наряду с факторами мотивации и социальной изоляции (“the role of human factors – including motivation, the effects of social isolation and the psychological role of presence (of “being there”) in a mediated environment”)	Пространственное [Moser-Mercer, 2003]
6	[Seeber et al., 2019, p. 295] Эмпирическое	Присутствие как ощущение «физического нахождения в конференц-зале», ощущение «нахождения там», в качестве смежных понятий приводятся ощущения потока, погружения и когнитивного поглощения (“the participants’ feeling of ‘being there’, also known as ‘flow’, ‘cognitive absorption’ or ‘immersion’ in the psychology of videogames”)	Пространственное* [Mouzourakis, 2006]
7	[Saeed et al., 2022, p. 218-219] Теоретико-методологическое, эмпирическое	Присутствие как способность виртуальной среды вызывать ощущение нахождения в этой среде / вместе с кем-то; способность психологически перенести пользователя в искусственное пространство. Разграничиваются виртуальное присутствие и телеприсутствие. (“Presence ... as the ability of a virtual environment to induce feelings of being present/together; “a psychological state in which the virtuality of experience is unnoticed” “social presence in virtual worlds as the ability “to psychologically transport the user to an artificial environment during the experience”)	Пространственное [Lee, 2004]; социальное [Franceschi et al., 2009] и др.
<i>Удаленный последовательный перевод (в социальных ситуациях)</i>			
8	[Braun, 2012] Обзор эмпирических исследований	Сложность установления раппорта приводит к ощущению снижения «социального присутствия» (“...Short et al. have postulated that the rapport between the interlocutors in a VC is usually weaker than in traditional face-to-face communication, leading to a feeling of reduced ‘social presence’”)	Социальное [Short et al., 1976]

Окончание табл.

9	[Braun, 2017, p. 2, p. 11] Эмпирическое	Виртуальное присутствие противопоставляется физическому присутствию переводчика. Особенности видеокommunikации приводят к трудностям установления раппорта, определяемым также как ощущение «удаленности» (“the interpreter’s virtual (as opposed to physical) presence”“...A lower rapport, articulated as a feeling of ‘remoteness’ or reduced social presence, was also reported by interpreters using RI” ”)	Социальное* [Mouzourakis, 2006; Roziner, Shlesinger, 2010]
10	[Skinner et al., 2018, p. 20] Обзор	Присутствие как мера явственности других собеседников (“Presence refers to the degree of salience of the other participants”)	Социальное [Short et al., 1976]
11	[Davitti, Braun, 2020] Эмпирическое	Фрагментированный характер среды негативно влияет на иллюзию присутствия как чувство нахождения вместе, характерное для контактного взаимодействия (“This complexity has often been ascribed to the ‘fractured ecology’ where participants operate, which has been found to hinder participants’ illusion of presence, i.e. the sense of togetherness that is inherent in onsite interaction”)	Социальное (D. Bursky, 2002 ⁶)
12	[René de Cotret et al., 2020, p. 621] Эмпирическое	«Виртуальное присутствие» как обобщающая категория для обозначения набора психологических и физиологических реакций на опосредованность коммуникации технологиями, в частности, ощущение дистанции и отчужденности, которое переводчику приходится преодолевать в ущерб качеству речевого оформления перевода и презентации; «снижение социального присутствия» (“virtual presence, introduced by Mouzourakis in reference to the physical and psychological consequences for all interlocutors, and the feeling of alienation experienced by the interpreter in particular”)	Пространственное* [Mouzourakis, 2006]; социальное [Braun, 2012].

Рассмотрим общее и различное в подходах к определению и применению категории присутствия в исследованиях удаленного конференц-перевода и перевода в социальных ситуациях.

Наиболее ранняя публикация в выборке посвящена тестированию ISDN-телефонии для трансляции аудио- и видеоинформации в кабину синхронного перевода [Böcker, Anderson, 1993]. М. Бекер и Д. Андерсон рассматривают «социальное присутствие» в качестве одного из параметров исследования, наряду с отношением переводчиков к новой конфигурации и их субъективной оценкой сложности профессиональной задачи, пользы видеоизображения при переводе, качества звука и качества собственного перевода. В работе приводится определение Дж. Шорта, Э. Уильямса и Б. Кристи: присутствие как способность технологических ре-

⁶Bursky D. True worldwide communications need hands-on virtual reality // Electronic Design. № 50(20). URL: <https://www.electronicdesign.com/archive/article/21765131/true-worldwide-communications-need-handson-virtual-reality> (дата обращения: 07.08.2023).

шений (*a quality of communications medium*) создавать «ощущение нахождения в одной комнате с собеседником» и способность «моделировать» контактное взаимодействие [Short et al., 1976]. Это первое и широко цитируемое определение социального присутствия базируется на подходе И. Гоффмана, в соответствии с которым со-присутствие (*co-presence*) понимается как ситуация, при которой человек ощущает, что находится в достаточной близости к другому, для того чтобы воспринимать и быть воспринимаемым [Виосса, 2003].

Обращение к категории присутствия в исследовании М. Бекера и Д. Андерсона позволило подчеркнуть важность визуального канала в синхронном переводе. По итогам эксперимента авторы резюмируют, что в удаленной кабине должен быть обеспечен «минимальный уровень социального присутствия»: пространственное и временное разрешение изображения должно давать переводчику возможность воспринимать как речь оратора, так и его невербальное поведение; качество аудио- и видеоизображения не должно приводить к дополнительному стрессу и усталости.

Впервые идея о значимости инструментария исследований присутствия как субъективного ощущения переводчика появляется в работах П. Музуракиса [Mouzourakis, 2003; Mouzourakis, 2006]. Определяя удаленный перевод как вид деятельности в виртуальной среде, П. Музуракис подчеркивает его схожесть с другими задачами, подразумевающими телеприсутствие. Присутствие предлагается рассмотреть в качестве рабочей категории, ключевой метафоры при изучении различных сценариев удаленного перевода (“presence could serve as an ‘anthropocentric’ yardstick for comparing interpreters’ cognitive performance, together with the associated physical and psychological discomfort, for different meeting typologies or technical set-ups” [Mouzourakis, 2003]).

П. Музуракис приводит дефиницию М. Ломбарда и Т. Диттона [Lombard, Ditton, 1997] и отмечает, что ощущение непосредственности взаимодействия – это, вероятно, то, к чему хотелось бы стремиться переводчику в удаленном режиме [Mouzourakis, 2003]. Также он предлагает инструментальное определение, которое в дальнейшем цитируется в большинстве рассмотренных работ: ощущение присутствия противопоставляется состоянию «отчужденности»⁷ (“presence as the absence of alienation”) [Mouzourakis, 2006, p. 58].

Концепция присутствия, таким образом, позволяет не просто обосновать важность визуального канала информации для эффективной работы синхрониста [Mouzourakis, 2006, p. 53], но и выделить такие необходимые свойства среды, как постоянство, иммерсивность и согласованность⁸ (“a consistent, immersive environment for the interpreter”) [Ibid., p. 58]. Так, П. Музуракис отмечает, что не все способы организации видеотрансляции в рабочем пространстве будут способствовать упрощению переводческих задач. Эргономически неудачная расстановка мониторов [Ibid.] и «загруженный», излишне детализированный интерфейс платформы [Saeed et al., 2022] могут привести к обратной ситуации – утомлению переводчика, а не к ощущению присутствия.

Из всех изученных исследований наиболее подробное обращение к теории присутствия мы наблюдаем в программных работах Б. Мозер-Мерсер [Moser-Mercer, 2005; Moser-Mercer, 2005a]. Б. Мозер-Мерсер опирается на определение пространственного присутствия Б. Уитмера и М. Сингера [Witmer, Singer, 1998] и рассматривает «недостаток присутствия» как одну из причин снижения качества перевода в дистанционном режиме (“the lack of virtual presence ... as one of the major factors determining poorer performance in remote as opposed to live simultaneous interpreting”) [Moser-Mercer, 2005, p. 729].

⁷В таблице обращение к этому определению обозначено звездочкой (*).

⁸П. Музуракис рассуждает о влиянии характера визуальной информации на особенности восприятия [Mouzourakis, 2003]; о сложностях преодоления фрагментации среды; о необходимости крупного плана оратора [Mouzourakis, 2003]; о роли искажения изображений оратора и аудитории [Mouzourakis, 2003; Mouzourakis, 2006]; о скорости переключения планов оператором и обеспечении при этом согласованности аудио- и видеосигнала; [Mouzourakis, 2006]; о возможностях выбора плана видеоизображения переводчиком [Mouzourakis, 2006].

Б. Мозер-Мерсер также выделяет детерминанты ощущения присутствия: факторы контроля, сенсорного восприятия, реализма и отвлекающие факторы (“control factors, sensory factors, distraction factors and realism factors”) [Ibid., p. 731]. Непрерывность, синхронность предъявления информации из разных источников и качество видеоизображения оратора и помещения, где проходит мероприятие, рассматриваются как аспекты факторов реализма и сенсорного восприятия, необходимых для формирования присутствия и упрощения работы переводчика [Ibid., p. 732]. Синхронисту необходимо не просто переключаться между стимулами физического и виртуального пространств, а использовать максимум «ресурса внимания» для интерпретации смысла исходного высказывания и смыслового прогнозирования с учетом набора взаимосвязанных стимулов (*coherent set of stimuli*): невербальных (мимика, положение тела оратора), эмоциональных (взаимодействие, взаимоотношения выступающих), а также других контекстуальных, ситуативных и прагматических параметров, составляющих специфику коммуникативного события [Moser-Mercer, 2005, p. 730–731]. Отсутствие возможности контроля виртуальной среды влияет на распределение когнитивных ресурсов и внимания, функционирование механизмов вероятностного прогнозирования. Вовлеченность и погружение выделяются как условия, которые способны упростить задачу переводчика [Ibid.].

К. Сибер и коллеги [Seeber et al., 2019], изучая работу переводчиков в удаленной кабине в рамках чемпионата мира по футболу 2014 года, рассматривают чувство «нахождения там» вслед за П. Музуракисом. Это ощущение характеризуется одновременно как присутствие и погружение, а в качестве смежных указываются понятия потока (*flow*) и когнитивного поглощения (*cognitive absorption*). В этом исследовании оценка ощущения присутствия – также один из социально-психологических параметров восприятия синхронистом нового рабочего места. Выделяются два показателя присутствия: пространственная близость (*proximity index*) и удаленность (*distance index*). Для расчета первого переводчиков просили оценить, насколько в процессе работы они могли «прочувствовать» оратора и аудиторию; почувствовать себя в одном помещении с оратором; ощутить себя частью события. Для расчета второго – оценить объем потерь информации в удаленном режиме, а также то, насколько, по их ощущениям, перевод соответствовал потребностям аудитории. Исследование показало «среднюю степень» присутствия переводчиков по двум параметрам. Как отмечает один из участников опроса, «Ощущение окружения, пространства, – у нас такого нет. Холодно и одиноко. (...) Мне кажется, это действительно влияет на нашу работу» (“When you can feel the environment, the ambience – well we don’t have that. It’s really cold and it’s really remote. (...) I think that does influence our work”) [Seeber et al., 2019, p. 295].

В недавней масштабной работе М. А. Саида и коллег уделяется внимание присутствию, погружению и потоку как состояниям, способствующим упрощению профессиональных задач синхрониста при работе с RSI-платформой. Ощущение изоляции переводчика также характеризуется в исследовании как недостаток присутствия (*lack of presence*). Авторы следуют вектору междисциплинарности, обозначенному в работах П. Музуракиса [Mouzourakis, 2003; Mouzourakis, 2006]: приводится обзор подходов к определению присутствия, в прикладном ключе рассматриваются состояния погружения и потока. Вслед за К. М. Ли [Lee, 2004] присутствие рассматривается как психологическое состояние, при котором субъект не замечает виртуальный характер происходящего (“a psychological state in which the virtuality experience is unnoticed”) [Saeed et al., 2022, p. 218], а также способность виртуальной среды порождать ощущение нахождения вместе (с собеседником) (“ability of a virtual environment to induce feelings of being present/together”). Авторы указывают на трактовку социального присутствия К. М. Ли, который также выделяет физическое, социальное и я-присутствие [Lee, 2004]. Иммерсия, вслед за Б. Уитмером и М. Сингером [Witmer, Singer, 1998], определяется авторами как условие появления ощущения присутствия [Saeed et al., 2022, p. 219]. Описанные теоретические основания в дальнейшем учитываются при разработке интерфейсов RSI-платформы и представ-

ления в них инструментов автоматизации устного перевода на основе систем распознавания звучащей речи [Saeed et al., 2022].

В исследованиях удаленного социального перевода обращение к категории присутствия в первую очередь направлено на интерпретацию сложности установления раппорта [Braun, 2012; Braun, 2017]. Рассуждая о переводе по видеосвязи, С. Браун [Braun, 2012], а также Р. Скиннер, Дж. Напьер и С. Браун описывают присутствие как «меру явственности собеседников» (“degree of salience of the other participants” [Skinner et al., 2018, p. 20]), следуя трактовке социального присутствия Дж. Шорта и коллег [Short et al., 1976]. Технологическая опосредованность влияет на механизмы прогнозирования будущего (в том числе вероятностного прогнозирования), восприятия обратной связи от собеседника и моделирования ситуации. При отсутствии реакции коммуникантов у переводчика появляется ощущение перевода «в пустоту»⁹ [Braun, 2012].

Как и при изучении удаленного конференц-перевода, в исследованиях социального перевода обращение к категории присутствия также позволило подчеркнуть важность свойств среды. Несогласованность аудио- и видеоинформации [Braun, 2012; René de Cotret et al., 2020], «эхо» и задержки, включая минимальные, при передаче сигнала приводят к фрагментации пространства (*fractured ecology*), что негативно влияет на формирование иллюзии присутствия, которую Е. Давитти и С. Браун определяют как «ощущение нахождения вместе» (*sense of togetherness*) [Davitti, Braun, 2020].

В сравнении с конференц-переводом перевод в социальных ситуациях подразумевает расширенный набор конфигураций и профессиональных задач: помимо непосредственно перевода переводчик выполняет координацию коммуникации. При взаимодействии с техногенной средой набор его задач значительно расширяется (см. подробнее в [Краснопеева, Краева, 2022]). В условиях ограничений визуального канала информации в связи с отсутствием невербальных сигналов мены ролей в диалоге усложняется не только понимание смысла исходного текста, но и сохранение динамики диалога [René de Cotret et al., 2020; Braun, 2012]. Вероятно, поэтому в контексте удаленного последовательного перевода больше внимания уделяется качеству звука, поскольку именно при дистанционной связи с учреждениями здравоохранения и иными ведомственными учреждениями у сторон может не быть индивидуальных гарнитур; на работу микрофонов может влиять плохая акустика или взаимодействие с аудиосистемой в помещении; может происходить «наложение» речи переводчика на речь коммуникантов; несколько коммуникантов могут говорить одновременно, в результате чего будут появляться посторонние шумы и «провалы» в аудиосигнале [Braun, 2012; René de Cotret et al., 2020].

Ф. Рене де Котре и коллеги используют категорию «виртуального присутствия» в определении удаленного социального перевода: “RI does not refer solely to telecommunications technology, but also to the knowledge and skill set needed to supervise and support the use of that technology in specific practice contexts while minimizing the effect of the virtual presence” [René de Cotret et al., 2020, p. 632]. Навыки и умения, направленные на преодоление эффекта «виртуального присутствия» (“techniques to mitigate the effect of the virtual presence”) [Ibid., p. 629], включаются как в рекомендации переводчику и заказчику, так и в описание технологической компетенции переводчика.

⁹Наличие обратной связи с аудиторией является важным аспектом и для процесса синхронного перевода [Moser-Mercer, 2005, p. 730] (наличие реакции, например, кивков, или смеха при восприятии переведенной шутки). Как отмечает один из переводчиков в исследовании Б. Мозер-Мерсер, «С наступлением утомления постепенно пропала и иллюзия участия во встрече, я почувствовала, что смотрю телепрограмму. Действующее лицо стало наблюдателем. Это плохо сказывается на мотивации» (“As I became more tired, I gradually lost the illusion of participating in the meeting, and instead, I just found myself watching the TV. An agent became a viewer. This is not good for motivation”) [Moser-Mercer, 2005, p. 735]. Соответственно, требование интерактивности как способа поддержки присутствия может обеспечиваться за счет особенностей организации интерфейса платформы удаленного перевода (см., например, [Saeed et al., 2022]).

Подводя итог обсуждения, обратим внимание на то, что практически все рассмотренные статьи в выборке взаимосвязаны: в исследованиях, посвященных удаленному переводу в социальных ситуациях, цитируются результаты значимых эмпирических исследований удаленного конференц-перевода и наоборот. Тем не менее, ввиду различий в переводческих задачах и возможностях технического обеспечения, две группы исследований выделяют разные аспекты и компоненты присутствия – как пространственного, так и социального. Кроме того, как мы отмечали ранее, в изученных исследованиях, за исключением программных работ, редко ставится цель описать переживаемый переводчиком опыт присутствия, при этом в них подробно раскрываются технологические, персонологические и деятельностные факторы, потенциально влияющие на это состояние, что создает комплексную платформу для обоснования потребностей переводчика при работе в удаленном режиме.

Заключение

Таким образом, проведенный обзор показал, что исследователи удаленного перевода в целом опираются на понимание присутствия как субъективного ощущения переводчика. Авторы обращаются к определениям как социального, так и пространственного присутствия, причем последнее чаще рассматривается при изучении удаленного синхронного перевода, а в исследованиях перевода в социальных ситуациях присутствует обобщенная характеристика пространственного и социального присутствия. В некоторых исследованиях перевода в социальных ситуациях присутствие также понимается не как психологическое состояние, а как факт технологической обусловленности коммуникации: противопоставляются физическое присутствие переводчика на месте и его виртуальное присутствие.

Одновременно можно заключить, что в научном переводческом дискурсе категория присутствия имеет инструментальный характер и определяется через противопоставление: словосочетание «недостаток присутствия» (*lack of presence*) используется как способ описания ощущений изолированности, оторванности, отчужденности, удаленности, дистанции и непричастности к ситуации, которые испытывает переводчик. Ввиду того, что переводоведы ставят задачу выявить природу скорого утомления, повышения когнитивной нагрузки и появления психологического дискомфорта переводчика, присутствие предстает в одном ряду с понятиями потока, вовлеченности, погружения и когнитивного поглощения, хотя в моделях присутствия они могут выступать лишь в качестве его компонентов или детерминант. Наиболее целостное применение теорий присутствия, как мы могли наблюдать, представлено в программных работах П. Музуракиса, Б. Мозер-Мерсер, а также более поздних прикладных исследованиях.

Предлагая рассматривать присутствие как отправную точку при изучении свойств удаленного перевода, П. Музуракис переносит фокус с отдельно взятых технологических факторов и когнитивно-психологических аспектов перевода на их взаимосвязь и взаимозависимость в условиях виртуальной среды. В долгосрочной перспективе это направлено на поиск средств поддержки эффективности профессиональной деятельности переводчика и оптимизацию его пользовательского опыта.

Как поэтично отметил в 1999 году переводчик, профессор Х. Байгорри-Халон, «удаленный перевод – символ триумфа технологий над пространством и одновременно – символ утраты места, делегализации или обретения «места, которого нет» – утопии в буквальном смысле этого слова» [Baigorri-Jalón, 1999]. Современные междисциплинарные переводоведческие исследования позволяют рассуждать о том, что при взаимодействии с виртуальной средой, тем «местом, которого нет», ключевые механизмы речевой деятельности переводчика работают немного иначе, чем при непосредственной коммуникации.

Особый интерес, на наш взгляд, представляет интеграция когнитивных моделей перевода и моделей присутствия (опосредованного телеприсутствия) как категории, которая призвана

интерпретировать опыт восприятия пространства и взаимодействия с другими агентами в техногенной среде, а также их дальнейшее применение при трактовке результатов эмпирических исследований и разработке платформ для удаленного устного перевода.

Список литературы

- Авербух Н. В.** Феномен присутствия. Терминология и определения // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2022. № 6. С. 147–184. DOI 10.17586/2587-8557-2022-6-147-184
- Краснопеева Е. С., Краева С. С.** Адаптация устного переводчика к работе в гибридной среде (на примере пусконаладочных работ с удаленным участником) // Вестник Тюменского гос. ун-та. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2022. № 8(2). С. 6–23. DOI 10.21684/2411-197X-2022-8-2-6-23
- Baigorri-Jalón J.** Conference interpreting: From modern times to space technology // Interpreting. 1999. № 4(1). P. 29–40. DOI 10.1075/intp.4.1.05bai
- Biocca F.** Lighting a path while immersed in presence: A wayward introduction // Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology. Springer, Cham. 2015. P. 1–9.
- Biocca F., Harms C., Burgoon J. K.** Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria // Presence: Teleoperators & Virtual Environments. 2003. № 12. P. 456–480. DOI 10.1162/105474603322761270
- Biocca F., Harms C., Gregg J.** The networked minds measure of social presence: Pilot test of the factor structure and concurrent validity // Proceedings of the 4th Annual International Workshop on Presence. Philadelphia. 2001. P. 1–9.
- Böcker M., Anderson D.** Remote conference interpreting using ISDN videotelephone: A requirements analysis and feasibility study // Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society annual meeting. 1993. № 37(3). Pp. 235–239. DOI 10.1177/154193129303700305
- Braun S.** Recommendations for the use of video-mediated interpreting in criminal proceedings // Videoconference and remote interpreting in criminal proceedings. Antwerp/Cambridge, Intersentia. 2012. P. 301–328.
- Braun S.** What a micro-analytical investigation of additions and expansions in remote interpreting can tell us about interpreters' participation in a shared virtual space // Journal of Pragmatics. 2017. № 107. P. 165–177. DOI 10.1016/j.pragma.2016.09.011
- Braun S., Davitti E., Slater C.** “It’s like being in bubbles”: Affordances and challenges of virtual learning environments for collaborative learning in interpreter education // The Interpreter and Translator Trainer. 2020. № 14(3). P. 1–20. DOI 10.1080/1750399x.2020.1800362
- Davitti E., Braun S.** Analysing interactional phenomena in video remote interpreting in collaborative settings: Implications for interpreter education // The Interpreter and Translator Trainer. 2020. № 14(3). P. 279–302. DOI 10.1080/1750399X.2020.1800364
- Felton W. M., Jackson, R. E.** Presence: A review // International Journal of Human-Computer Interaction. 2022. № 38(1). P. 1–18. DOI 10.1080/10447318.2021.1921368
- Franceschi K., Lee R. M., Zanakis S. H., Hinds D.** Engaging group e-learning in virtual worlds // Journal of Management Information Systems. 2009. № 26(1). P. 73–100. DOI 10.2753/MIS0742-1222260104
- Hartmann T., Wirth W., Vorderer P., Klimmt C., Schramm H., Böcking S.** Spatial presence theory: State of the art and challenges ahead // Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology. Springer, Cham. 2015. P. 115–135.
- Lee K. M.** Presence, explicated // Communication Theory. 2004. № 14(1). P. 27–50. DOI 10.1111/j.1468-2885.2004.tb00302.x

- Lombard M., Ditton T.** At the heart of it all: the concept of presence // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 1997. № 3(2). JCMC321. DOI 10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x
- Lombard M., Jones M. T.** Defining presence // *Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology*. Springer, Cham. 2015. P. 13–34.
- Moser-Mercer B.** Remote interpreting: assessment of human factors and performance parameters. Joint Project International. 2003. URL: https://aiic.org/document/516/AI-ICWebzine_Summer2003_3_MOSER-MERCER_Remote_interpreting_Assessment_of_human_factors_and_performance_parameters_Original.pdf (дата обращения: 07.08.2023).
- Moser-Mercer B.** Remote interpreting: Issues of multi-sensory integration in a multilingual task // *Meta*. 2005. № 50(2). P. 727–738. DOI 10.7202/011014ar
- Moser-Mercer B.** Remote interpreting: The crucial role of presence // *Bulletin VALS-ASLA*. Swiss Association of Applied Linguistics. 2005a. № 81. P. 73–97.
- Mouzourakis P.** Remote interpreting: a technical perspective on recent experiments // *Interpreting*. 2006. № 8(1). P. 45–66. DOI 10.1075/intp.8.1.04mou
- Mouzourakis P.** That feeling of being there: vision and presence in remote interpreting // *The AIIC Webzine* 23. 2003. URL: https://aiic.org/document/520/AIICWebzine_Summer2003_7_MOUZOURAKIS_That_feeling_of_being_there_Vision_and_presence_in_remote_interpreting_EN.pdf (дата обращения: 07.08.2023).
- Pöchhacker F.** Interpreters and interpreting: shifting the balance // *The Translator*. 2022. № 28(2). P. 148–161. DOI 10.1080/13556509.2022.2133393
- René de Cotret F., Beaudoin-Julien A.-A., Leanza Y.** Implementing and managing remote public service interpreting in response to COVID-19 and other challenges of globalization // *Meta*. 2020. № 65(3). P. 618–642. DOI 10.7202/1077406ar
- Riva G., Mantovani F., Waterworth E. L., Waterworth J. A.** Intention, action, self and other: An evolutionary model of presence // *Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology*. Springer, Cham. 2015. P. 73–99.
- Roziner I., Shlesinger M.** Much ado about something remote: Stress and performance in remote interpreting // *Interpreting*. 2010. №12(2), P. 214–247. DOI 10.1075/intp.12.2.05roz
- Saeed M. A., González E. R., Korybski T., Davitti E., Braun S.** Connected yet distant: An experimental study into the visual needs of the interpreter in Remote Simultaneous Interpreting // *Human-Computer Interaction. User Experience and Behavior. HCII 2022. Lecture Notes in Computer Science*. № 13304. Springer, Cham. 2022. P. 214–232. DOI 10.1007/978-3-031-05412-9_16
- Seeber K. G., Keller L., Amos R., Hengl S.** Expectations vs. experience: Attitudes towards video remote conference interpreting // *Interpreting*. 2019. № 21(2). P. 270–304. DOI 10.1075/intp.00030.see
- Short J., Williams E., Christie B.** *The Social Psychology of Telecommunications*. New York, NY, John Wiley. 1976. 195 p.
- Skinner R., Napier J., Braun S.** Interpreting via video link: Mapping of the field // *Here or there: Research on interpreting via video link*. Gallaudet. 2018. P. 11–35. DOI 10.2307/j.ctv2rh2bs3.4
- Wirth W., Hartmann T., Böcking S., Vorderer P., Klimmt C., Schramm H., Saari T., Laarni J., Ravaja N., Gouveia F. R., Biocca F.** A process model of the formation of spatial presence experiences // *Media Psychology*. 2007. № 9(3). P. 493–525. DOI 10.1080/15213260701283079
- Wirth W., Hofer M., Schramm H.** The role of emotional involvement and trait absorption in the formation of spatial presence // *Media Psychology*. 2012. № 15(1). P. 19–43. DOI 10.1080/15213269.2011.648536
- Witmer B. G., Singer M. J.** Measuring presence in virtual environments: a presence questionnaire // *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*. 1998. № 7. P. 225–240. DOI 10.1162/105474698565686

References

- Averbukh N. V.** The phenomenon of presence. Terminology and definitions. *Information Society: Education, Science, Culture and Technology of Future*, 2022, no. 6, pp. 147–184. (in Russ.) DOI 10.17586/2587-8557-2022-6-147-184
- Baigorri-Jalón J.** Conference interpreting: From modern times to space technology. *Interpreting*, 1999, vol. 4, iss. 1, pp. 29–40. DOI 10.1075/intp.4.1.05bai
- Biocca F.** Lighting a path while immersed in presence: A wayward introduction. In: *Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology*. Springer, Cham, 2015, pp. 1–9.
- Biocca F., Harms C., Burgoon J. K.** Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 2003, vol. 12, pp. 456–480. DOI 10.1162/105474603322761270
- Biocca F., Harms C., Gregg J.** The networked minds measure of social presence: Pilot test of the factor structure and concurrent validity. In: Proceedings of the 4th Annual International Workshop on Presence. Philadelphia, 2001, pp. 1–9.
- Böcker M., Anderson D.** Remote conference interpreting using ISDN videotelephone: A requirements analysis and feasibility study. In: Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society annual meeting. 1993, vol. 37, no. 3, pp. 235–239. DOI 10.1177/154193129303700305
- Braun S.** Recommendations for the use of video-mediated interpreting in criminal proceedings. In: *Videoconference and remote interpreting in criminal proceedings*. Antwerp/Cambridge, Intersentia, 2012, pp. 301–328.
- Braun S.** What a micro-analytical investigation of additions and expansions in remote interpreting can tell us about interpreters' participation in a shared virtual space. *Journal of Pragmatics*, 2017, vol. 107, pp. 165–177. DOI 10.1016/j.pragma.2016.09.011
- Braun S., Davitti E., Slater C.** “It’s like being in bubbles”: Affordances and challenges of virtual learning environments for collaborative learning in interpreter education. *The Interpreter and Translator Trainer*, 2020, vol. 14, iss. 3, pp. 1–20. DOI 10.1080/1750399x.2020.1800362
- Davitti E., Braun S.** Analysing interactional phenomena in video remote interpreting in collaborative settings: Implications for interpreter education. *The Interpreter and Translator Trainer*, 2020, vol. 14, iss. 3, pp. 279–302. DOI 10.1080/1750399X.2020.1800364
- Felton W. M., Jackson R. E.** Presence: A review. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 2022, vol. 38, iss. 1, pp. 1–18. DOI 10.1080/10447318.2021.1921368
- Franceschi K., Lee R. M., Zanakis S. H., Hinds D.** Engaging group e-learning in virtual worlds. *Journal of Management Information Systems*. 2009. № 26(1). Pp. 73–100. DOI 10.2753/MIS0742-1222260104
- Hartmann T., Wirth W., Vorderer P., Klimmt C., Schramm H., Böcking S.** Spatial presence theory: State of the art and challenges ahead. In: *Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology*. Springer, Cham, 2015, pp. 115–135.
- Krasnopeyeva E. S., Kraeva S. S.** Interpreter adaptation in hybrid ecology: the case of video-mediated commissioning of equipment. *Tyumen State University Herald. Humanities Research. Humanitates*, 2022, vol. 8, iss. 2 (30), pp. 6–23. (in Russ.). DOI 10.21684/2411-197X-2022-8-2-6-23
- Lee K. M.** Presence, explicated. *Communication Theory*, 2004, vol. 14, iss. 1, pp. 27–50. DOI 10.1111/j.1468-2885.2004.tb00302.x
- Lombard M., Ditton T.** At the heart of it all: the concept of presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1997, vol. 3, iss. 2, JCMC321. DOI 10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x
- Lombard M., Jones M. T.** Defining presence. In: *Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology*. Springer, Cham, 2015, pp. 13–34.
- Moser-Mercer B.** Remote interpreting: assessment of human factors and performance parameters. 2003. Available at: https://aiic.org/document/516/AI-ICWebzine_Summer2003_3_MOSER-

- MERCER_Remote_interpreting_Assessment_of_hu-man_factors_and_performance_parameters_Original.pdf (accessed: 07.08.2023).
- Moser-Mercer B.** Remote interpreting: Issues of multi-sensory integration in a multilingual task. *Meta*, 2005, vol. 50, iss. 2, pp. 727–738. DOI 10.7202/011014ar
- Moser-Mercer B.** Remote interpreting: The crucial role of presence. *Bulletin VALS-ASLA. Swiss Association of Applied Linguistics*, 2005a, vol. 81, pp. 73–97.
- Mouzourakis P.** Remote interpreting: a technical perspective on recent experiments. *Interpreting*, 2006, vol. 8, iss. 1, pp. 45–66. DOI 10.1075/intp.8.1.04mou
- Mouzourakis P.** That feeling of being there: vision and presence in remote interpreting. The AIIC Webzine 23. 2003. Available at: https://aiic.org/document/520/AIICWebzine_Summer2003_7_MOUZOURAKIS_That_feeling_of_being_there_Vision_and_presence_in_remote_interpreting_EN.pdf (accessed: 07.08.2023).
- Pöchhacker F.** Interpreters and interpreting: shifting the balance. *The Translator*, 2022, vol. 28, iss. 2, pp. 148–161. DOI 10.1080/13556509.2022.2133393
- René de Cotret F., Beaudoin-Julien A.-A., Leanza Y.** Implementing and managing remote public service interpreting in response to COVID-19 and other challenges of globalization. *Meta*, 2020, vol. 65, iss. 3, pp. 618–642. DOI 10.7202/1077406ar
- Riva G., Mantovani F., Waterworth E. L., Waterworth J. A.** Intention, action, self and other: An evolutionary model of presence. In: *Immersed in media: Telepresence theory, measurement & technology*. Springer, Cham, 2015, pp. 73–99.
- Roziner I., Shlesinger M.** Much ado about something remote: Stress and performance in remote interpreting. *Interpreting*. 2010, vol. 12, iss. 2, pp. 214–247. DOI 10.1075/intp.12.2.05roz
- Saeed M. A., González E. R., Korybski T., Davitti E., Braun S.** Connected yet distant: An experimental study into the visual needs of the interpreter in Remote Simultaneous Interpreting. In: *Human-Computer Interaction. User Experience and Behavior. HCII 2022. Lecture Notes in Computer Science*. No. 13304. Springer, Cham, 2022, pp. 214–232. DOI 10.1007/978-3-031-05412-9_16
- Seeber K. G., Keller L., Amos R., Hengl S.** Expectations vs. experience: Attitudes towards video remote conference interpreting. *Interpreting*. 2019, vol. 21, iss. 2, pp. 270–304. DOI 10.1075/intp.00030.see
- Short J., Williams E., Christie B.** *The Social Psychology of Telecommunications*. New York, NY, John Wiley, 1976, 195 p.
- Skinner R., Napier J., Braun S.** Interpreting via video link: Mapping of the field. In: *Here or there: Research on interpreting via video link*. Gallaudet, 2018, pp. 11–35. DOI 10.2307/j.ctv2rh2bs3.4
- Wirth W., Hartmann T., Böcking S., Vorderer P., Klimmt C., Schramm H., Saari T., Laarni J., Ravaja N., Gouveia F. R., Biocca F.** A process model of the formation of spatial presence experiences. *Media Psychology*, 2007, vol. 9, iss. 3, pp. 493–525. DOI 10.1080/15213260701283079
- Wirth W., Hofer M., Schramm H.** The role of emotional involvement and trait absorption in the formation of spatial presence // *Media Psychology*, 2012, vol. 15, iss. 1, pp. 19–43. DOI 10.1080/15213269.2011.648536
- Witmer B. G., Singer, M. J.** Measuring presence in virtual environments: a presence questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 1998, vol. 7, pp. 225–240. DOI 10.1162/105474698565686

Информация об авторе

Краснопеева Екатерина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, старший научный сотрудник учебно-научной лаборатории современного переводоведения и инновационных технологий перевода Челябинского государственного университета

Information about the Author

Ekaterina S. Krasnopeyeva, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation; Senior Researcher at the Academic Laboratory for Modern Translation Studies and Innovation in Translation Technology, Chelyabinsk State University, Russia

*Статья поступила в редакцию 10.08.2023;
одобрена после рецензирования 20.11.2023; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 10.08.2023;
approved after reviewing 20.11.2023; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 81'271

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-105-119

**Формальные маркеры и содержательные доминанты
руссоцентрического дискурса:
кросс-языковое корпусное исследование**

**Елена Владимировна Белоглазова¹, Наталья Андреевна Осьмак²
Екатерина Константиновна Шувалова³**

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена
Санкт-Петербург, Россия

¹evbeloglazova@herzen.spb.ru; <https://orcid.org/0000-0002-0267-9614>

²nataliaosmak@herzen.spb.ru; <https://orcid.org/0000-0003-1436-6225>

³eka.sorokina1987@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-7394-7040>

Аннотация

Целью представленного в статье исследования является выявление маркеров иноязычного руссоцентрического дискурса на поверхностном и глубинном уровнях. Эмпирической базой для исследования послужил корпус заголовков аутентичных англо-, финно- и японоязычных изданий о России, охватывающих XVIII–XXI вв. Заголовки рассматриваются как важнейшая часть текста, в которую выдвигается наиболее значимая информация, выступающая концентратом репрезентируемого дискурса. Исследование включает три датасета – англоязычный, финноязычный и японоязычный подкорпусы общим объемом 590 заголовков. Собранный материал был подвергнут анализу с помощью стандартных инструментов корпусного анализа, а также глубинному дискурсивному анализу, результатом которого стала ручная аннотация корпуса по 7 группам параметров. Анализ поверхностной структуры дискурса фокусируется на структурно-синтаксическом, лексическом и стилистическом аспектах. Структурно-синтаксический анализ выявил ряд повторяющихся моделей, глубинный анализ которых показал, что, будучи отчасти обусловленными жанровым каноном заголовка, некоторые модели в то же время выступают актуализаторами ключевых для дискурса концептов. Стилистический анализ выявил типовой, ограниченный набор стилистических приемов, также отчасти коррелирующих с жанровым каноном заголовка (аллитерация), но отчасти участвующих в вербализации концептуальных доминант дискурса (метафорика, ин-тертекстуальность). Лексический анализ позволил определить два маркера – жанровый (вербализация жанра издания) и дискурсивный (ксенонимы-русизмы). Кросс-языковое сравнение стратегий введения русизмов в иноязычные описания России выявил наиболее высокую специфичность японоязычного руссоцентрического дискурса, где способ введения и маркирования ксенонимов предзадан их статусом «гайрайго». Выявленная специфика, однако, укладывается в лингвистические закономерности языка вторичной культурной ориентации, что позволяет говорить об универсальном механизме культурной переориентации языка. Выявление содержательных доминант руссоцентрического дискурса основывается на двух подходах: (1) категоризация ключевых слов подкорпусов; (2) интерпретация результатов семантического аннотирования. Полученные данные позволяют говорить о частичном пересечении перечня содержательных доминант в анализируемых вариантах дискурса при различиях в выборе репрезентантов ключевых для дискурса концептов.

Ключевые слова

иноязычный руссоцентрический дискурс, русизм, корпус заголовков Rossica-T, структурно-синтаксическая модель, стилистический маркер, лексический маркер, содержательная доминанта дискурса

Финансирование

Исследование выполнено за счет внутреннего гранта РГПУ им. А.И. Герцена; грант ИВГ «Универсальные и лингвоспецифические механизмы иноязычного описания русской культуры»

© Белоглазова Е. В., Осьмак Н. А., Шувалова Е. К., 2024

Для цитирования

Белоглазова Е. В., Осмак Н. А., Шувалова Е. К. Формальные маркеры и содержательные доминанты руссоцентрического дискурса: кросс-языковое корпусное исследование // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 105–119. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-105-119

Formal Markers and Conceptual Mainstays of the Russia-Centered Discourse: a Cross-Linguistic Corpus Study

Elena V. Beloglazova¹, Natalia A. Osmak²
Ekaterina K. Shuvalova³

Herzen State Pedagogical University
Saint Petersburg, Russian Federation

¹evbeloglazova@herzen.spb.ru; <https://orcid.org/0000-0002-0267-9614>

²nataliaosmak@herzen.spb.ru; <https://orcid.org/0000-0003-1436-6225>

³eka.sorokina1987@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-7394-7040>

Abstract

The paper aims at identifying the key features of the Russia-centered discourse both on surface and deep levels. The empirical basis for the research is comprised by the Rossica-T corpus of book titles, encompassing data for 18-21 centuries. Titles are viewed as the most distinguished parts of texts, to which the most significant information is promoted, thus forming the quintessence of the discourse they represent. The research is based on three datasets – the English, Finnish and Japanese subcorpora totaling 590 titles. The data was subject to analysis with the help of the AntConc corpus manager toolkit and deep discourse analysis underlying the manual annotation of the corpus along seven groups of parameters. The surface level analysis focuses on three aspects: syntactic, lexical, and stylistic. The syntactic analysis revealed a spectrum of structural patterns whose frequency is largely conditioned by the requirements of the title genre; yet, being genre-conditioned, they are also partly discourse-conditioned, serving to verbalize key concepts of the Russia-centered discourse and to expand the structure of the title so as to maximize its expressive capacity. The stylistic analysis allowed us to identify a restricted set of stylistic means, partly correlating with the genre canon (e.g. alliteration), and partly – with the discourse canon (e.g. metaphors, intertextual links). The lexical analysis helped determine two markers – a genre-specific (naming the genre of the book the title represents) and a discourse-specific (xenonymic Russianisms). Cross-linguistic comparison of strategies introducing Russianisms into texts describing Russia in different languages revealed the greatest degree of specificity of the Japanese-language discourse where the method of introducing and marking Russianisms is predetermined by their “gairaigo” status. Yet, this specificity does not go contrary to the norms and regularities of the language of secondary cultural orientation, which allows for the conclusion of a universal mechanism of a language cultural reorientation. The task of identifying the conceptual mainstays of the discourse was approached in two ways: (1) categorization of the subcorpora keywords and (2) interpretation of the subcorpora semantic annotation results. Both approaches allow for the conclusion of a partial overlap in conceptual mainstays for the three discourse types, with a noticeable variation in the choice of the key concepts’ representants.

Keywords

External-language Russia-centered discourse, Russianism, Rossica-T titles corpus, syntactic model, stylistic marker, lexical marker, conceptual mainstay

Funding

The research was supported by an internal grant of the Herzen State Pedagogical University of Russia; grant 1VG “Russian culture through the prism of foreign languages: universal and language-specific mechanisms.”

For citation

Beloglazova E. V., Osmak N. A., Shuvalova E. K. Formal markers and conceptual mainstays of the Russia-centered discourse: a cross-linguistic corpus study. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 105–119. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-105-119

Введение

Широко известно определение России, данное Уинстоном Черчиллем в радиовыступлении в октябре 1939 года, как «загадки, завернутой в тайну и помещенной внутрь головоломки» [Churchill, 1939. С. 6]. На протяжении веков Россия приковывает к себе внимание исследователей и просто любопытствующих; при этом неоднозначность образа России, в котором террор и кровопролитие сочетаются с духовностью и красотой, скорее добавляют ей привлекательности в массовом сознании. И пусть далеко не всякий любопытствующий осмелится или сможет позволить себе увидеть Россию своими глазами, тем более востребованным оказывается косвенный туризм, опосредованный книгами, СМИ, фильмами, видеоиграми. В мире постправды, где именно семиотически конструируемая реальность является непосредственной средой обитания современного человека, на передний план выходят не факты и события, а их вербализация.

Настоящее исследование посвящено иноязычному руссоцентрическому дискурсу, в частности конструированию образа России в иноязычной публицистике.

Предварительные исследования породили гипотезу о том, что образ России по-разному конструируется в различных иноязычных руссоцентрических дискурсах; и при общих или сходных лингвистических механизмах иноязычного описания культуры, коррелирующие дискурсы будут различаться, прежде всего, содержательными доминантами, опорными для конструируемого концепта RUSSIA.

В данной статье делается попытка сопоставления конструируемого образа РОССИИ в англо-, фино- и японо-язычном руссоцентрическом дискурсе.

1. Теоретический фундамент исследования

Исследование основывается на принципах и положениях ряда научных направлений.

1. Интерлингвокультурология – научное направление, основанное В. В. Кабакчи, в фокусе внимания которого находятся языковые механизмы адаптации языка к описанию внешней для него культуры. Не вдаваясь в детальное описание теории интерлингвокультурологии, введем некоторые важные для данного исследования термины и положения:

- Иноязычный руссоцентрический дискурс является результатом *вторичной культурной ориентации языка*, которая определяется В. В. Кабакчи как «адаптация арсенала его выразительных средств при ориентации языка в область внешних (иноязычных) культур» [Кабакчи, Белоглазова, 2020. С. 25]. Из этого определения явствует, что культурная переориентация языка неизбежно влечет изменения в арсенале его выразительных средств. В частности, они пополняются за счет культуронимов описываемой внешней культуры, изначально отсутствующих в языке описания;
- Культуронимы, закрепленные за специфическими элементами «чужой», иноязычной, внешней культуры, обозначаются термином *ксеноним* [Кабакчи, Белоглазова, 2020. С. 29]. Существует широкий спектр способов введения ксенонимов в язык описания. Отсутствие предзаданных способов их введения и фиксированного набора терминов описываемой культуры порождает существенную вариативность в конструировании дискурса вторичной культурной ориентации, его зависимость от языка описания, времени описания и других параметров.

2. Теория выдвигания, восходящая к теории остранения. Остранение изначально связывалось В. Б. Шкловским с «затрудненной формой, увеличивающий трудность и долготу восприятия» [Шкловский, 1925]. В другой работе, поясняя значение термина, В. Б. Шкловский пишет: «Отстранение – это удивление миру, его обостренное восприятие» [Шкловский, 1970]. И затрудненная форма, и удивление странному являются сущностными чертами ксенонимов,

выступающих важнейшими средствами выдвижения, и ключевыми маркерами дискурса иноязычного описания культуры.

3. Теория сильных позиций текста, титология. Заголовок является частью канонической структуры текста, на что указывает наиболее широко цитируемое и общепринятое определение текста, сформулированное И. Р. Гальпериным [Гальперин, 1981. С. 18]. Без заголовка текст невозможно каталогизировать, к нему гораздо сложнее отослать читателя. На особое место заголовка в структуре текста также указывает факт признания его «сильной позицией» текста, «обеспечивающей выдвижение на первый план важнейших смыслов текста» [Арнольд, 1978. С. 23].

Отмеченный статус заголовка обусловил наше внимание именно к этому элементу текста в изучении массива иноязычной литературы, посвященной России (Rossica). Заголовок мы рассматриваем одновременно и как часть текста, и как относительно самостоятельный вторичный текст, выступающий представителем своего предтекста, привлекающий к нему внимание и задающий его интерпретацию.

4. Теория лингвокультурных концептов В. И. Карасика, исходящей из того, что концепт признается базовой единицей культуры, ее концентратом.

Лингвокультурные концепты являются «знаками своеобразия той или иной лингвокультуры» [Карасик, 2004]. Выстраивая определение лингвокультурных концептов, В. И. Карасик приводит мнение В. П. Нерознака, указывающего на то, что признаком концепта национальной культуры является его непереводаемость. Такой непереводаемой лексикой и являются ксенонимы описываемой культуры, вводимые в дискурс иноязычного описания культуры как не имеющие эквивалентов, но значимые для описания.

5. Теории дискурса, который, согласно Ю. С. Степанову, представляет собой двухуровневую структуру, на глубинном уровне которой находится «ментальность», а на поверхностном уровне – ее языковое выражение [Степанов, 1995. С. 38]. Т. ван Дейк, предлагая сходное описание структуры дискурса, использует термины *макроструктура* и *суперструктура* [Ван Дейк, 1989].

Обосновывая концептологический подход к лингвокультурной специфике дискурса, Г. Г. Слышкин пишет: «... концепт – единица, призванная связать воедино научные изыскания в области культуры, сознания и языка, так как он принадлежит сознанию, детерминируется культурой и опредмечивается в языке» [Слышкин, 2000. С. 6].

Анализируя руссоцентрический дискурс, мы пытаемся выявить в нем элементы внешней для дискурса культуры, пропущенные сквозь сознание дискурсивной личности и вербализованные в языке описания, порой преодолевая сопротивление этого языка.

2. Методологический фундамент исследования

Методика исследования включает в себя следующие составляющие.

1. Составление и ручная разметка пилотного корпуса заголовков научно-популярных и публицистических книг о России, включая:

1) англоязычный подкорпус ROSSICA-T-Eng, состоящий из 370 заголовков, охватывающих период 1699–2023 гг.;

2) финноязычный подкорпус ROSSICA-T-Fi, состоящий из 120 наименований и охватывающий период 1859–2023 гг. Более ранние издания, опубликованные изначально на шведском языке и переведенные на финский, в корпус не вошли как не удовлетворяющие требованию аутентичности;

3) японоязычный подкорпус ROSSICA-T-Jap, состоящий из 100 заголовков, охватывающих период 1889–2023 гг.

2. Обработка корпуса с привлечением стандартных инструментов корпусного анализа, выявление и категоризация ключевых слов.

3. Получение и интерпретация статистических данных по выделенным параметрам аннотирования корпуса.

4. Профилирование идентифицированных ксенонимов-русизмов в справочных корпусных базах данных (COCA и BNC для английского языка; корпуса газетных текстов для финского языка; BCCWJ для японского языка).

5. Дискурсивный анализ собранного материала, направленный на выявление маркеров руссоцентрического дискурса на уровне глубинной и поверхностной структур.

3. Результаты исследования

В анализе формальных особенностей анализируемого текстового материала мы коснемся трех аспектов: структурно-синтаксического, лексического и стилистического.

В **структурно-синтаксическом отношении** обращает на себя внимание стереотипность структуры заголовков, в которых можно выделить повторяющиеся модели (табл. 1).

Таблица 1

Структурные модели заголовков руссоцентрического дискурса

Table 1

Structural models of headlines in Russia-centered discourse

Маркер дискурса	Rossica-T-Eng	Rossica-T-Fi	Rossica-T-Jap
1	2	3	4
Модель 1а. [тезис: пояснение]	E. g. 1. Russia in Arms: A story of the czar's troops (букв. Вооруженная Россия: история военных сил царя)	E. g. 2. Näkymätön Venäjä: kirjoituksia Pietarista (букв. Невидимая Россия: записки о Петербурге)	E. g. 3. ロシアのなかのソ連: さびしい大国、人と暮らしと戦争と (букв. Советский Союз в России: одинокая великая держава...)
Модель 1б. [вопрос: пояснение]	E. g. 4. Is Russia Fascist?: Unraveling Propaganda East and West (букв. Фашистская Россия?: раскрывая пропаганду на Востоке и Западе)	E. g. 5. Kuka omistaa Venäjän?: omistamisen ja vallan dynamiikka Venäjällä (букв. Кому принадлежит Россия?: динамика собственности и власти в России)	E. g. 6: ロシア やはり恐ろしい闇の歴史: 教科書に載らない暗黒の履歴とは (букв. Страшная тьма истории России: какова та темная история, которой нет в учебнике?)
Модель 2а. [РОССИЯ и X] Subj	E. g. 7: Russia and Reform (букв. Россия и реформа)	E. g. 8: Venäläinen kapitalismi ja Suomi (букв. Русский капитализм и Финляндия)	E. g. 9: ロシア文学とセクシュアリティ (букв. Русская литература и сексуальность)

Окончание табл. 1

1	2	3	4
Модель 2б. [НОСИТЕЛЬ ВЛАСТИ и X] Subj	E. g. 10: The march of Muscovy: Ivan the Terrible and the growth of the Russian Empire 1400–1648 (букв. Марш Московии: Иван Грозный и рост Российской Империи в 1400–1648 гг.)	E. g. 11: Stalin ja suomalaiset (букв. Сталин и финны)	E. g. 12: プーチンとロシア人 (букв. Путин и русские)
Модель 2в. [N+N] AdvM	E. g. 13: Bloodlands: Europe Between Hitler and Stalin (букв. Кровавые земли: Европа между Гитлером и Сталиным)	E. g. 14: Neuvostoliitto muistoissa ja mielikuvissa (букв. Советский Союз в воспоминаниях и образах)	E.g. 15: ロシアのユーモア—政治と生活を笑った300年 (букв. Русский юмор: 300 лет смеха над политикой и жизнью)
Модель 3. [РУССКИЙ X]	E. g. 16: Russian Zone (букв. Русская зона)	E. g. 17: Venäläinen Suomi (букв. Русская Финляндия)	E.g. 18: 「帝国」ロシアの地政学 (букв. Геополитика «имперской» России)

Приведем некоторые обобщения и пояснения относительно описанных выше типичных для заголовков *Rossica* структурных моделей.

Во-первых, наиболее явственной характерной особенностью заголовков *Rossica* является двухчастная структура (см. Модель 1 в табл. 1): в английском материале доля заголовков, основанных на этой модели, составляет 65 %, в финском и японском – около 40 %. Тем не менее мы не рассматриваем ее как особый маркер руссоцентрического дискурса. Дж. Люисон и Дж. Хартли [Lewison, Hartley, 2005] указывают на прямую взаимосвязь между указанной структурой и информативностью заголовка, отмечая, что данный прием позволяет удлинить заголовок, включить в него больше смысловых опор.

При существенной детализации содержания заголовков может приобретать черты аннотации в память о том, что еще относительно недавно они были единым синкретичным типом текста:

E. g. 19: American Kompromat: How the KGB Cultivated Donald Trump, and Related Tales of Sex, Greed, Power, and Treachery (букв. Американский компромат: как КГБ пестовало Дональда Трампа и прочие истории о сексе, жадности, власти и предательстве).

E. g. 20: Kalentari-Kansan 1910: Suomalainen Wenäjällä wuodelle 1910 jälkeen Kristuksen syntymän 32 vuosikerta (букв. Народный календарь 1910: финн в России в 1910 году от Рождества Христова, книга 32).

E. g. 21: ウクライナ戦争をどうみるか: 「情報リテラシー」の視点から読み解くロシア・ウクライナの実態 (букв. Как смотреть на войну на Украине: понимание реалий России и Украины с точки зрения «информационной грамотности»).

Таким образом, можно предварительно заключить, что описанная структурная черта призвана раздвинуть границы заголовка как предельно компактного типа текста и позволить включить в него максимальное число содержательных опор.

Другим аспектом рационала данной модели является введение стилистически маркированной части, призванной выполнять апеллятивную и индивидуализирующую функции заголовка. Так, одна из частей модели может быть оформлена в виде риторического вопроса. Семантика вопроса коррелирует с одной из содержательных доминант *Rossica* – концептом ТАЙНА/ЗАГАДКА. В примере 4 этот концепт вербализуется одновременно вопросом и лексемой “ungravel” (букв. раскрывать, разгадывать).

Другой типичной для рассматриваемого материала структурой является [N + N] (см. Модель 2 в табл. 1), зачастую дополняющая конструкцию с двоеточием. Одним из слотов в данной конструкции обычно вербализуется концепт РОССИЯ – эксплицитно (прямым наименованием страны), метонимически (топонимом или антропонимом: е. g. “Putinlandia”) или метафорически (е. g. “Land of the Czar”), неологически (е. g. 「おそロシア」 «Осоросиа», игра слов «осоросий» (букв. жуткий, страшный) и «росиа» – Россия).

При вариативности синтаксических ролей (маркируемых в финском языке разными падежными формами) наибольшей частотностью отличается субъектная конструкция (Модель 2а, б). На втором месте по частотности стоят однородные обстоятельственные конструкции с разным значением (Модель 2в).

Третьей из отмеченных моделей является генитивная конструкция [Россия.Gen/Русский + N], фокусирующая внимание на каком-либо аспекте концепта РОССИЯ (см. Модель 3 в табл. 1).

Таким образом, в структурно-семантическом отношении были выделены общие для всех рассматриваемых языков структуры.

В **стилистическом отношении** обращает на себя внимание привлечение в какой-то мере типового, ограниченного набора стилистических приемов, коррелирующих с апеллятивной функцией заголовка, но в силу высокой стандартизованности слабо реализующих индивидуализирующую функцию.

Так, авторы нередко прибегают к звуковой аранжировке заголовка с помощью фонетического повтора, к смысловой переключке (антитезе) и к интертекстуальным отсылкам (табл. 2).

Заголовки *Rossica* нередко содержат отсылки к прецедентным текстам о России (см. примеры 28–30). Причем корпус этих прецедентных текстов отчасти совпадает для рассматриваемых языков.

Так, оригинальное русское название романа Л. Н. Толстого «Война и мир» “просвечивает” в кальке на англ. “War and Passion” (букв. «Война и Страсть»), финск. “Sotaa ja rauhaa – Suurvaltakilpailu, etupiirit ja Suomi” (букв. «Война и мир – Соперничество великих держав, сферы интересов и Финляндия»), и яп. 「へいわとせんせそう」 (букв. «Мир и война»).

В англоязычном материале также обнаруживаются отсылки к названиям романа «Анна Каренина» Л. Н. Толстого, пьесы «Три сестры» А. П. Чехова, а также комбинированная отсылка одновременно к двум каноническим предтекстам – «Война и мир» и «Преступление и наказание» в заголовке “War and Punishment” (букв. «Война и наказание») (подробнее см. [Beloglazova, Sergaeva, 2022]).

Репертуар прецедентных текстов, актуальных для финоязычного дискурса, включает роман Н. В. Гоголя «Мертвые души», к которому отсылает “Minne troika rientää?” (букв. Куда мчится тройка?), поэзию А.С. Пушкина (“Kokonaan en kuole: Aleksandr Puskinin elämää ja tuotantoa” (букв. Весь я не умру: жизнь и творчество Александра Пушкина). А заголовок “Varastettua ilmaa: varaita esseitä Venäjältä” (букв. Ворованный воздух: свободные эссе о России) отсылает читателя к высказыванию О. Мандельштама [Мандельштам, 1971]. При этом в некоторых случаях прецедентный текст предстает в виде транслитерированной цитаты:

Е. g. 33: Govorit Moskva – Moskova puhuu: Venäjän strategisen viestinnän erityispiirteet (букв. Govorit Moskva – Москва говорит: особенности российской стратегической коммуникации).

Таблица 2

Стилистические черты заголовков руссоцентрического дискурса

Table 2

Stylistic markers of headlines in Russia-centered discourse

Маркер дискурса	Rossica-T-Eng	Rossica-T-Fi	Rossica-T-Jap
Аллитерация	E. g. 22: Leningrad. Siege and Symphony (букв. Ленинград: блокада и симфония).	E. g. 23: Varastettua ilmaa: vapaita esseitä Venäjältä (букв. Ворованный воздух: свободные эссе о России).	E. g. 24 「:ゴグとマゴグ」 (букв. Гог и Магог). 「おいしいロシア」 (букв. Вкусная Россия [Осисий Росиа]).
Антитеза	E. g. 25: Lost and Found in Russia: Lives in the Post-Soviet Landscape (букв. Потерянные и нашедшиеся в России: жизни в постсоветском ландшафте).	E. g. 26: Venäjä: uhka vai mahdollisuus?: avointa keskustelua Suomen Venäjä-suhteesta (букв. Россия: угроза или возможность?: открытая беседа об отношениях Финляндии и России).	E. g. 27: 夕暮れに夜明けの歌を文学を探しにロシアに行く (букв. Песнь рассвета в сумерках: в Россию в поисках литературы).
Интертекстуальность	E. g. 28: Alexander I: Tsar of War and Peace (букв. Александр I: царь войны и мира).	E. g. 29: Minne troikka rientää? (букв. Куда мчится тройка?).	E.g. 30: 頭じゃロシアはわからない (букв. Головой Россию не понять)

Примечательно, что прецедентным текстом не обязательно выступает русская классика; одним из наиболее активных предтекстов в англоязычном материале является книга Дж. Рида “Ten Days That Shook the World” (1919) (букв. «Десять дней, которые потрясли мир»), явственные отсылки к которой пронизывают весь дискурс о России на протяжении уже более века. Для финского дискурса наиболее продуктивным предтекстом является песня группы Beatles “Back in the USSR”, отсылка к которой предстает в финском материале и как “Takaisin Neuvostoliittoon” (“Назад в Советский союз”), и как “Takaisin Venäjälle” (“Назад в Россию”).

Широкое использование прецедентных текстов в финском подкорпусе (10 % против 4 % в Rossica-T-Eng) свидетельствует о более прочных и узко-направленных культурно-исторических связях между Финляндией и Россией, что обусловлено географическим фактором и общим историческим прошлым [Kangas, 2011].

Стилистические приемы часто вводятся в заголовок как единый комплекс, создавая эффект выдвижения, «фокусируя внимание читателя на определенных элементах сообщения» [Арнольд, 2021. С. 99].

В лексическом отношении отметим две яркие особенности рассматриваемого дискурса – введение в заголовок указания на жанр и использование ксенонимов описываемой культуры (табл. 3).

Интересной особенностью анализируемого материала является включение названия жанра в состав самого заголовка, что способствует активации в сознании читателя определенных черт жанрового канона и созданию некоторой стереотипизированной модели подачи материала

ла (см. примеры 34–36 в табл. 3). Жанровый репертуар достаточно широк и включает травелог, биографию, библиографию, мемуар, дневник, путеводитель, впечатления, зарисовки, историю, эссе, анекдоты, легенды и некоторые другие.

Таблица 3

Лексические черты заголовков руссоцентрического дискурса

Table 3

Lexical markers of headlines in Russia-centered discourse

Маркер дискурса	Rossica-T-Eng	Rossica-T-Fi	Rossica-T-Jap
Указание на жанр	E. g. 34: Russia's People of Empire: <i>Life Stories</i> from Eurasia, 1500 to the Present (букв. Российские люди империи: жизненные истории из Евразии...).	E. g. 35: <i>Bisnesopas Venäjän valloittajille: suhteita, shakkia ja shampanjaa</i> (букв. Бизнес-гид для завоевателей России: отношения, шахматы и шампанское).	E. g. 36: NHK ラジオまいにちロシア語 (букв. Радио NHK: уроки русского языка каждый день).
Ксеноним	E. g. 37: White terror: Cossack warlords of the Trans-Siberian	E. g. 38: <i>Stalinismin lyhyt kurssi. Suomalaiset Moskovan Lenin-koulussa 1926–1938</i> (букв. Краткий курс сталинизма: финны в московской школе Ленина).	E. g. 39: コサックのロシア – (букв. Казачья Русь...)

К наиболее ярким и узнаваемым лексическим маркерам названного дискурса также относятся ксенонимы-русизмы (е. г. англ. *czar*, *bolshevik*, фин.: *bolshevismi*, *duuma*; яп. [*росиа*], [*косакку*], etc.).

Применительно к рассматриваемому материалу отметим ряд особенностей их функционирования.

Во-первых, графические приемы выделения ксенонимов (капитализация, курсив), традиционно служащие в европейских языках для их выдвигания и облегчения рецепции, систематически не работают в заголовках, где графическое оформление следует не правилам, а эстетическим представлениям оформителя. Как следствие, ксенонимы сливаются с окружением, что накладывает некоторые ограничения на их репертуар, который, фактически, суживается до базовых ксенонимов.

В отношении ксенонимов японский язык принципиально отличается от европейских языков, привлекаемых в нашем исследовании. Как отмечает В. М. Алпатов и другие исследователи [Алпатов, 1976; Карнова, 2013], лексикон японского языка образует три четко выделяемые подсистемы: (1) ваго – подсистема исконной лексики, (2) канго – подсистема заимствований из китайского, (3) гайрайго – подсистема заимствований из европейских языков. Разграничению канго и гайрайго способствует разный механизм заимствования: китаизмы попадают в японский язык через письменную речь посредством прямого переноса иероглифов, в то время как гайрайго попадают преимущественно из устной речи и в языке фиксируется их фонетический облик, т. е. в случае канго механизм заимствования – трансплантация иероглифов, а в случае гайрайго – транскрипция с помощью специально для этих целей используемого алфавитного письма катакана [Otake, 2008]. Так, именно катаканой записывается название страны «Россия» – ロシア [росиа], и имя президента Путина – プーチン [путин] в заголовке

プーチン幻想 「ロシアの正体」と日本の危機 (букв. Фантазии Путина: истинная идентичность России и японский кризис).

Помимо катаканы, современный японский язык также активно использует латиницу для введения заимствований, причем в том числе и заимствований из нелатиноалфавитных языков, к каковым относится русский:

Е. g. 40: 諜報国家ロシア-ソ連 K G B からプーチンの F S B 体制まで (букв. Национальная разведка в России – от Советского КГБ до путинского ФСБ).

В приведенном заголовке присутствует два русизма, введенных в латинской транслитерации.

Во-вторых, тяготеющий к краткости, заголовок отдает предпочтение односложным номинациям, что влечет за собой доминирование формально заимствуемых ксенонимов (основанных на транскрипции, транслитерации, реже – кальке) и отказ от гибридных и комплексных стратегий их введения.

Так, Дж. Рид [Reed, 1918], описывая политическое устройство новосозданного Советского государства, вводит в текст описание серию ксенонимов, систематически сопровождая заимствование поясняющим переводом: “the Soviets (or Councils) of Workers”, “Volost, or Township, Soviet”. Подобная развернутая стратегия неприменима в жанре заголовка, где ксенонимы вводятся без пояснений и, нередко, в малоинформативном контексте: “From Tsar to Soviets: The Russian people and their revolution”.

Но именно чужеродность и непрозрачность и мотивирует введение ксенонимов, самой своей непрозрачностью создающих эффект загадочности и экзотичности.

Крайне частотны ксенонимы-имена. В основном авторы предпочитают вводить прецедентные антропонимы и топонимы, за которыми встает определенное готовое, нередко мифологизированное, содержание. К таким, безусловно, узнаваемым, обросшим мифами именам относятся «Петр I (Великий)», «Сталин».

Из прецедентных топонимов опорными для руссоцентрического дискурса оказываются «Москва» и «Петербург/Ленинград». Для англоязычного дискурса актуальна также Siberia (Сибирь). Как подтверждают и количественные данные, именно Siberia является самым плодотворным топонимическим ксенонимом, актуализирующим широчайший набор ассоциаций [см. Белоглазова, Кабакчи, 2020].

Для финского подкорпуса характерным можно считать упоминание топонимов приграничных или географически близких территорий, например Latvasaari ‘Лауватсаари’, Vienanmeri ‘Белое море’, что показывает концентрацию интереса на стратегически и исторически важных для Финляндии регионах. Представленные примеры также демонстрируют и другую отличительную черту – использование преимущественно финских вариантов топонимов, а не переводных, как в англо- и японоязычном дискурсе. Это объясняется, в первую очередь, историческими и географическими причинами: на упоминаемых территориях проживали финно-угорские народы, что способствовало появлению финно-угорского субстрата в топонимике края [Жиришева, 2006].

При общей установке на узнаваемость и доступность в отдельных случаях автор может пойти по пути нагнетания загадочности, обозначив прецедентную фигуру непрозрачной номинацией:

Е. g. 41: Koba the Dread: Laughter and the Twenty Million (букв. Коба Грозный: смех и двадцать миллионов), где И. В. Сталин именуется комбинацией своей партийной клички «Коба» и не самым распространенным вариантом кальки прозвища «Грозный».

Подводя предварительный итог обзору маркеров руссоцентрического дискурса на поверхностном уровне, обратим внимание на то, что все отмеченные выше черты объединяет общее концептуальное ядро – они все могут рассматриваться как вербализации концепта РОССИЯ. Однако при этом они соотносятся с разными слотами этого концепта. Рассмотрим подробнее,

из каких составляющих выстраивается данный концепт и какие в нем выделяются содержательные доминанты.

Выявление **содержательных доминант** руссоцентрического дискурса основывается на двух подходах: категоризация основных (первые 15 в списке) ключевых слов подкорпусов и глубинный анализ корпусных данных, сопровождающий семантическое аннотирование подкорпусов (см. табл. 4).

Таблица 4

Содержательные доминанты руссоцентрического дискурса

Table 4

Conceptual mainstays of the Russia-centered discourse			
Параметр	Rossica-T-Eng	Rossica-T-Fi	Rossica-T-Jap
А. Ключевые слова	Russia (Россия), Russian (русский), Muscovy (Московия), Soviet (Советский); czar/tsar (царь); Putin, Stalin, Peter, Ivan, history (история), terror (террор), war (война)	Venäjä (и слово-формы) Россия; Venäläinen (и слово-формы) (русский); Neuvostoliitto (Советский Союз); Suomi Финляндия; Putin; Aleksandr; Autonomian (автономия); Tarakulttuuri (повседневная культура)	ロシア (Россия), プーチン (Путин), ドゥストエフスキ (Достоевский), トルストイ (Толстой) 文学 (литература), ロシア語 (русский язык), 戦争 (война), キリスト教 (христианство)
Б. Лексико-семантические поля	Россия Власть Война/угроза Культура Тайна Протяженность/величие	Россия Культура Личные впечатления Власть Международные отношения Экономика	Россия Война Литература Власть Красота Международные отношения

Рассмотрим результаты категоризации ключевых слов.

Оговоримся, что под «ключевыми словами» в корпусной лингвистике понимаются слова, которые отличает нетипичная частотность [Scott, 1997. С. 236]. Понятие было введено М. Скоттом для выявления слов, «ведущих» себя в корпусе культурно-специфическим образом, анализ которых позволяет проникнуть в сущность социально значимых концептов [Scott, 1997. С. 233]. Таким образом, фокус на ключевые слова действительно дает возможность выявить тот самый особый ракурс, отличающий рассматриваемый дискурс, как он представлен в заголовках.

Первые 15 ключевых слов рассматриваемых подкорпусов (см. табл. 4, А) оказываются частично соотносимыми. Так, во всех вариантах дискурса можно констатировать представленность категорий «идентичность страны» (вербализована названиями страны) и «политический строй». Однако если для английского языка эти категории будут доминантными и детализированными, то в японоязычном варианте дискурса они представлены минимально. Для финского дискурса также важной оказывается категория «позиционирование своей страны», представленная такими ключевыми словами, как Suomi (‘Финляндия’) и Autonomian (‘автономии’). Это связано с особенностями исторических взаимоотношений Финляндии и России: в 1809–1917 гг. Финляндия являлась частью Российской империи, сохраняя автономный

статус; подчеркивание своей автономии и национальной идентичности явственно прослеживается с XIX века, на протяжении советского периода, когда стране важно было сохранить дружеские добрососедские отношения с Советским Союзом, но в то же время показать свою независимость от него для западного мира. В японском дискурсе на передний план выступает тема культуры, представленная наиболее выпукло и охватывающая язык, литературу и религию описываемой страны.

Анализ содержательных доминант также выявляет общие и культурно-специфические составляющие (см. табл. 4). Так, для английского дискурса специфичным оказывается концепт ТАЙНА, для финского – ЛИЧНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ, для японского – КРАСОТА. Различаются лингвокультурные дискурсы и степенью доминантности той или иной составляющей.

Безусловно, глубокий анализ невозможен без учета широкого контекста, отсутствующего в нашем материале, а потому относится к перспективам дальнейшего исследования. Однако и сейчас возможно обобщить некоторые наблюдения.

Заключение

Проведенное исследование на материале англо-, финно- и японоязычного дискурса о России позволяет говорить о коррелирующих маркерах руссоцентрического дискурса в генетически и типологически различающихся языках. Так, на поверхностном уровне были выявлены сходные лексические, синтаксические и стилистические черты; на глубинном уровне анализ показал наличие общего ядра дискурса – сходных слотов, из которых конструируется концепт РОССИЯ.

В то же время обнаружилось и лингвокультурно-специфические черты, которые в целом сводятся к различиям в выборе репрезентантов той или иной категории средств: так, наблюдаются различия в репертуаре ксенонимов и прецедентных текстов и имен.

Выявленные различия носят не только качественный, но и количественный характер, т. е. определяются выраженностью того или иного маркера.

В то же время, как бы ни соблазнительно было снабдить выявленные маркеры статистическими параметрами, мы вынуждены признать ограниченность этого подхода к изучаемому дискурсивному материалу.

Безусловно, полученные корпусные данные позволяют без труда подсчитать частотность репрезентантов на поверхностном уровне, однако вдумчивый анализ показывает важность учета имплицитных и контекстуальных средств выражения смыслов, что делает невозможной механическую корреляцию единиц поверхностного и глубинного уровней дискурса.

Так, важным мотивом руссоцентрического дискурса является позиционирование России в сети международных отношений с ее соседями/ врагами/ партнерами. Этот мотив вербализуется открытым множеством языковых средств, включая лексические (наименования стран-партнеров и типов отношений); синтаксические (конструкции [N и N]; [N или N]; [от N к N] и др.); стилистические (метафоры, аллюзии, раскрывающие ту или иную оценочность; антиномии и аллитерации, усиливающие смысловые параллели).

В то же время казалось бы семантически перекликающиеся элементы при ближайшем рассмотрении оказываются соотносимыми с разными концептами. Так англ. “cold” может быть вербализацией как концепта ХОЛОД, так и концепта МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ. Генитивная конструкция может участвовать в конструировании образа России сквозь призму отношений принадлежности, вербализуя в одних случаях концепт ВЕЛИЧИЕ, а в других – ЧАСТНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ.

Сделанные наблюдения, лишь намеченные в настоящей статье, подтверждают гипотезу о наличии, с одной стороны, универсальных лингвистических механизмов иноязычного описания культуры, а с другой – своего лингвокультурно обусловленного канона руссоцентри-

ческого дискурса, формируемого под влиянием идеолого-мировоззренческих особенностей авторизирующей лингвокультуры.

Список литературы

- Алпатов В. М.** О соотношении заимствованных элементов в системе японского языка // Вопросы языкознания. 1976. № 6. С. 87–95.
- Арнольд И. В.** Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // Иностранные языки в школе. 1978. № 4. С. 23–24.
- Арнольд И. В.** Стилистика. Современный английский язык. М.: Флинта, 2021. 114 с.
- Ван Дейк, Т. А.** Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. С. 111–160.
- Гальперин И. Р.** Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 138 с.
- Кабакчи В. В., Белоглазова Е. В.** Введение в интерлингвокультурологию. М.: Юрайт, 2020. 253 с.
- Карасик В. И.** Лингвокультурные концепты: подходы к изучению // Социолингвистика вчера и сегодня. 2004. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturnye-kontsepty-podhody-k-izucheniyu> (дата обращения: 17.07.2023).
- Карнова Т. С.** Заимствования в японском языке: гайрайго // Актуальные проблемы современной лингвистики. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2013. С. 49–54.
- Киришева Т. И.** Русская топонимия финно-угорского происхождения на территории Онежского полуострова: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2006. 19 с.
- Мандельштам О.** Четвертая проза // Собр. соч. в 4 т. Т. 2: Проза. Нью-Йорк: Международное литературное содружество, 1971. URL: http://lib.ru/POEZIQ/MANDELSHTAM/chetwertaya_proza.txt (дата обращения: 17.07.2023).
- Слышкин Г. Г.** Лингвокультурные концепты прецедентных текстов. М.: Academia, 2000. 140 с.
- Степанов Ю. С.** Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности // Язык и наука конца XX века. М.: Рос. гос. гуманитарный ин-т, 1995. С. 35–73.
- Шкловский В. Б.** Тетива: О несходстве сходного. М.: Советский писатель, 1970. 376 с. URL: <http://philologos.narod.ru/shklovsky/tetiva.htm> (дата обращения: 17.07.2023).
- Шкловский В. Б.** О теории прозы. М.,: Круг, 1925. URL: <https://www.opojaz.ru/manifests/kakpriem.html> (дата обращения: 17.07.2023).
- Beloglazova E. V., Kabakchi V. V.** Siberia / Sibir / Sibir' / Sybir: What's in a Name? // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. 2020. Vol. 13, No. 12. P. 1902–1913. DOI 10.17516/1997-1370-0693
- Beloglazova E. V., Sergaeva Yu. V.** Titular creativity in Rossica: can you know a book by its cover? // Когнитивные исследования языка. 2022. No. 2(49). P. 516–520.
- Churchill W.** Text of Winston Churchill's Radio Address // New York Times, October 2, 1939. P. 6.
- Kangas A.** Beyond Russophobia: A practice-based interpretation of Finnish–Russian/Soviet relations // Cooperation and Conflict. 2011. Vol. 46 (1). P. 40–59.
- Lewison G., Hartley J.** What's in a title? Numbers of words and the presence of colons // Scientometrics. 2005. Vol. 63. P. 341–356.
- Otake M. P.** Gairaigo – Remodelling Language to Fit Japanese. Tokyo Seitoku University Faculty of Humanities Bulletin. 2008. No. 15. P. 87–101.
- Reed J.** The Structure of the Soviet State. URL: <https://www.marxists.org/archive/reed/1918/state.htm> (дата обращения: 17.07.2023).
- Scott M.** PC analysis of key words - and key key words. System. 1997. Vol. 25(2). P. 233–245.

References

- Alpatov V. M.** On the place of borrowed elements in the system of the Japanese language. *Voprosy Yazykoznaviya*, 1976, № 6, pp. 87–95. (in Russ.)
- Arnol'd I. V.** The significance of the strong position for literary text interpretation. *Inostrannye iazyki v shkole*, 1978, no 4, pp. 23–24. (in Russ.)
- Arnol'd I. V.** Stylistics. Modern English. Moscow, Flinta publ., 2021, 114 p. (in Russ.)
- Beloglazova E. V., Kabakchi V. V.** Siberia / Sibir / Sibir' / Sybir: What's in a Name? *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2020, vol. 13, no. 12, pp. 1902–1913. DOI 10.17516/1997-1370-0693
- Beloglazova E. V., Sergaeva Yu. V.** Titular creativity in Rossica: can you know a book by its cover? *Kognitivnye issledovaniia iazyka*, 2022, no. 2(49), pp. 516–520.
- Churchill W.** Text of Winston Churchill's Radio Address. *New York Times*, October 2, 1939, p. 6.
- Gal'perin I. R.** Text as an object of linguistic research. Moscow, Nauka publ., 1981, 138 p. (in Russ.)
- Kabakchi V. V., Beloglazova E. V.** Introduction to Interlinguaculturology. Moscow, Urait publ., 2020, 253 p. (in Russ.)
- Kangas A.** Beyond Russophobia: A practice-based interpretation of Finnish–Russian/Soviet relations. *Cooperation and Conflict*, 2011, vol. 46 (1), pp. 40–59.
- Karasik V. I.** Linguicultural concepts: approaches to research. *Sociolinguistics yesterday and today*, 2004. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturnye-kontsepty-podhody-k-izucheniyu> (accessed: 17.07.2023) (in Russ.)
- Karnova T. S.** Loans in Japanese: gairaigo. *Topical issues of modern linguistics*. St. Petersburg: SPbGEU, 2013, pp. 49–54. (in Russ.)
- Kirisheva T. I.** Russian toponymics of Finno-Ugric origin on the Onega peninsula territory: abstract of candidate dissertation. Ekaterinburg, 2006, 19 p. (in Russ.)
- Lewison G., Hartley J.** What's in a title? Numbers of words and the presence of colons. *Scientometrics*, 2005, vol. 63, pp. 341–356.
- Mandelstam O.** Fourth pose. In *Mandelstam O. Collection of works in 4 volumes. Vol. 2. Prose*. New York: "Mezhdunarodnoe literaturnoe sodruzhestvo", 1971. URL: http://lib.ru/POEZIQ/MANDELSHTAM/chetwertaya_proza.txt (accessed: 17.07.2023). (in Russ.)
- Otake M. P.** Gairaigo-Remodelling Language to Fit Japanese. Tokyo, Seitoku University Faculty of Humanities Bulletin, 2008, no. 15, pp. 87–101.
- Reed J.** The Structure of the Soviet State. URL: <https://www.marxists.org/archive/reed/1918/state.htm> (accessed: 17.07.2023).
- Scott M.** PC analysis of key words - and key key words. *System*, 1997, vol. 25(2), pp. 233–245.
- Shklovsky V. B.** Bowstring: On Dissimilarity of the Similar. Moscow, Sovetskii pisatel' publ., 1970, 376 p. URL: <http://philologos.narod.ru/shklovsky/tetiva.htm> (accessed: 17.07.2023). (in Russ.)
- Shklovsky V. B.** On the Theory of Prose. Moscow, Krug publ., 1925. URL: <https://www.opojaz.ru/manifests/kakpriem.html> (accessed: 17.07.2023). (in Russ.)
- Slyshkin G. G.** Linguacultural concepts of precedent texts. Moscow, Academia publ., 2000. 140 p. (in Russ.)
- Stepanov Yu. S.** Alternative World, Discourse, Fact, and the Principle of Causality. *Language and Science of the Late XX Century*. Moscow, 1995, pp. 35–73. (in Russ.)
- Van Dijk T. A.** News as discourse. *Language. Cognition. Communication*. Moscow, Progress publ., 1989, pp. 111–160. (in Russ.)

Информация об авторах

Белоглазова Елена Владимировна, доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой английского языка для профессиональной коммуникации Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена

Осьмак Наталья Андреевна, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой языков Северной Европы Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена

Шувалова Екатерина Константиновна, старший преподаватель кафедры восточных языков и лингводидактики Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена

Information about the Authors

Elena V. Beloglazova, Doctor of Sciences (Philology), head of the English for Professional Purposes Department, Herzen State Pedagogical University

Natalia A. Osmak, Candidate of Sciences (Philology), head of the Northern European Languages Department, Herzen State Pedagogical University

Ekaterina K. Shuvalova, senior lecturer of the Eastern Languages and Applied Linguistics department, Herzen State Pedagogical University

*Статья поступила в редакцию 02.08.2023;
одобрена после рецензирования 23.11.2023; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 24.08.2023;
approved after reviewing 23.11.2023; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 81'42

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-120-131

**Стратегия саморепрезентации и речевые тактики
в политическом дискурсе
(на материале публичных выступлений политиков
Латинской Америки в ООН)**

Евгений Владимирович Бочаров

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Москва, Россия

ebocharov@hse.ru, <https://orcid.org/0009-0003-4883-7635>

Аннотация

В статье рассматриваются прагматические характеристики речевых тактик, составляющих стратегию саморепрезентации в статусно-обусловленном политическом дискурсе. Материалом исследования послужили выступления президентов и премьер-министров стран Латинской Америки, сделанных в рамках 73 и 77 сессии Генеральной Ассамблеи ООН. Сделан вывод о том, что в институциональном выражении современный латиноамериканский дискурс характеризуется идеологической гетерогенностью, преобладанием проблематики социальной справедливости и неравенства, экспрессивностью и антиимпериалистическими идеями. Главной целью выступлений политиков перед представителями и гражданами стран мира (внешняя адресация), для многих из которых решения, принятые ООН, могут стать судьбоносными, является саморепрезентация, ориентированная на создание и закрепление конкретного образа за первым лицом государства и за самой страной. Актуальность подобного исследования объясняется необходимостью уточнения теоретико-прагматических основ анализа политического дискурса с позиции адресанта. Для достижения поставленной цели используется метод дискурс- и контент-анализа. В результате исследования было выявлено, что коммуникативная стратегия саморепрезентации в выступлениях на Генеральной Ассамблее ООН выражается дискурсивными доминантами («мы – жертва», «наш народ») и приемами («сильная личность», «апелляция к авторитету», «апелляция к историческим документам», «апелляция к конституирующим документам»). Дискурсивная доминанта «наш народ» характеризуется использованием стилистически окрашенной лексики с положительным аксиологическим модусом с целью изменить прежний концептуальный образ латиноамериканского общества как традиционно маргинализованного. Дискурсивная доминанта «мы – жертва» характерна для латиноамериканского региона, в котором сам образ жертвы традиционно является средством оправдания политических и экономических неудач. Анализ также продемонстрировал инвариантность аксиологического модуса дискурсивных доминант и приемов в речах латиноамериканских политиков в пределах своих субдоминант, что свидетельствует о единстве латиноамериканских политиков в аксиологическом пространстве внешней адресации и полностью соотносится с контекстом исторического развития стран этого региона. Перспективы дальнейших лингвистических изысканий состоят в исследовании специфики стратегии саморепрезентации латиноамериканских политиков в политическом дискурсе внутренней адресации и выявлении особенностей имиджевых характеристик в контексте личностно-обусловленного дискурса.

Ключевые слова

стратегия саморепрезентации, самопрезентация политика, речевые тактики, политический дискурс, латиноамериканский дискурс.

© Бочаров Е. В., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 1

Для цитирования

Бочаров Е. В. Стратегия саморепрезентации и речевые тактики в политическом дискурсе (на материале публичных выступлений политиков Латинской Америки в ООН) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 120–131. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-120-131

Self-Presentation Strategy and Speech Tactics in Political Discourse (based on the Public Speeches of Latin American Politicians at the UN)

Yevgeniy V. Bocharov

HSE University
Moscow, Russian Federation

ebocharov@hse.ru, <https://orcid.org/0009-0003-4883-7635>

Abstract

The article is dedicated to the study of self-presentation strategy and speech tactics considered as a communicative strategy aimed at creating a certain image of a politician and changing the conceptual views of the recipients in order to manipulate their consciousness. Implementation of such strategies and tactics can become an effective method to achieve established goals, both state-related and personal. The research material includes public speeches of the Latin American politicians at the 73rd and 77th UN General Assembly. The speeches we analyze are part of the modern Latin American discourse which is defined as ideologically heterogenic with predominant social justice and inequality-oriented approach, expressiveness, and anti-imperialism ideas. The relevance of the present study is determined by the need to clarify the theoretical and pragmatic foundations of the political discourse analysis. For this purpose, self-presentation strategies and speech tactics are studied in comparison. The results show that in the status-conditioned discourse two dominant ideas underlie the self-presentation strategy—“our people”, having a positive axiological status and aimed at changing the views of Latin America’s society as traditionally marginalized, and “we are a victim”, having a negative axiological status, which the politicians use to justify political and economic failures. The speech tactics includes “strong personality”, “appeal to authority”, “appeal to historical documents”, “appeal to constitutive documents”. We have found that the two dominant ideas are made up of some subdominant ideas. These have the same axiological characteristics in the speeches of Latin American politicians which fully corresponds to the historical context of these countries. Thus, the future studies can be centered on studying speech strategies and tactics of personality-conditioned discourse in the respective countries’ media.

Keywords

self-presentation strategy, self-presentation of a politician, speech tactics, political discourse, Latin American discourse

For citation

Bocharov E. V. Self-presentation strategy and speech tactics in political discourse (based on the public speeches of Latin American politicians at the UN). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 120–131. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-120-131

Введение

Стратегия саморепрезентации находится в центре внимания отечественных ученых. Как правило, внимание исследователей привлекает задача установления дискурсивных доминант в речи политика и их соотнесения с коммуникативным контекстом и целью высказывания [Волошина, 2014; Демешкина, 2020; Дубровская, 2017; Паршина, 2005; Устинова, 2018]. Относительно ограниченным остается, однако, изучение стратегии саморепрезентации на материале испаноязычных выступлений [Суханова, 2017; Смирнова, 2014; Ларионова, Сливчикова, 2019]. Исследование латиноамериканского дискурса в современных научных трудах носит фрагментарный и спорадический характер, что объясняет актуальность настоящей статьи и ее новизну. Выявлению прагматических характеристик стратегии саморепрезентации и речевых тактик на материалах статусно-обусловленного дискурса, представленного выступлениями президентов и премьер-министров латиноамериканских стран на Генеральной Ассамблее

ООН, будет способствовать дискурс-анализ, что позволит расширить концептуальную и аксиологическую базу текстов определенного жанра.

Предмет исследования – стратегия саморепрезентации – это один из частных элементов коммуникативной стратегии. В настоящей работе вслед за Г. С. Филаткиной под коммуникативной стратегией понимается «план реализации заранее определенной цели коммуникативного поведения или взаимодействия политического субъекта, для достижения которой используется совокупность различных вербальных и невербальных тактик и приемов» [Филаткина, 2015. С. 14]. Стратегия самопрезентации была изучена с различных ракурсов, например, политического [Филаткина, 2015; Ширяев, 2017 и др.], автобиографического [Волошина, 2014], военного [Уланов, 2014], судебного [Никифорова, 2012], женского диалектного [Демешкина и др., 2020], интернет-дискурса [Дайнеко, 2011] и др. Опираясь на теоретические выкладки и идеи упомянутых работ, а также применяя их к нашему исследованию, мы сформулировали собственное определение стратегии саморепрезентации, под которой понимаем намеренное поведение политика-адресанта, направленное на создание и закрепление индивидуального (своего) или коллективного (странового) статуса и имиджа с целью извлечения личной, политической, экономической или имиджевой выгоды.

Латиноамериканский дискурс, которому принадлежат исследуемые выступления, достаточно специфичен. По сравнению с Европой и странами Северной Америки Латинская Америка находилась на периферии, испытывала технологическую и экономическую отсталость и зависимость, отличалась исторически обусловленной маргинальностью своего культурно-цивилизационного поля [Бондарь, 2016]. Стоит отметить, что «маргинализация» латиноамериканских политиков выражена особой коммуникативной стратегией – сознательным представлением себя нетипичным агентом политического дискурса [Алексеев, 2022]. Условия исторического развития латиноамериканских стран предопределили возникновение и устойчивую популяризацию еще одной специфической характеристики дискурса Латинской Америки – популизма [Моисеенко, 2015; 2019]. Лидеры популистских движений отличаются яркой харизмой и используют темы бедности, неравенства и этническую проблематику в целях увеличения числа собственных сторонников. Однако о том, что такое политика и кого можно считать политиком, единого мнения нет [Алексеев, 2021]. В институциональном выражении современный латиноамериканский дискурс имеет следующие черты: идеологическая гетерогенность, преобладание проблематики социальной справедливости и неравенства, экспрессивность и антиимпериализм. Выбор в качестве материала исследования выступлений латиноамериканских лидеров на Генеральной Ассамблее ООН обусловлен инвариантностью идеологического и аксиологического компонентов речей в диахроническом аспекте.

Коммуникативные стратегии, в том числе стратегия саморепрезентации, реализуется посредством определенных тактик. Под *тактикой* следует понимать набор вербальных и невербальных средств создания конкретного образа у реципиентов с целью формирования необходимой концептуальной картины мира и ее дальнейшего воспроизведения. В зависимости от условий коммуникации могут быть выделены тактики солидаризации и нейтрализации негативного представления о себе [Паршина, 2005], иллюстрации достижений [Мишланов, 2009], оппозиционирования и отождествления [Суханов, 2018]. В дискурсе внешней адресации, представленном разнородным тематическим планом содержания, речевые тактики могут быть подразделены на *дискурсивные доминанты и приемы*. Под *дискурсивной доминантой* понимается яркая и эмоционально окрашенная единица, отражающая конкретные аспекты жизни общества и наполненная определенным аксиологическим содержанием. В отличие от дискурсивных доминант *приемы* тесно связаны с личностью политика и выражены в речи глаголами или притяжательными местоимениями в первом лице.

Выявление инвариантного аксиологического модуса дискурсивных доминант и приемов в речах латиноамериканских политиков составляет цель настоящего исследования.

Дискурсивная доминанта «наш народ»

К способам реализации доминанты «наш народ» в выступлениях латиноамериканских политиков следует отнести использование стилистически окрашенной лексики посредством создания яркого положительного образа народа конкретной страны. Цель, которую этим преследует оратор, состоит в попытке внести коррективы в концептуальную картину мира различных категорий адресата, а именно в их представления о латиноамериканском обществе как традиционно маргинализированном:

Nuestra fuerza patriótica, trabajadora, incansable ha hecho de Colombia **un pueblo que se ha ganado el respeto del mundo**. – *Народ Колумбии заслужил уважение всего мира своим патриотизмом, трудолюбием и упорством* (из выступления президента Колумбии 26.09.2018 г.).

Venezuela hoy viene a decir su verdad, traigo la verdad de **un pueblo luchador, heroico, revolucionario**. – *Сегодня Венесуэла пришла сказать правду. Я несу правду нашего народа – примерного воина, героя и революционера* (из выступления президента Венесуэлы 26.09.2018 г.).

В речах политиков в данной доминанте можно выделить несколько субдоминант.

– народ как инструмент дипломатии:

A través de la **Diplomacia de los Pueblos**. – *Посредством народной дипломатии* (из выступления президента Боливии 20.09.2022 г.).

Un pueblo que está orgulloso de su identidad diversa, puede construir desde las bases de la interculturalidad. – *Народ, который гордится своими многочисленными этническими корнями, должен руководствоваться принципом межкультурности* (из выступления президента Боливии 20.09.2022 г.).

Venimos y hablamos a nombre de **un Pueblo Heroico, Digno, Soberano, Libre**. – *Мы выступаем от имени народа-героя, достойного, суверенного и свободного* (из выступления министра иностранных дел Никарагуа 26.09.2022 г.).

– народ как источник государственности:

El pueblo chileno es trabajador y solidario. Gracias a su esfuerzo hemos pasado en algo más de dos siglos de ser la colonia más pobre de España a ser un país independiente, libre, soberano y pujante. – *Чилийцы – трудолюбивый и сплоченный народ. Благодаря его усилиям мы за чуть более два столетия преодолели путь от беднейшей испанской колонии к независимой, свободной, суверенной и процветающей стране* (из выступления президента Чили 20.09.2022 г.).

A pesar de los enormes desafíos, **el pueblo y gobierno cubanos** no han cejado en su empeño de avanzar en la construcción de **una sociedad socialista más justa, democrática, próspera y sostenible**. – *Брошенный нам вызов не помешал кубинскому народу и правительству следовать по пути построения более справедливого, демократического, процветающего и устойчивого социализма* (из выступления министра иностранных дел Кубы 21.09.2022 г.).

– народ и его след в истории:

... trajeron hasta aquí, no solo **la voz de nuestro pueblo**, sino la de otros pueblos latinoamericanos y caribeños, africanos, asiáticos, no alineados, con los que hemos compartido más de medio siglo de **batalla por un orden internacional justo**. – *... были в этих стенах голосом не только нашего народа, но и народов Латинской Америки, Карибского бассейна, Африки, Азии и неприсоединившихся стран; на протяжении более пятидесяти лет нас объединяла борьба за более справедливый миропорядок* (из выступления председателя Госсовета и Совета министров Кубы 26.09.2018 г.).

– страдание народа:

Así, **nuestros pueblos** se encontraron en la difícil situación de observar **la insuficiencia** de las instituciones nacionales e internacionales para enfrentar **las emergencias**. – *Наши сограждане были вынуждены констатировать неспособность национальных и международных учреждений противодействовать чрезвычайным ситуациям* (из выступления президента Парагвая 20.09.2022 г.).

Pero **los pueblos latinoamericanos** siguen transitando con la fuerza histórica de la **justicia de su causa**, por la búsqueda de **sociedades más justas, más igualitarias, con mayor cohesión social**. – *Народы Латинской Америки не прекращают свою борьбу за справедливость, равноправие и единство* (из выступления президента Перу 20.09.2022 г.).

– народ как катализатор изменений:

Cada pueblo debería encontrar **su propio camino**. Y cada pueblo encontrará amigos en la búsqueda de ese camino. – *Каждый народ должен найти свой путь. Каждый народ найдет единомышленников в поиске этого пути* (из выступления президента Сальвадора 21.09.2022 г.).

Cuando se necesita mayor protagonismo de **los pueblos en crear alternativas para transformar la realidad**. – *Именно народ должен стать рупором альтернативных трансформаций нынешней реальности* (из выступления министра иностранных дел Венесуэлы 24.09.2022 г.).

Un pueblo creyente de dios; que ama y respeta a la familia **como la base de la sociedad**; así como la vida desde su concepción, la libertad y **la construcción de una sociedad en paz**. – *Верующий в Бога народ, для которого семья, жизнь с момента зачатия, свобода и создание мирного общества является главным приоритетом* (из выступления президента Гватемалы 25.09.2018 г.).

Анализ лексической репрезентации данной доминанты во внешней адресации позволил зафиксировать частое использование местоимений *nuestro(s)* и глагольных форм первого лица множественного числа *hemos pasado, venimos y hablamos* как индикатора единства нации. Однако сам политик нередко отделяет собственный образ от коллективного народного: отмечается продуктивное использование слова *pueblo* и глаголов в третьем лице, лексикой с положительным аксиологическим модусом (*pueblo orgulloso, generoso, heroico, digno, soberano, libre, independiente, pujante; sociedad justa, democrática, próspera y sostenible, igualitaria; protagonismo de los pueblos – гордый, щедрый, героический, достойный, суверенный, свободный, независимый, динамичный народ; справедливое, демократическое, процветающее, устойчивое, справедливое общество; ведущая роль народа*).

Дискурсивная доминанта «мы – жертва»

Образ жертвы прочно связан со странами Латинской Америки. Это объясняется спецификой исторического развития, неустойчивостью экономики, гетерогенностью идеологических течений и формирующимся политическим самосознанием. Латиноамериканские политики используют аксиологический инструментарий данной доминанты в личных целях – как средство оправдания за политические и экономические неудачи. Данная стратегия состоит из следующих субдоминант:

– насилие:

En la Argentina **el intento de asesinar** a la Vicepresidenta no solo afectó la tranquilidad pública. – *В Аргентине намерение убить вице-президента не просто взволновало общество* (из выступления президента Аргентины 20.09.2022 г.).

La violencia ha creado una profunda fragmentación social, que no permite la más elemental cohesión. – *Насилие привело к глубокому социальному расслоению, лишив нас шансов на достижение минимальной сплоченности* (из выступления министра иностранных дел Доминиканы 21.09.2022 г.).

También, debemos decirlo, ese descontento se manifestó en graves **episodios de violencia**, como fueron la inaceptable **quema de estaciones de metro y la vandalización de centros cívicos**. – *Недовольство привело к росту насилия, поджогам станций метро и случаям вандализма в общественных местах* (из выступления президента Чили 20.09.2022 г.).

Hace apenas dos días, en pleno centro de la ciudad de Guayaquil, donde nació, un fiscal fue cobardemente **acribillado** por sicarios del **crimen organizado**. Se trataba de un funcionario entre cuyas investigaciones se encontraban grandes casos que involucran a **mafias transnacionales**. – *Всего два дня назад в сердце моего родного города Гуаякиль наемные убийцы подло застрелили*

прокурора, который расследовал преступления транснациональных мафиозных группировок (из выступления президента Эквадора 21.09.2022 г.).

Pero nadie puede negar que muchas personas y familias guatemaltecas, también **han sufrido persecuciones ilegales, o han sido violentados** sus derechos humanos y garantías constitucionales con total impunidad por dicha comisión. – *Никто не может отрицать факты незаконного преследования наших сограждан и их семей, нарушение их прав человека и попрание их конституционных прав, за что Комиссия не понесла никакого наказания* (из выступления президента Гватемалы 25.09.2018 г.).

– чувство несправедливости:

Está demostrado que los Países sin Litoral somos doblemente **afectados**, tenemos costos más altos en las importaciones de productos y **nuestro desarrollo se ve obstaculizado**. – *Давно известно, что страны, не имеющие выхода к морю, несут двойные издержки на импорт товаров, что и сдерживает развитие нашей экономики* (из выступления президента Боливии 20.09.2022 г.).

Y es que un grupo de países poderosos, no solo tienen mucho más que todos los demás, sino que creen que también son dueños de **lo poco que tenemos los países que no somos poderosos**. – *Некоторым могущественным державам мало быть богаче других, они претендуют и на те крохи, которые остались еще у маленьких стран* (из выступления президента Сальвадора 21.09.2022 г.).

Насе 200 años nuestra región **estaba plagada de colonias** y de esclavismo, de **injusticia**. – *200 лет назад в нашем регионе царили колониализм, рабство и беззаконие* (из выступления президента Венесуэлы 26.09.2018 г.).

– внешняя угроза:

En lo político, **el imperialismo** viene empleando fallidamente el **ilegal método de cambio de régimen**. – *Империалистические силы безуспешно используют незаконные методы смены режима* (из выступления министра иностранных дел Венесуэлы 24.09.2022 г.).

Para ustedes mi país no les interesa sino **para arrojarle venenos a sus selvas**. – *Моя страна интересна вам только своей сельвой, которую вы засоряете наездами туристов* (из выступления президента Колумбии 20.09.2022 г.).

Los genocidios desatados por los Colonialistas e Imperialistas de la Tierra son los **verdaderos crímenes, y ellos los verdaderos criminales** de lesa humanidad. ¡Así lo denunciaremos! – *Геноцид, творимый колониалистами и империалистами, – это настоящее преступление против человечности. Вот что это на самом деле!* (из выступления министра иностранных дел Никарагуа 26.09.2022 г.).

Así, nuestros pueblos se encontraron en la difícil situación de observar **la insuficiencia de las instituciones nacionales e internacionales** para enfrentar las emergencias. – *Таким образом, наши народы оказались в сложном положении из-за непрофессионализма национальных и международных институтов перед лицом чрезвычайных ситуаций* (из выступления президента Парагвая 20.09.2022 г.).

De forma constante, vemos como **fuerzas y actores internacionales**, velando por sus propios intereses, **interfieren en nuestros asuntos internos**. Afectando, entre otras cosas, nuestra democracia, elemento fundamental para el desarrollo de las naciones que estamos dispuestos a defender. – *Мы постоянно видим, как внешние силы, руководствуясь собственными интересами, вмешиваются во внутренние дела нашей страны, нанося ущерб нашей демократии – краеугольному камню развития нашей страны, которую мы будем неустанно защищать* (из выступления президента Гондураса 26.09.2018 г.).

– изменение климата:

También nos enfrentamos a **la constante amenaza de los efectos del cambio climático** que cada año se hacen más evidentes, peligrosos y extensos. Según las cifras de la CEPAL, estos han superado **los daños en mi país** desde 1998 por más de 6 mil millones de dólares. – *Угроза последствий изменения климата ежегодно становится более явной, злоедей и масштабной. По данным ЭКЛАК, наносимый моей стране ущерб с 1998 г. превысил 6 млрд долларов США* (из выступления президента Гватемалы 20.09.2022 г.).

En relación al Cambio Climático, tenemos claro que el Perú es uno de los países más **vulnerables** frente al mismo. Nuestra **gran biodiversidad** es el principal capital natural con el que cuentan nuestros hombres y mujeres y, por ello, los **cambios de temperatura** y los **eventos climáticos extremos** como las **sequías** y las grandes **lluvias** los ponen en una especial **situación de vulnerabilidad**. – *В вопросе изменения климата Перу – одна из наиболее уязвимых стран. Изменение температуры и экстремальные явления, такие как засуха или ливневые дожди, представляют собой угрозу биоразнообразию нашей страны* (из выступления президента Перу 25.09.2018 г.).

– экономические проблемы:

Trece años de dictadura tutelada por la comunidad internacional, nos llevó al país a **multiplicar su deuda pública** por seis veces, y **alcanzar la tasa del 74 % de pobreza**, la más alta en la historia de Honduras. – *За тринадцать лет диктатуры, поддерживаемой международным сообществом, наш государственный долг увеличился в шесть раз, а нищими впервые в нашей истории стало 74 % жителей Гондураса* (из выступления президента Гондураса 20.09.2022 г.).

El Gobierno de los Estados Unidos refuerza las presiones a gobiernos, instituciones bancarias y compañías de todo el mundo interesados en relacionarse con Cuba y persigue obsesivamente todas las fuentes de ingreso y de entrada de divisas al país, para **provocar el colapso económico**. – *Правительство США оказывает давление на правительства, банки и компании других стран, которым интересно сотрудничество с Кубой, параноидально отслеживает все каналы поступления валюты в нашу страну в целях обрушить нашу экономику* (из выступления министра иностранных дел Кубы 21.09.2022 г.).

La desestabilización en los precios de los combustibles generó también en Panamá, manifestaciones y protestas, fundamentalmente por **el alza en los costos de alimentos, medicamentos y la gasolina**. – *Скачок цен на топливо и вследствие этого цен на продовольствие, лекарства и бензин привел к митингам и протестам в Панаме* (из выступления вице-президента Панамы 22.09.2022 г.).

América Latina está sufriendo **los impactos negativos de la inflación, de la reducción del crecimiento económico**. – *Латинская Америка стала жертвой последствий роста инфляции и сокращения темпов экономического роста* (из выступления президента Перу 20.09.2022 г.).

Доминанта «мы – жертва» имеет отрицательный аксиологический модус. Особенно ярко положение жителей стран Латинской Америки, маркированное прилагательными *несчастное* и *угнетенное*, контрастирует с доминантой «наш народ», которая имеет резко положительное концептуальное содержание. В этом смысле становится актуальным вопрос о роли стратегии саморепрезентации как инструмента выстраивания определенной картины мира у различных адресатов и, следовательно, ее манипулятивных возможностях. Доминанта «мы – жертва» позволяет политику нейтрализовать негативное представление о себе или о своей стране, сместив акцент на внешнюю угрозу, или актуализировать внутренние конфликты. На лексическом уровне тактика «мы – жертва» выражена ярко окрашенной стилистически маркированной лексикой отрицательного аксиологического модуса (*asesinato, fragmentación, violencia, descontento, acribillado, criminales, venenos, genocidios, impactos negativos – убийство, фрагментация, насилие, недовольство, застреленный, преступники, отравления, случаи геноцида, негативные последствия*).

Приемы стратегии саморепрезентации

В стратегии саморепрезентации выделяется определенный прием поведения политика – сильной личности, который реализуется путем акцентирования внимания аудитории на положительных результатах проводимой данным человеком политики. В дискурсе это выражено глаголами в форме 1-го лица ед. числа, притяжательными местоимениями 1-го лица или особой персонифицированной формой, отождествляющей страну с ее лидером:

La Honduras que dirijo, se está construyendo bajo una visión de refundación humanista. – *Гондурас, который я возглавляю, видит свое развитие в возрождении гуманизма* (из выступления президента Гондураса 20.09.2022 г.).

Mi gobierno intensificará las consultas para consolidar a Sudamérica como **una zona de paz internacional**. – *Мое правительство активизирует консультации, чтобы закрепить за Южной Америкой статус зоны мира* (из выступления президента Перу 20.09.2022 г.).

Vengo de un pueblo donde **nuestro destino fue siempre controlado por otros**. – *Я – представитель народности, чья судьба всегда зависела от других* (из выступления президента Сальвадора 21.09.2022 г.).

Еще одним приемом саморепрезентации является «апелляция к авторитету», выраженная использованием имен великих личностей прошлого, идеалы или взгляды которых актуальны для современной проблематики:

Насе 207 años, en circunstancias muy singulares, **El libertador, Simón Bolívar**, en la profética Carta de Jamaica invocaba la sensatez de occidente. – *207 лет назад освободитель Симон Боливар в судьбоносном Ямайском письме призывал Запад к благоразумию* (из выступления министра иностранных дел Венесуэлы 24.09.2022 г.).

Por eso ya iniciamos la refundación de la Patria y de la educación con los ideales y valores de **nuestro héroe nacional: Francisco Morazán Quezada**. – *Именно поэтому мы приступили к модернизации нашей страны и системы образования, руководствуясь идеалами и ценностями нашего национального героя Франсиско Морасана Кесады* (из выступления президента Гондураса 20.09.2022 г.).

En ese sentido, consideramos importante respaldar firmemente lo expresado por **el Secretario General Antonio Guterres** en su entrevista a la televisión francesa. – *В этой связи считаем важным решительно поддержать слова Генерального секретаря Антониу Гутерриша, произнесенные в интервью французскому каналу* (из выступления министра иностранных дел Доминиканы 21.09.2022 г.).

Imposible estar aquí, hablar desde este podio en nombre de Cuba y no evocar momentos históricos de la Asamblea General que lo son también de nuestra memoria más entrañable; **Fidel Castro, Ernesto Che Guevara, Raúl Castro Ruz**. – *Выступая в этом зале от имени Кубы, я не могу не упомянуть наших самых ярких соотечественников – Фиделя Кастро, Эрнесто Че Гевару, Рауля Кастро Рус* (из выступления председателя Госсовета и Совета министров Кубы 26.09.2018 г.).

Нередко в политическом и институциональном дискурсе встречаются апелляции к Богу как примеру высших духовных ценностей, исповедуемых политиком и востребованных аудиторией. Повышенная степень религиозности дискурса может преследовать цель создания эффекта проповеди. Подобные элементы воздействуют на членов определенного коммуникативного сообщества, представленного католиками мира, и апеллируют к пресуппозитивным коллективным знаниям. Кроме того, повышенная религиозность дискурса может стать инструментом манипулятивного воздействия и аргументации в качестве подкрепления собственных доводов. Анализ выступлений политиков на Генеральной Ассамблее свидетельствует о росте внимания к апелляции такого вида: на 73-й сессии Генеральной Ассамблеи апелляция к Богу была выявлена только в выступлении президента Боливии:

Muchas gracias. **Dios les bendiga**. – *Большое спасибо. И да хранит вас Бог* (из выступления президента Сальвадора 21.09.2022 г.).

На 77-й сессии Генеральной Ассамблеи к данному виду апелляции прибегли лидеры Эквадора, Гватемалы, Никарагуа, Панама, Парагвая и Сальвадора:

Ante todo, doy **gracias a Dios y a la Virgen María**, que nos permiten estar aquí reunidos pidiéndoles que iluminen los trabajos de este pleno. – *Хвала Господу и Деве Марии за возмож-*

ность быть сегодня здесь; молю их о благословлении работы этого заседания (из выступления вице-президента Панама 22.09.2022 г.).

En esto tiempos oscuros y difíciles, **elevo mi oración para que dios bendiga al mundo, pero especialmente que dios bendiga a Guatemala.** – В эти темные и сложные времена я молю Господа благословить мир и благословить Гватемалу (из выступления президента Гватемалы 20.09.2022 г.).

La soberanía de un pueblo no se discute, se defiende, con amor, y sagradas llamadas de celestes esperanzas. – О суверенитете народа нельзя спорить, его следует отстаивать с любовью и страстной надеждой на провидение (из выступления министра иностранных дел Никарагуа 26.09.2022 г.).

В статусно-обусловленном дискурсе политики необязательно апеллируют к конкретным лицам. Апелляция, подкрепляющая действия президента, может быть обращена к важнейшим событиям в истории страны или апелляцией к конституирующим документам:

Para nosotros, la defensa de los derechos humanos forma parte de nuestra identidad y de nuestra historia. Las Madres y Abuelas de **Plaza de Mayo** nos enseñaron a persistir y a luchar. – Наша самообытность и история тесно связана с защитой прав человека. Мамы и бабушки с Площади Мая научили нас бороться и не сдаваться (из выступления президента Аргентины 20.09.2022 г.).

Tal y como lo dije en mi discurso en la ciudad de Kiev, recientemente, quiero referirme y pongamos atención a lo que dice **la carta constitutiva de las Naciones Unidas.** – Я уже говорил об этом в ходе своего визита в Киев и хочу вновь напомнить и обратить внимание на положения Устава ООН (из выступления президента Гватемалы 20.09.2022 г.).

Pero con el respeto absoluto a la soberanía, independencia y autodeterminación de cada país y de la manera que **dice la misma Carta de las Naciones Unidas.** – При полном уважении суверенитета и независимости каждой страны, а также при соблюдении ее права на самоопределение в полном соответствии с Уставом Организации Объединенных Наций (из выступления президента Сальвадора 21.09.2022 г.).

Este año adoptaremos dos históricos **Pactos Mundiales:** el destinado a promover una **Migración Segura, Ordenada y Regular,** y el **Pacto para los Refugiados.** – В этом году мы примем два исторических международных договора: *Глобальный договор о безопасной, упорядоченной и легальной миграции и Договор о беженцах* (из выступления президента Парагвая 25.09.2018 г.).

Стоит отметить, что Устав ООН в институциональном политическом дискурсе всегда репрезентируется в качестве образцовой модели действий как в ситуации критики, так и одобрения.

Выводы

Прагматический анализ стратегии саморепрезентации в статусно-обусловленном политическом дискурсе продемонстрировал инвариантность аксиологического модуса дискурсивных доминант и приемов в речах латиноамериканских политиков в пределах своих субдоминант. Данные выводы свидетельствуют о единстве латиноамериканских стран в аксиологическом пространстве внешней адресации, что полностью согласуется с контекстом исторического развития этих стран.

Дальнейший анализ стратегии саморепрезентации латиноамериканских политиков в политическом дискурсе позволит выявить специфику внутренней адресации и особенностей имиджевых характеристик, особенно в сравнении с имиджем статусно-обусловленного дискурса.

Список литературы

Алексеев А. Б. О некоторых особенностях влияния политического дискурса на формирование языковой личности политика // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. Т. 19, № 4. С. 151–166.

- Алексеев А. Б.** Коммуникативная стратегия маргинализации как манипулятивная стратегия власти в политическом дискурсе // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. Т. 20, № 1. С. 96–111.
- Бондарь О. Ю.** Латиноамериканский дискурс самоидентификации: онтологический этап // Вестник РУДН. Серия: Философия. 2015. № 1. С. 58–69.
- Бондарь О. Ю.** Архитектоника латиноамериканского идентификационного дискурса в XX в. (часть 1) // Вестник РУДН. Серия: Филология. 2016. № 2. С. 21–29.
- Волошина С. В.** Коммуникативная стратегия самопрезентации в автобиографическом дискурсе // Вестник Иркутского гос. техн. ун-та. 2014. № 9 (92). С. 261–265.
- Дайнеко П. М.** Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении: Дис. ... канд. филол. наук. Санкт-Петербург, 2011, 195 с.
- Демешкина Т. А.** Коммуникативная стратегия самопрезентации в женском диалектном дискурсе (на материале автобиографических рассказов) // Текст. Книга. Книгоиздание. 2020. № 24. С. 47–67.
- Дубровская Т. В.** Стратегии положительно-оценочной репрезентации российско-итальянских отношений в российском внешнеполитическом дискурсе (на материале сайта МИД РФ) // Научный диалог. 2017. № 10. С. 26–40.
- Ларионова М. В., Сливчикова Ю. В.** Современная Испания: новая политическая реальность – новый политический дискурс // Вестник Томского гос. ун-та. Серия: Филология, 2019. № 59. С. 53–66.
- Мишланов В. А.** Коммуникативные стратегии и тактики в современном политическом дискурсе (на материале политической рекламы предвыборных кампаний 2003, 2007, 2008 гг.) // Вестник Пермского ун-та. Российская и зарубежная филология. 2009. Вып. 6. С. 5–13.
- Моисеенко Л. В.** Феноменология ораторских дискурсов латиноамериканских лидеров // Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2015. № 2. С. 36–40.
- Моисеенко Л. В.** Популистский политический дискурс: диагностические признаки и лингвокогнитивные приемы создания // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Серия 2: Языкознание. 2019. № 2. С. 105–117.
- Никифорова Э. Ш.** Коммуникативные стратегии и тактики судебного дискурса // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2012. № 17. С. 100–103.
- Паршина О. Н.** Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: Дис. ... док. филол. наук. Саратов, 2005, 325 с.
- Смирнова И. В.** Использование языковых средств речевой манипуляции для реализации персуазивной стратегии в текстах программ испанских политических партий // Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2014. № 2. С. 78–84.
- Суханова А. С.** Стратегии и тактики политического дискурса (на материале выступлений П. Иглесиаса) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 6. С. 160–163.
- Суханов Ю. Ю.** Политический дискурс как объект лингвистического анализа // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. № 9 (1). С. 200–212.
- Уланов А. В.** Коммуникативные стратегии в военном дискурсе // Сибирский филологический журнал. 2014. № 4 (28). С. 246–254.
- Устинова О. В.** Особенности репрезентации образа Канады в политическом дискурсе // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. № 1. С. 136–157.
- Филаткина Г. С.** Коммуникативные стратегии в политическом медиадискурсе президентов Венесуэлы, Эквадора, Бразилии (1999–2014 гг.): Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2015. 265 с.
- Ширяев Н. С.** Коммуникативные стратегии репрезентации национальной идентичности в политическом медиадискурсе (на материале английского и французского языков): Дисс. ... канд. филол. наук. Саратов, 2017. 195 с.

References

- Alexeyev A. B.** The Influence of Political Discourse on the Formation of the Language Personality of a Politician. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2021, vol. 19, no. 4, pp. 151–166. (in Russ.)
- Alexeyev A. B.** The Political Marginalization as a Communicative Strategy of Power Domination in Political Discourse. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2022, vol. 20, no. 1, pp. 96–111. (in Russ.)
- Bondar, O. Y.** The Latin American Discourse of Self-Identification: An Ontological Stage. *Vestnik RUDN. Series: Philosophy*, 2015, no 1, pp. 58–69. (in Russ.)
- Bondar O. Y.** Architectonics of Latin American Identification Discourse in the Twentieth Century. (part 1). *Vestnik of the RUDN. Series: Philology*, 2016, no. 2. pp. 21–29. (in Russ.)
- Voloshina S. V.** The Communicative Strategy of Self-Presentation in Autobiographical Discourse. *Vestnik of Irkutsk State Technical University*, 2014, no. 9 (92), pp. 261–265. (in Russ.)
- Dayneko P. M.** Discursive Strategies of Self-Presentation in Institutional Internet Communication. Cand. Diss. of Philology. Saint Petersburg, 2011, 195 p. (in Russ.)
- Demeshkina T. A.** The Communicative Strategy of Self-Presentation in Women’s Dialect Discourse (based on autobiographical stories). *Text. Book. Book Publishing*, 2020, no. 24, pp. 47–67. (in Russ.)
- Dubrovskaya T. V.** Strategies of the Positive-Evaluative Representation of Russian-Italian Relations in Russian Foreign Policy Discourse (based on the material of the website of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation). *Scientific Dialogue*, 2017, no. 10, pp. 26–40. (in Russ.)
- Larionova M. V., Slivchikova Yu. V.** Modern Spain: A New Political Reality – A New Political Discourse. *Vestnik of the Tomsk State University. Series: Philology*, 2019, no 59, pp. 53–66. (in Russ.)
- Mishlanov V. A.** Communicative Strategies and Tactics in Modern Political Discourse (based on the material of political advertising of election campaigns in 2003, 2007, 2008). *Vestnik of Perm University. Russian and Foreign Philology*, 2009, no 6, pp. 5–13. (in Russ.)
- Moiseenko L. V.** The Phenomenology of Oratorical Discourses of Latin American Leaders. *Vestnik of the RUDN. Series: Questions of education: Languages and specialty*, 2015, no. 2, pp. 36–40. (in Russ.)
- Moiseenko L. V.** The Populist Political Discourse: Diagnostic Signs and Linguocognitive Techniques of Creation. *Vestnik of Volgograd State University. Series 2: Linguistics*, 2019, no. 2, pp. 105–117. (in Russ.)
- Nikiforova E. S.** Communicative Strategies and Tactics of Judicial Discourse. *Vestnik of Chelyabinsk State University*, 2012, no. 17, pp. 100–103. (in Russ.)
- Parshina O. N.** Strategies and Tactics of Speech Behavior of the Modern Political Elite of Russia. Doct. Diss. of Philology. Saratov, 2005. 325 p. (in Russ.)
- Smirnova I. V.** The Use of Linguistic Means of Speech Manipulation for the Implementation of a Persistent Strategy in the Texts of Programs of Spanish Political Parties. *Vestnik of the RUDN. Series: Questions of education: Languages and Specialty*, 2014, no. 2, pp. 78–84. (in Russ.)
- Sukhanova A. S.** Strategies and Tactics of Political Discourse (based on the material of P. Iglesias’ speeches). *Philological Sciences. Questions of Theory and Practice*, 2017, no. 6, pp. 160–163. (in Russ.)
- Sukhanov Yu. Yu.** The Political Discourse as an Object of Linguistic Analysis // *Vestnik of the RUDN. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics*, 2018, no. 9 (1), pp. 200–212. (in Russ.)
- Ulanov A. V.** Communicative Strategies in Military Discourse. *Siberian Philological Journal*, 2014, no. 4 (28), pp. 246–254. (in Russ.)

- Ustinova O. V.** Features of the Representation of the Image of Canada in Political Discourse. *Vestnik of the RUDN. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics*, 2018, no. 1, pp. 136–157. (in Russ.)
- Filatkina G. S.** Communicative Strategies in the Political Media Discourse of the Presidents of Venezuela, Ecuador, Brazil (1999-2014). Cand. Diss. of Philology. Moscow, 2015, 265 p. (in Russ.)
- Shiryaev N. S.** Communicative Strategies of Representation of National Identity in Political Media Discourse (based on the material of English and French). Cand. Diss. of Philology. Saratov, 2017, 195 p. (in Russ.)

Информация об авторе

Бочаров Евгений Владимирович, старший преподаватель факультета мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ

Information about the Author

Yevgeniy V. Bocharov, Senior Lecturer, HSE University (Moscow, Russian Federation)

*Статья поступила в редакцию 26.02.2023;
одобрена после рецензирования 15.01.2024; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 26.02.2023;
approved after reviewing 15.01.2024; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 81'42

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-132-144

Мультимодальные средства репрезентации прагматического потенциала в рекламном дискурсе

Ольга Васильевна Бронникова¹

Анна Сергеевна Головки²

Тюменский государственный университет

Тюмень, Россия

¹o.v.bronnikova@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8082-4733>

²a.s.golovko@utmn.ru, <https://orcid.org/0009-0008-8171-5791>

Аннотация

Данная статья посвящена изучению мультимодальных средств, репрезентирующих прагматический потенциал рекламных постов термального курорта «Баден-Баден» термы Уктус в социальной сети ВКонтакте за 2022 год. В представленной работе рассматривается понятие мультимодального текста как семиотического единства, которое достигается за счет когерентности социального контекста. Конструирование полноценного смысла происходит через взаимосвязь вербальных и невербальных компонентов, которые формируют мультимодальный текст, обладающий когерентностью, реконтекстуальностью, многоуровневостью, мультимодальностью и мультимедийностью. Теоретико-методологической базой послужил подход к мультимодальному дискурсу-анализу, представленный в трудах Г. Кресса. Его цель состоит в разработке инструментария, позволяющего изучить взаимодействие между социальными значениями и их полисемиотическими репрезентациями в тексте. Так, в работе используется мультимодальный дискурс-анализ, включающий рассмотрение четырех ключевых компонентов рекламного дискурса: текста; контекста; действий и взаимодействий адресата и получателя сообщений; силы воздействия текста. Представленный анализ опирается на социальную семиотику и проводится на микро- и макроуровнях для изучения взаимодействия нескольких каналов передачи смысла. На микроуровне производится текстовый анализ языковых средств (фонетических, морфологических, лексических, синтаксических), а также описание и анализ невербальных средств репрезентации смысла. На макроуровне устанавливаются дискурсивные стратегии воздействия на потенциальных клиентов и определяется связь между непосредственно наблюдаемыми, вербальными и невербальными единицами, и ненаблюдаемыми структурами сознания. Кроме того, выявляются когнитивные стратегии, усиливающие прагматический потенциал рекламных сообщений. Устанавливается ряд социально-культурных кодов: МАСШТАБ, ВАЖНОЕ СОБЫТИЕ, ИЗОБИЛИЕ, ЩЕДРОСТЬ, СЕМЬЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ, ЗДОРОВЬЕ, ОТДЫХ. Через визуальные структуры фиксируются следующие культурно значимые смыслы: СВОЙ-ЧУЖОЙ, СОЦИАЛЬНАЯ ДИСТАНЦИЯ, СИЛА/ВЛАСТЬ. Важной составляющей является эксплицитная и имплицитная апелляция как к базовым физиологическим потребностям клиента, так и к потребностям высшего порядка. Выстраивается сеть положительных мотивов, связанных с улучшением физического и эмоционального состояния, делается акцент на возможность получить удовольствие и побаловать себя.

Ключевые слова

рекламный дискурс, мультимодальные средства, прагматический потенциал, дискурсивные стратегии, когнитивные стратегии, социальная сеть ВКонтакте

Для цитирования

Бронникова О. В., Головки А. С. Мультимодальные средства репрезентации прагматического потенциала в рекламном дискурсе // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 132–144. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-132-144

© Бронникова О. В., Головки А. С., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1

Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 1

Multimodal Means of Representing Pragmatic Potential in Advertising Discourse

Olga V. Bronnikova¹, Anna S. Golovko²

Tyumen State University
Tyumen, Russian Federation

¹o.v.bronnikova@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8082-4733>

²a.s.golovko@utmn.ru, <https://orcid.org/0009-0008-8171-5791>

Abstract

This article is an attempt to study multimodal means used to reveal pragmatic potential of advertising posts in the social network VKontakte. In the paper we explore the concept of multimodality and multimodal text as a semiotic unity. We proceed from the fact that such a unity is achieved through coherence of social context. An advertising text is understood as a multimodal complex in which information is transmitted through a variety of semiotic codes which are socially and culturally determined. These codes serve as semiotic resources to produce meaning. We claim that advertising messages in the social network VKontakte are a form of a media text whose inherent characteristics exceed verbal means and possess such features as coherence, recontextuality, multilevelness, multimodality and multimodality. We have used a multimodal discourse analysis, which is in line with social semiotics concepts and works by G. Kress. He argues that the goal of such an analysis is to develop a number of methods which make it possible to study the interaction between social meanings and their polysemiotic representations in a text. The analysis is aimed at exploring four key components: text; context, actions, and interactions of participants in the discourse; the impact of the text and ideology. The research is carried out at the micro and macro levels. At the micro level, a textual analysis of both verbal and non-verbal means was conducted. At the macro level, we singled out discursive strategies employed to influence potential customers and determined relationships between directly observable (verbal and non-verbal units) and implicit ideas these units convey. The results reveal that cognitive strategies encode interpretations of cultural experience and forms of social interaction. Despite the importance of the verbal semiotic code, non-verbal means are an essential part of advertising messages that form a multidimensional unity of all the semiotic codes. Visual representational structures serve to communicate such important socio-cultural codes as PART OF OUR WORLD VS OTHERS (INVOLVEMENT VS DETACHMENT), SOCIAL DISTANCE, POWER. All this allows us to create an integral image of the thermal resort "Baden-Baden" and intensifies the degree of pragmatic impact on potential customers.

Keywords

pragmatic potential, advertising discourse, mediatext, multimodal means, discursive strategies, cognitive strategies, social network VKontakte

For citation

Bronnikova O. V., Golovko A. S. Multimodal means of representing pragmatic potential in advertising discourse. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 132–144. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-132-144

Введение

Основоположниками термина «мультимодальность» принято считать Г. Кресса и Т. ван Леувена [Kress, Leeuwen, 2001], которые определили мультимодальность как соединение различных кодов предъявления информации. Мультимодальными явлениями являются взаимодействия между вербальными текстами и изображениями, видео, речью и жестами, размером и цветом текста. Данные средства являются общедоступными для воспроизводства всеми членами сообщества [Kress, 2010, P. 79]. В подобных исследованиях коммуникация рассматривается с точки зрения текстовых, лингвистических, аудиовизуальных и пространственных модусов (каналов), которые используются для составления и передачи сообщения; изучаются взаимоотношения знаковых систем и их роль в формировании значения в процессе коммуникации [Крейдлин, 2014. С. 101; Сорокина, 2017. С. 168]. Существует два принципиально разных подхода к рассмотрению иерархии модусов в мультимодальном дискурсе [Кибрик, Федорова, 2018]. Так, Ю. В. Сорокина полагает, что центральным кодом является язык, а невербальные компоненты, также играющие немаловажную роль в процессе передачи восприятия информа-

ции, являются «катализатором полноценного восприятия реципиентом транслируемой информации» [Сорокина, 2017. С. 169]. Однако А. А. Кибрик, Г. Кресс, О. В. Федорова, К. О'Халлоран полагают, что все каналы передачи информации предстают в качестве единого домена, как единый взаимосвязанный культурно-маркированный источник для передачи смысла представителями какой-либо социальной группы в определенный момент истории. Все они потенциально одинаково равны по степени/способности передачи общего смысла комплексной семиотической сущности [Kress, 2001; O'Halloran, 2011; Кибрик, Федорова, 2018]. Так, Г. Кресс и Т. ван Леувен указывают, что визуальный компонент текста – это независимо организованное и структурированное сообщение, связанное с вербальным текстом, но не зависящее от него напрямую. Согласно их классификации, визуальные структуры подразделяются на нарративные (представляющие развивающиеся действия и события) и концептуальные (репрезентирующие участников в рамках их обобщенной, стабильной и неограниченной во времени сущности согласно классу, структуре и символизму) (рис. 1) [Kress, 2006. P. 59, 79].

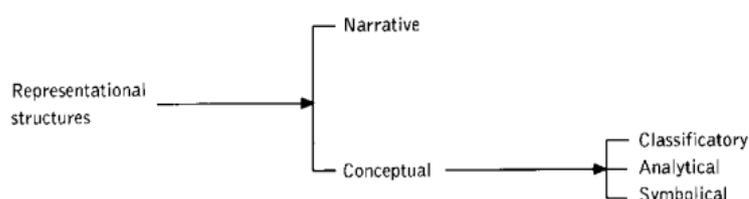


Рис. 1. Основные типы визуальных репрезентирующих структур
Fig. 1. Main types of visual representational structure

При этом типы смыслов, передаваемые мультимодальными модусами, принадлежат одному домену, общему культурному и социальному сообществу; семиотические процессы довольно схожи, в результате чего между этими модусами возникает высокая степень конгруэнтности [Kress, Leeuwen, 2001. P. 18–19]. Это основано, с одной стороны, на особенностях когнитивной деятельности человека, при которой восприятие мира и окружающих предметов происходит в виде целостных образов [Болдырев, 2014. С. 41]. С другой стороны, подобное единство достигается за счет когерентности, принципы которой социальны по своей сути и основаны на когерентности социального контекста, в котором они формируются [Kress, 2001]. В свою очередь, это предполагает социальную, гендерную, возрастную и культурную маркированность дискурса.

Таким образом, формируется коммуникативно-прагматический подход к пониманию языка и текста, при котором реальность осмысливается через комплекс вербальных и невербальных компонентов.

1. Мультимодальный дискурс-анализ

Аффордансы, обеспечивающие цифровые медиа для создания мультимодальных текстов, ставят под сомнение аналитические парадигмы, которые только фокусируются на письменном или устном языке. Интерактивные виды письменных текстов, такие как блоги и социальные платформы, делают возможным новые формы социального взаимодействия по сравнению с традиционными формами личного взаимодействия в устной и письменной форме. Это диктует необходимость пересмотреть существующие методы дискурс-анализа и адаптировать их к новым реалиям интернет-дискурса, а также разработать совокупность приемов с учетом его возможностей и ограничений.

В этом ключе лингвисты обращаются к анализу 4 ключевых компонентов интернет-дискурса: текста; контекста; действий и взаимодействий адресата и получателя сообщений; силы воздействия текста [Лотман, 1966; Discourse and digital practices, 2015. P. 4–15].

Текст получает широкую трактовку, при которой он представляет собой набор элементов различной семиотической природы (слова, предложения, образы, звуки и др.), а именно набор мультимодальных средств. Данный набор характеризуется связностью, логикой развертывания и создания смыслов. Комбинации различных семиотических элементов обладают «поточностью» и «следуют» принципам синтаксиса и семантики в темпоральной перспективе [Лотман, 1992. С. 30; *Discourse and Digital Practices*, 2015. Р. 18–19]. В этом случае мы не имеем в виду чисто лингвистическое понимание синтаксиса и семантики, а скорее соответствие основным базовым ресурсам текста, которые используются для инициирования социальных практик [O'Halloran, 2011].

В связи с этим мультимодальным дискурс-анализом принято считать анализ, который направлен на изучение взаимодействия нескольких каналов передачи информации и опирается на социальную семиотику [Multimodal Discourse Analysis, 2004].

Цель данного анализа состоит в разработке инструментария, который позволит изучить взаимодействие между социальными значениями и их полисемиотическими репрезентациями в тексте [Kress, 2001], а также установить когнитивные механизмы, способствующие трансляции необходимых смыслов реципиентам, потенциальным участникам коммуникации. Это основывается на положении о том, что дискурсивная деятельность не может быть свободной от влияния социокультурных факторов среды, которые обеспечивают социокультурную обусловленность человеческой когниции. К. О'Халлоран также указывает на то, что процесс семиозиса напрямую связан со всеми аспектами существования человека, воспринимаемого как биологическое и социальное существо, неотделимое от материальной среды, в которой он обитает [O'Halloran, 2023. Р. 175–176].

В нашем исследовании мы используем мультимодальный дискурс-анализ для выявления мультимодальных средств, реализующих прагматический потенциал рекламного дискурса на примере постов термального источника в социальной сети ВКонтакте.

2. Материал и методология исследования

Актуальность темы исследования продиктована повышенным интересом к мультимодальным исследованиям в разных типах коммуникации и мультимодальным характером самого рекламного текста. Объектом исследования становятся мультимодальные тексты на социальной платформе ВКонтакте, а предметом являются мультимодальные средства создания прагматического потенциала рекламных сообщений термального курорта «Баден-Баден» термы Уктус. Материалом исследования послужили 147 рекламных постов, собранных методом сплошной выборки из социальной сети ВКонтакте термального курорта «Баден-Баден» за 2022 год¹. Целью настоящей работы является выявление мультимодальных средств, актуализирующих прагматический потенциал рекламного текста.

Теоретико-методологической базой послужил подход к мультимодальному дискурс-анализу, представленный в работах Г. Кресса [Kress, 2001; Kress, 2010]. Мы полагаем, что мультимодальный дискурс-анализ следует проводить на микро- (как тексты организуются в один поток информации и используются для определенных целей в конкретных ситуациях) и макроуровнях дискурса (то, как тексты отражают и способствуют передаче социально маркированных смыслов, сценариев и т. д.).

Так, на микроуровне производится текстовый анализ языковых средств, а также описание и анализ невербальных средств репрезентации смыслов. На макроуровне с помощью дискурсивного анализа устанавливаются стратегии, которые определяют достижение поставленной коммуникативной цели воздействия на потенциальных клиентов и способствуют формиро-

¹Все примеры, используемые в статье, взяты с официальной страницы курорта «Баден-Баден» термы Уктус в ВКонтакте. URL: <https://vk.com/badenuktus> (дата обращения: 28.11.2022).

ванию сети взаимосвязанных мультимодальных кодов. Вслед за Л. В. Цуриковой под дискурсивными стратегиями мы понимаем потенциально возможные интерактивные способы осуществления коммуникативно значимых действий в дискурсе и языковые способы их выражения [Цурикова, 2007. С. 101]. А далее посредством когнитивно-прагматического анализа определяется связь между непосредственно наблюдаемыми, вербальными и невербальными единицами, и ненаблюдаемыми структурами сознания, выявляются когнитивные стратегии, в том числе когнитивные механизмы убеждения и ввода имплицитной информации и социально-культурных кодов [Иссерс, 2017], устанавливается ряд семиотических кодов, а также прагматический потенциал сообщений. Под когнитивными стратегиями речевого воздействия понимаются закрепленные в основных параметрах варианты конфигурации знания, обеспечивающие адекватную интерпретацию и трансляцию опыта [Маслова, 2015. С. 176].

3. Результаты исследования

В качестве иллюстрации приведем типичный алгоритм анализа постов. Так, был проанализирован пост от 10 октября 2022 года (рис. 2).



Рис. 2. Завтрак «Бодрая русалка»

Fig. 2. Breakfast Bodraya Rusalka

Вербальная часть поста разделена на 3 части: вступление (1-е и 2-е предложение, основная часть (3 предложение), заключение («встречайте обновленное...»). Начинается и заканчивается упоминанием бодрой русалки. На лексическом уровне единицы с положительной коннотацией: *бодрая*, *на подъеме сил и эмоций*, *новый*, *обновленный* («новое» – лучше старого), *акция*, *актуальна* (важна), *встречайте* (что-то хорошее), *свежий*, *хрустящий*, *необычный*, *легкий*, *русалка* (отсылка к красивому мифическому существу, связанному с водой, морем, чем-то загадочным и интересным). Используется повторение одной и той же лексики: *бодрая русалка*, *бодрое утро*. Прагматическая составляющая данных единиц: съешь наш завтрак и станешь бодрым, полным сил без лишних калорий («легкий» соус). Короткие предложения и словосочетания, расположенные вертикально одно над другим, облегчают восприятие и обработку полученной информации, поскольку чем короче фраза, тем легче донести ее смысл до клиента.

Выражение *как всегда* рассчитано на то, что вы уже бывали на курорте, знаете о нем давно, имплицитно сообщается, что в термах всегда есть акции, что хорошо для клиентов – используется прием семантических пресуппозиций. Прием ввода имплицитной информации прослеживается в скрытой апелляции к потребностям клиента (базовым физиологическим: отсутствие бодрости, упадок сил, эмоциональная истощенность – типичные «недуги» современного городского жителя). Прием нарушения логической связи: *Бодрая русалка – это девушка с рыбьим хвостом, на подъеме сил и эмоций. А еще это новый завтрак в термах Баден-Баден!* Вторая часть сообщения является неожиданным определением того, кем может быть русалка. При описании блюда используется дискурсивная стратегия обращения к сенсорному восприятию (вкус и зрительный образ).

К невербальным средствам можно отнести использование эмодзи «перевернутого смайлика» 🙄 : радость и что-то необычное, то, чего не ждут. Второе эмодзи «русалка» 🧜♂️ отражает название блюда. На фотографии изображена круглая тарелка приятного пастельно-розового цвета, на которой находится круассан, соусница с песто и основное блюдо, которое сложно идентифицировать как омлет (в нем много ингредиентов, разные по фактуре и цвету продукты: листья базилика, кусочки перца и креветки, украшенные соусом песто).

Согласно классификации Г. Кресса и Т. Леувена [Kress, Leeuwen, 2006, p. 104], данное изображение является концептуальным (conceptual) нежели нарративным, поскольку репрезентирует объекты в рамках их более обобщенной, стабильной и неограниченной во времени сущности. Концептуальные изображения далее могут быть дифференцированы на классификационные, аналитические и символические. Рассматриваемая картинка является аналитической (analytical structure) в связи с тем, что передает объекты как соотношение «часть-целое» (a part-whole structure). Однако ее цель состоит не в том, чтобы показать компоненты изображения, а заставить зрителя эмоционально идентифицировать себя с картинкой. Так, на фото задний фон слегка размыт, акцент сделан на блюдо и его текстуру. Все это преобладает над простым рассмотрением ингредиентов.

Это изображение также пространственно структурировано (spatial), так как представляет объекты в пространственной перспективе; по типу процесса является исчерпывающей (exhaustive), охватывая все главные атрибуты (possessive attributes) целого, без которых оно не является полным. Данная картинка (завтрак) состоит из различных связанных частей (conjoined): омлет, круассан и соус, которые одновременно обособлены друг от друга (disengaged).

Рассмотрим изображение завтрака в фокусе культурных и социальных кодов. На анализируемой картинке не изображены люди, что говорит о том, что фото апеллирует к нам не напрямую, а зритель является субъектом, которому предлагается занять активную позицию. При этом большое значение имеет расстояние от изображаемых предметов до реципиента, что отражает их взаимоотношения. На фотографии блюдо представлено крупным планом. С одной стороны, идет апелляция к сенсорной системе, т. е. блюдо как будто можно попробовать и ощутить его вкус. С другой стороны, это кодирует близкую социальную дистанцию, характерную для доверительного общения с близкими людьми и создает эмоциональную вовлеченность с изображаемым объектом, заинтересованность зрителя представленным блюдом.

Перспектива в изображении передает субъективизм и индивидуализм, которые являются важными социальными установками, и позволяет кодировать субъективную точку зрения. Завтрак занимает всю фотографию, при этом главным предметом является омлет, поскольку он расположен в центральной точке перспективы, поэтому все внимание сфокусировано на омлете, частично на круассане справа и соусе слева. Кроме того, представлен субъективный фронтальный угол (subjective frontal angle), который кодирует «я ассоциирую себя с едой, мне это близко», он дает дополнительную вовлеченность и через оппозицию «свой-чужой» указывает на то, что данное блюдо – это часть «моего» мира.

Вертикальный ракурс кодирует власть. Фото сделано сверху вниз, что указывает на то, что объект находится в зоне досягаемости зрителя и в его полном распоряжении. Блюдо не навязывается, он сам принимает решение его попробовать.

Проанализировав 147 рекламных постов за 2022 год, можно сделать вывод, что на уровне текста, что активно используются лексические единицы разных частей речи, наделенные положительной коннотацией (*красота, эстетика, уютный, солнечный, согревающий, любовь, позитив, грация, волшебный, зрелищный, радостный*), которые активизируют аксиологический и эмотивный модулы интерпретации. Данные лексемы формируют оценку по шкале хорошо/плохо – отлично, лучше всех, высокое качество, апеллируя к эмоциям потенциальных клиентов (наслаждение, счастье, любовь и др.) и создавая позитивный эмоционально «заряженный» имидж курорта. Следует отметить «сленговый» характер лексики, в том числе через использования иноязычной лексики: *контент, вау-фото, топ-места, Баден-люди, Baden family, позитив, почилить, лайки, на расслабоне, баденить, пенная пати, чил-зона, ауфгуссы, в пул-баре, релакс*. Использование подобных выражений указывает на то, что основной целевой аудиторией является молодежь.

На фонетическом уровне используется игра, основанная на созвучиях, рифме и ритме: *Купашки, загорашки и даже в воду ныряшки мы им (детям) обеспечим!*; языковая игра, основанная на ресурсах морфологии в виде авторских окказионализмов: *наши летне-ненасытные; Как весна? Термально!; ... продолжаем баденить этим летом; Наши гости отлично-термально отМАЯлись* (в том числе с помощью смены шрифта).

Языковая игра также представлена на лексико-синтаксическом уровне через сочетание несочетаемых лексических единиц: *летний аппетит, манка небесная*; через аллюзии в виде авторской интерпретации устойчивых сочетаний: *Курортно жить не запретишь; На старт, внимание, школа!* Нарушая банальность и обыденность текста сообщений, данные приемы стимулируют внимание клиентов, облегчают восприятие сообщений и способствуют их легкому запоминанию.

Чтобы повысить «градус» эмоциональности и положительных впечатлений и усилить прагматический потенциал рекламного текста на синтаксическом уровне широко используются побудительные и восклицательные предложения: *Живи сегодня! Живи сейчас!*

Прагматические компоненты смысла выделенных вербальных единиц заключаются в стремлении привлечь внимание и прорваться через «информационный шум», который окружает человека в современном цифровом пространстве, замотивировать, побудить читателя поста посетить данный курорт через формирование положительного отношения к нему, предвкушение получения массы положительных эмоций. Согласно исследованиям нейробиологов, предвкушение от получения удовольствия зачастую имеет больший эффект воздействия на человека, чем непосредственный чувственный опыт [Sapolsky, 2005], идет апелляция к удовлетворению сиюминутных потребностей (краткосрочные цели значительно привлекательней долгосрочных: живи «здесь» и «сейчас»).

При этом смысл, заключенный в рекламном посте, передается не только вербальными средствами, но и невербальными. Так, были выявлены следующие невербальные каналы передачи информации: визуальный и смешанный (визуально-аудиально-вербальный) в виде видеороликов с фоновым музыкальным сопровождением. Фоновая музыка позволяет разнообразить содержание видео. В постах размещается видеоконтент нескольких форматов: короткие промооролики с людьми в кадре; панорамные видео курорта, снятые квадрокоптерами с воздуха; видео с мероприятий; короткие ролики развлекательного характера, например, когда группа девушек и парней падают в бассейн в одежде, а выныривают в купальниках. Все это позволяет создать ощущение праздника, хорошего настроения и лучше воздействовать на целевую аудиторию. Все посты содержат эмодзи (❤️, 😊, ❄️, 🌸, 😌, 🌊, 🍹, 🍷) и яркие фотографии хорошего качества. На них запечатлены счастливые, довольные посетители и представлен весь спектр услуг: от посещения бань, саун и горячих источников до пенных вечеринок и детских праздни-

ков с аниматорами. Кроме того, потенциальные клиенты могут получить представление о разнообразном меню и изысканной сервировке блюд в кафе термального источника.

На фотографиях представлены как нарративные (демонстрирующие взаимодействие двух и более людей), так и концептуальные процессы (картинки аналитического характера с отношениями по типу «часть-целое»). Социальная дистанция, показывающая взаимоотношения зрителя и объектов/субъектов, изображенных на фото, кодируется через крупный, средний и дальний планы. Однако доминируют фотографии крупным и средним планом, что позволяет формировать дружеское, позитивное отношение к изображаемому. Через точку обзора и перспективу формируется субъективное и социально обусловленное отношение реципиента к объектам на картинке. При этом вовлеченность, заинтересованность передается через горизонтальный угол (ближе-дальше и центр-периферия), а сила и власть/доминирование/статус – через вертикальный угол (фото сверху вниз, снизу вверх и фронтально). Большие группы людей и неживые объекты представлены, как правило, сверху вниз, что указывает на то, что они находятся в зоне досягаемости зрителя и в его полном распоряжении. Если на фотографии мало людей (от одного до пяти), то они изображены крупным планом и запечатлены фронтально, что говорит о том, что коммуникация строится «на равных», зрителю предлагается «примерить» на себя социальный статус и положение субъектов на картинке.

Цветовые решения фотографий соответствуют области данной индустрии развлечений – это белый (пар), голубой (вода), желтый (солнце), теплый коричневый (деревья, близость к земле), зеленый (трава). Они указывают на лето, теплую погоду и термы.

Далее, мы выделяем ряд дискурсивных стратегий (далее – ДС), позволяющих установить прагматический потенциал рекламных постов. Во-первых, это ДС **масштабности**, которая реализуется посредством сравнения термального курорта со страной: 1) *Маленькая страна – Баден-страна, полная приключений и открытий, а также прямых номинаций большого размера*; 2) *Самый большой открытый термальный бассейн на Урале*.

Под стратегией **событийности** подразумевается вовлеченность термального курорта в празднование всех мероприятий: 3) *Замечательный праздник – День защиты детей!*; 4) *С праздником Пасхи!*

ДС **изобилия** вербализуется посредством указания на большое разнообразие услуг и предложений: 5) *На Уктусе в Баден-Баден есть предложения на любой вкус и все погодные условия!*

ДС **щедрости** выражается в предоставлении всевозможных подарков, а также скидок и акций, по которым посетители могут наслаждаться отдыхом в термальных источниках: 6) *Летний безлимит: термы и пляж, без ограничения по времени!*

ДС **семейных ценностей** апеллирует к возможности качественно провести время с семьей, стать ближе друг к другу, сплотиться и зарядиться положительными эмоциями: 7) *Больше времени уделять себе и близким....*

ДС **уважения и дружелюбности** прослеживается через уважительное и дружелюбное отношение к гостям комплекса: 8) *Всегда рады видеть вас на наших вечеринках*. Стратегия **любви** реализуется через прямые номинации: 9) *Проведите этот день в любви и гармонии с самыми близкими*.

ДС **эмотивного воздействия и эмотивной памяти** направлена на активизацию положительных эмоций посредством лексем и лексико-синтаксических конструкций следующего характера: 10) *Пока расслабляетесь, наслаждайтесь пейзажами природы за окном!*

ДС **обращения к сенсорному восприятию** выражена посредством апелляции к вкусовым ощущениям и зрительному восприятию: 11) *...освежающие коктейли вдвойне вкуснее на свежем воздухе и с видом на бассейн*; через обоняние: 12) *... мы про ароматные и манящие гриль-блюда*; через зрительное восприятие; через осязание и физические ощущения тела: 13) *... брызги аквапарка, вкус охлаждающего коктейля на губах и приятную тень от пляжного зонтика*.

Через дискурсивные стратегии, вербализованные различными языковыми средствами, и невербальные средства идет апелляция к базовым когнитивным процессам [Фаликман, 2014] сенсорно-перцептивной сферы, а именно: ощущение и восприятие. Ощущение позволяет получать информацию об объектах окружающего мира, восприятие же лежит в основе процесса «построения образа в результате воздействия на органы чувств физической энергии, которая отражается или излучается объектами внешнего мира и является ведущим процессом при формировании образов целостных объектов окружающего мира» [Там же], активно задействуются высшие когнитивные процессы: мышление, воображение и творчество и, в конечном счете, речь. Вовлекаются процессы внимания и памяти за счет формирования ярких образов (как на вербальном, так и на невербальном уровнях) и обращения к культурным кодам.

Когнитивными основаниями прагматических компонентов смысла является ряд базовых когнитивных стратегий воздействия [Иссерс, 2017], используемых в подобных дискурсах, а, в частности, **стратегия интенсификации** – это либо «выпячивание» своих достоинств, либо преувеличение чужих недостатков. На основе выделенных дискурсивных стратегий можно сделать вывод о том, что термальный источник формирует положительный образ за счет подчеркивания своих достоинств (на вербальном уровне через ДС изобилия, щедрости, на визуальном – фотографии крупным планом). Также используется когнитивная **стратегия уменьшения**: стратегия отвлечения от своих недостатков (например, умалчивается достаточно высокая стоимость посещения курорта, а взамен используются ДС щедрости, на невербальном уровне – все изображения демонстрируют счастливых клиентов).

Стратегия когнитивного **редукционизма** (упрощение ситуации или проблемы) реализуется через ряд когнитивных приемов, например, **прием когнитивного моделирования проблемной ситуации** (по типу «проблема – вот решение»): *И выдумывать ничего не надо, когда погода все решила за вас: в сумку – купальник и сланцы, курс – на Баден-Баден*. Этот когнитивный прием также используется в рамках ДС семейных ценностей: *Мы предлагаем отложить забеги по школьным ярмаркам еще ненадолго, и уделить время самому главному – отдыху ваших детей*: первая часть фразы подразумевает, что родным и близким уделяется мало времени и внимания, это можно компенсировать, приехав на курорт; при этом на фото запечатлена довольная семья.

Когнитивная стратегия редукционизма может также активизироваться через упрощение **причинно-следственных связей между предлагаемыми услугами и потребностями**, например, через ДС заботы: *посещать термы Баден-Баден почаще. Для здоровья, для настроения, для души*. Можно его легко улучшить при помощи частого посещения термального источника. На невербальном уровне это подкрепляется цветовыми решениями: доминируют белый, голубой и зеленый.

Часть информации передается эксплицитно на вербальном и невербальном уровнях, а часть – имплицитно, при этом скрытая информация может оказывать гораздо больший эффект воздействия на целевую аудиторию, поскольку во время интеграции нового знания в модель мира получателя человек интуитивно сопротивляется слишком большому «напору» или воздействию. По мнению О. С. Иссерс, «сложность принятия нового знания заключается в том, что старое знание сопротивляется изменениям, любая модификация модели мира требует от индивида расхода интеллектуальных ресурсов» [Иссерс, 2017. С. 62]. В связи с этим изменения модели мира должно происходить в «мягкой» форме, чтобы не вызвать реакцию отторжения. Такой прием прослеживается в имплицитной апелляции к потребностям клиента (голод, жажда, потребность в тепле, в самосохранении (здоровье), в любви и уважении). Посещение термального курорта способствует удовлетворению данных потребностей. Удачным, на наш взгляд, является апеллирование как к явным потребностям (отдых, здоровье), так и к скрытым (семейные ценности, эстетические, возможность выбора и др.). Важным аспектом является акцент на положительных мотивах потребителя: «побаловать себя», «насладиться»,

«изменить себя/свое состояние к лучшему», т. е. имплицитно передается идея своеобразного ухода от проблем, а изображения демонстрируют идеальный результат.

Таким образом, выделенные дискурсивные и когнитивные стратегии позволяют осуществить прагматическое воздействие на потенциальных клиентов.

Заключение

Обобщая результаты исследования, необходимо отметить, что выявленные мультимодальные средства способствуют усилению прагматического потенциала рекламных сообщений. Информация предстает в виде целостных образов, мультимодальных комплексов, обладающих когерентностью и социально-культурной маркированностью. Разнообразные смыслы, представленные в данных комплексах, активизируются за счет использования дискурсивных и когнитивных стратегий, которые актуализируют ряд положительных культурно значимых смыслов или кодов: МАСШТАБ, ВАЖНОЕ СОБЫТИЕ, ИЗОБИЛИЕ, ЩЕДРОСТЬ, СЕМЬЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ, ЗДОРОВЬЕ, ОТДЫХ. Через визуальные структуры активизируются следующие коды: СВОЙ-ЧУЖОЙ, СОЦИАЛЬНАЯ ДИСТАНЦИЯ, СИЛА/ВЛАСТЬ.

Данные социально-культурные коды представляются имплицитно и обладают достаточно высоким прагматическим потенциалом воздействия на клиентов. На вербальном уровне они «овнешняются» с помощью различных языковых средств: от фонетических до синтаксических. Лексические единицы характеризуются ярко выраженной положительной коннотацией, эмотивностью и высокой степенью оценочности. Языковые средства обладают сленговым характером, что указывает на основную целевую аудиторию курорта: молодежь и клиенты, причисляющие себя к данной категории. Высокий эффект воздействия, способствующий формированию притягательного имиджа курорта и желания его посетить, достигается за счет постоянного эксплицитного обращения к названию курорта: *банный комплекс Баден-Баден, релакс в Бадене с семьей или с друзьями? Что манит также, как Баден-Баден?* и др., а также за счет имплицитного обыгрывания названия комплекса: *баденить, Баден-люди, Baden family*.

Неотъемлемой составляющей прагматического воздействия является использование эмодзи и средств визуального восприятия. На профессиональных фотографиях высокого качества запечатлены гости комплекса и фиксируются все праздничные мероприятия. В постах также размещаются видео различных форматов. Фоновая музыка позволяет разнообразить содержание контента. Представлены как нарративные, так и концептуальные визуальные структуры, через которые формируются вовлеченность, заинтересованность и позитивное отношение потенциального клиента к термальному комплексу посредством использования различных планов (крупного, среднего и дальнего), выбора угла перспективы, точки обзора, горизонтального и вертикального ракурсов. Это позволяет выстраивать коммуникацию «на равных» и расположить к себе потенциальных клиентов. Цветовые решения фотографий также играют важную роль, апеллируя к воде, солнцу, природе и горячим источникам.

Таким образом, при всей важности вербального кода невербальные средства являются неотъемлемой частью сообщений, представляющих собой многомерную сущность, органичное единство всех семиотических кодов. Немаловажную роль в этом процессе играет эксплицитное и имплицитное обращение к потребностям потребителя. Идет отсылка как к базовым потребностям, связанным с физиологией и самосохранением, так и к потребностям высшего порядка (возможность выбора, потребность в уважении, любви, семье); выстраивается сеть положительных мотивов, связанных с улучшением физического и эмоционального состояния; делается акцент на возможность получить удовольствие и побаловать себя.

Список литературы

- Болдырев Н. Н.** Когнитивная семантика. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2014. 236 с.
- Иссерс О. С.** Речевое воздействие. М.: Наука, 2017. 240 с.
- Кибрик А. А., Федорова О. В.** К вопросу о структуре мультимедийного дискурса // Образы языка и зигзаги дискурса: сборник научных статей к 70-летию В. З. Демьянкова. М.: Культурная революция, 2018. С. 180–191.
- Крейдлини Г. Е.** Семиотическая концептуализация тела и проблема мультимодальности // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 2. С. 100–120.
- Лотман Ю. М.** Мозг – текст – культура – искусственный интеллект // Лотман Ю. М. Избранные статьи: В 3 т. Т. I: Статьи по семиотике и типологии культуры. Таллинн: Александра, 1992. С. 25–33.
- Лотман Ю. М.** К проблеме типологии текстов // Тезисы докладов во Второй летней школе по вторичным моделирующим системам, 16–26 августа 1966 г. / Отв. ред. Ю. Лотман. Тарту: ТГУ, 1966. С. 83–91.
- Маслова Ж. Н.** Творческое языковое сознание: Монография. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2015. 300 с.
- Сорокина Ю. В.** Понятие мультимодальности и вопросы анализа мультимодального лекционного дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 10 (76): в 3-х ч. Ч. 1. С. 168–170.
- Фаликман М. В.** Познавательные процессы человека. 2014. URL: <https://postnauka.ru/video/37973> (дата обращения: 10.10.2022).
- Цурикова Л. В.** Дискурсивные стратегии как объект когнитивно-прагматического анализа коммуникативной деятельности // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007. № 4 (13). С. 98–108.
- Discourse and digital practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age. Ed. by Jones, R. H., Chik A., Hafner C. A. New York: Routledge, 2015. 262 p.
- Kress G.** Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. London: Routledge, 2010. 212 p.
- Kress G., Leeuwen T. V.** Reading Images: the Grammar of Visual Design. London: Routledge, 2006. 291 p.
- Kress G., Leeuwen T. V.** Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication. London: Edward Arnold, 2001. 152 p.
- Multimodal Discourse Analysis. Systemic-Functional Perspectives. Ed. by O'Halloran, K. L. London: Continuum, 2004. 252 p.
- O'Halloran K. L.** Matter, meaning and semiotics // Visual Communication. 2023. Vol. 22(1). P. 174–201.
- O'Halloran K. L.** Multimodal Discourse Analysis. Continuum Companion to Discourse Analysis. Ed. By Hyland K. and Paltridge B. US: Continuum International Publishing Group, 2011. P. 120–137.
- Sapolsky R.** Monkeyluv: And Other Essays on Our Lives as Animals. New York: Scribner, 2005. 209 p.

Список источников

Баден-Баден термы Уктус. URL: <https://vk.com/badenuktus> (дата обращения: 28.11.2022).

References

- Boldyrev N. N.** Cognitive Semantics. Tambov, Publishing House of TSU named after G. R. Derzhavin, 2014, 236 p. (in Russ.)
- Discourse and digital practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age. Ed. by Jones, R. H., Chik A., Hafner C. A. New York, Routledge, 2015, 262 p.
- Falikman M. V.** Human Cognitive Processes, 2014. URL: <https://postnauka.ru/video/37973> (accessed 10.10.2022). (in Russ.)
- Issers O. S.** Verbal Manipulation. Moscow, Nauka, 2017, 240 p. (in Russ.)
- Kibrik A. A., Fedorova O. V.** On the Structure of Multichannel Discourse. *Images of Language and Zigzags of Discourse: A Collection of Scientific Articles Dedicated to the 70th Anniversary of V. Z. Demyankov*. Moscow, 2018, pp. 180–191. (in Russ.)
- Kress G.** Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. London, Routledge, 2010, 212 p.
- Kress G., Leeuwen T. V.** Reading Images: the Grammar of Visual Design. London, Routledge, 2006, 291 p.
- Kress G., Leeuwen T. V.** Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication. London, Edward Arnold, 2001, 152 p.
- Kreydlin G. E.** The Semiotic Conceptualization of the Human Body and the Question of Multimodality. *Ecology of Language and Communicative Practice*, 2014, no. 2, pp. 100–120. (in Russ.)
- Lotman Yu. M.** Brain – Text – Culture – Artificial Intelligence. *Selected Articles: in 3 vols. vol. 1: Articles on Semiotics and Typology of Culture*. Tallinn, Alexandra, 1992, pp. 25–33. (in Russ.)
- Lotman Yu. M.** Problems in the typology of texts. *Abstracts of Reports of the Second Summer School on Secondary Modeling Systems*. Tartu, TGU, 1966, pp. 83–91. (in Russ.)
- Maslova Zh. N.** Creative Linguistic Consciousness. Tambov, Publishing House of TSU named after G. R. Derzhavin, 2015, 300 p. (in Russ.)
- Multimodal Discourse Analysis. Systemic-Functional Perspectives. Ed. by O'Halloran, K. L. London, Continuum, 2004, 252 p.
- O'Halloran K. L.** Matter, meaning and semiotics. *Visual Communication*, 2023, vol. 22(1), pp. 174–201.
- O'Halloran K. L.** Multimodal Discourse Analysis. *Continuum Companion to Discourse Analysis*. Ed. By Hyland K. and Paltridge B. US, Continuum International Publishing Group, 2011, Pp. 120–137.
- Sapolsky R.** Monkeyluv: And Other Essays on Our Lives as Animals. New York, Scribner, 2005, 209 p.
- Sorokina Yu. V.** Notion of Multimodality and Issues of Multimodal Lecture Discourse Analysis. *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*, 2017, no. 10 (76): in 3 pt, pt. 1, pp. 168–170. (in Russ.)
- Tsurikova L. V.** Discourse Strategies in Cognitive-Pragmatic Analysis of Communication. *Issues of Cognitive Linguistics*, 2007, no.4 (13), pp.98–108. (in Russ.)

List of sources

Baden-Baden Thermal Resort Uktus. URL: <https://vk.com/badenuktus> (accessed 28.08.2022).

Информация об авторах

Бронникова Ольга Васильевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель

Головко Анна Сергеевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель

Information about the Authors

Olga V. Bronnikova, Candidate of Sciences (Philology), Senior Lecturer

Anna S. Golovko, Candidate of Sciences (Philology), Senior Lecturer

*Статья поступила в редакцию 17.01.2023;
одобрена после рецензирования 14.01.2024; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 17.01.2023;
approved after reviewing 14.01.2024; accepted for publication 17.01.2024*

Научная статья

УДК 811.134.4

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-145-155

Образ собаки в галисийской этнофразеологии

Ольга Викторовна Мерзликина

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

o.merzlikina@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7308-4829>

Аннотация

Статья посвящена изучению фразеологических единиц галисийского языка с зоонимом «собака» с точки зрения культурно-семиотического подхода. Материалом для анализа послужили 150 идиом. На основе важной социальной роли определенного предмета или того или иного явления, обозначенных словом, возникает символическое значение слова в рамках национальной культуры. Символика фразеологических единиц отражает этнопсихологические особенности носителя языка и демонстрирует влияние языка на формирование менталитета народа. Знаки концепта животного мира во фразеологизмах используются в основном для отражения психоэмоционального и физиологического состояний человека, его поведенческих характеристик. Зооним «собака» выступает также средством образной характеристики человека, приобретая при этом различную символику. Метафоризация зоонима «собака» в исследуемом языке основывается как на поведенческих характеристиках животного, так и исходя из отношения человека к нему. Это обусловлено широкой распространенностью собаки, а также ее утилитарными функциями. Во фразеологическом фонде галисийского языка указанное животное наделяется противоречивой двойственной характеристикой, чаще отрицательной. Выявлено, что образ собаки в галисийском языковом сознании – это верный и преданный друг, наделенный умом и опытом. В то же время образ собаки в пословицах, поговорках, образных сравнениях наделен худшими чертами: она злая, агрессивная, ненасытная, ленивая, а собачья жизнь – тяжелая и голодная.

Ключевые слова

фразеологические единицы, зооморфная метафора, зооним, концепт, символ

Для цитирования

Мерзликина О. В. Образ собаки в галисийской этнофразеологии // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 145–155. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-145-155

The Image of a Dog in the Galician Ethnophraseology

Olga V. Merzlikina

Plekhanov Russian University of Economics
Moscow, Russian Federation

o.merzlikina@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7308-4829>

Abstract

The article examines dog idioms of the Galician language from a cultural-semiotic perspective. The analysis is based on 150 idioms. The purpose of this paper is to characterize the metaphorical image of a dog in Galician phraseology and to analyze its symbolic meanings in the Galician language worldview. A symbolic meaning of this or that word is based

© Мерзликина О. В., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 1

on the social role importance of the object or phenomenon designated by this word in a certain ethnic culture. Idiomatic symbolism represents ethnopsychological characteristics of a native speaker and demonstrates the influence of the language on shaping the people's mentality. The analyzed zoonym manifests various types of symbolism. The metaphoricization of the zoonym "dog" is based both on the behavioral characteristics of the animal and on a person's attitude to it. In the phraseological corpus of the Galician language, the animal possesses a contradictory dual characteristic, mainly negative. It has been revealed that the image of a dog in the Galician worldview is that of a loyal and devoted friend, having intelligence and experience. However, the image of a dog in proverbs, sayings, and figurative comparisons seems to convey the worst features: it is angry, aggressive, insatiable, lazy; besides, a dog's life is hard and poor.

Keywords

phraseological units, zoomorphic metaphor, zoonym, concept, symbol

For citation

Merzlikina O. V. The image of a dog in the galician ethnophraseology. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 145–155. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-145-155

Введение

Животные всегда играли значительную роль в жизни человека, особенно на ранних стадиях развития человечества, когда люди сосуществовали с животными в природе. Характеристики человека через зооморфные образы, возникшие на основе образного представления о животных, особенно ярко отражают национальное своеобразие культуры и самобытность языка. Зооморфизмы, воспроизводящие в речи менталитет, присущий тому или иному лингвокультурному социуму, ассоциируются с национальными и культурными стереотипами, эталонами и символами. В галисийской культуре особое место занимают животные и их образы. Являясь культурно детерминированными знаками языка, фразеологизмы отражают многогранность бытия народа: его историческую память, этнокультурные традиции, национальную самобытность, трудовой опыт, его силу духа, боль и гнев, горе и радость. Анималистическая фразеология занимает значительный пласт фразеологического фонда галисийского языка. Образы, взятые из мира животных, отражают черты, которыми человек наделяет представителей фауны и стереотипизирует в своем настоящем. Символизм многих из них определялся особенностями тех или иных животных, а также их утилитарной ценностью для человека. Наиболее значимые для людей представители животного мира наделялись высоким семиотическим статусом. «При этом образы некоторых животных имели ярко выраженную амбивалентную природу, проявляющуюся как в положительных, так и отрицательных качествах» [Бурнаков, 2020. С. 245]. К таким животным в галисийской лингвокультуре относится и собака.

Цель статьи – дать характеристику образа собаки в галисийской фразеологии, проанализировать символические значения ее образа в галисийской языковой картине мира. Выбор обусловлен близостью животного человеку, а также и тем, что данный зооним относится к одному из наиболее частотных ключевых слов в галисийской фразеологии. Исследование фразеологизмов с компонентом-зоонимом является продуктивным, поскольку подобные устойчивые выражения сохраняются в языке в течение длительного времени. Методологически работа основывается на работах таких исследователей, как Дж. Лакофф и М. Джонсон [1991], З. Д. Попова, И. А. Стернин [2001], Дж. Гради [2007], И. В. Зыкова [2013, 2014], В. В. Калько, М. И. Калько и Е. А. Селиванова [2021].

Материал и методология исследования

В статье предпринята попытка выделить и синтезировать ассоциации и характеристики, присущие образу собаки в галисийской лингвокультуре и установить их роль в процессе формирования значения фразеологических единиц и паремий как культурно-языковых знаков.

Для этого были изучены статьи в толковых и фразеологических словарях галисийского языка, словаре символов, а также контексты употребления в корпусе галисийского литературного языка. Для анализа было отобрано 150 идиом. В настоящем исследовании мы опираемся на словари и справочные издания таких авторов, как А. Буитраго, А. Гонсалес Перейра, Х. М. Карбалеяра, М. С. Лопес Табоада и М. Р. Сото Арияс, Р.А. Мартинес Сейшо, А. Сантамарина, а также на корпус галисийского литературного языка (Tesouro Informatizado da Lingua Galega), разработанный Институтом галисийского языка.

Исследование и результаты

Зоонимы имеют тенденцию реферировать к характеру человека, к степени проявленности признака, а также иногда и к внепредметному миру. В основе такого смыслового перехода, метафорического по своей природе, лежат ассоциации, отмеченные этнокультурными нюансами [Жутьева 2021. С. 81]. Этнофразеологизмы являются особыми номинативными единицами, отражающими одну из семиотических аксиом любого языка – наличие в нем как мотивированных, так и немотивированных другими знаками языкового кода единиц. Они выступают средством хранения и передачи культурной информации о человеке и окружающем мире. В статье принимается широкое толкование фразеологических единиц, т. е. к ним относим любые знаки косвенной номинации, включая пословицы и поговорки как «коммуникативные фразеологические единицы».

Зоофразеологизмы всегда метафоричны. Метафора сочетает в себе определенные признаки гетерогенных сущностей, являющихся типичной чертой метафоризации. Этот способ заключается в создании новых концептов и использовании знаков, уже существующих в определенной семиотической системе [Lakoff 1993. P. 24]. Как правило, конкретный контекст деятельности приводит к абсолютизации тех характеристик реальности, которые имеют сигнальное значение для человека. Данные характеристики начинают восприниматься в качестве главного признака соответствующего объекта, замещая его в различных интеллектуальных операциях, направленных на него. Со временем такое замещение приобретает устойчивый характер и признак начинает восприниматься в качестве знака. Закрепляясь в словесной форме, такие образы могут переноситься с одной сферы на другую, порождая символическое знакообозначение – когнитивные метафоры [Алефиренко 2000. С. 186–187].

В этом смысле любой вербализованный мотивированный знак, в том числе и символ, является результатом метафорических переносов, поскольку один смысл переносится на другой. В большинстве случаев символ возникает в результате метафорического сопоставления и сближения удаленных друг от друга понятий [Алефиренко 2000. С. 240]. Образ, выбираемый определенным социумом в качестве основания для уподобления, опирается, как правило, на национальные эталоны и ориентиры восприятия и оценки окружающей человека действительности. Семантика фразеологических единиц определяется концептуальным основанием образа фразеологического знака, которое является результатом межсемиотической транспозиции – «перевода» содержания концептосферы культуры, стоящего за ее невербальными знаками, в языковую форму [Зыкова 2014. С. 17].

Концептуальной основой образования фразеологических единиц является определенное структурированное множество различных концептуальных составляющих, на основе которых образуется целостный фразеологический образ [Зыкова 2013. С. 44]. Например, в основе семантики фразеологизма *botarlle o can a alguén* (букв. спустить собак на кого-либо в значении ‘атаковать кого-либо действием или вербально’) лежит образ собаки как агрессивного, нападающего животного. В данном случае целостность образа обеспечивается посредством синтеза и структурирования ряда концептуальных составляющих, в которых передается идея о том, как воспринимается агрессивное поведение, в том числе и вербальное, в галисийской культу-

ре. Так, в них отражается понимание злости как собаки, а человек, который атакует, выступает в роли хозяина собак, собаки при этом воспринимаются как злость внутри человека; понимание того, что, когда человек проявляет агрессию, он спускает своих собак на объект агрессии.

За время своего функционирования образная фразеология прошла сложный путь становления, который можно схематически смоделировать следующим образом: знак (выражение) → образ → символ. В формировании образности фразеологизмов ключевое значение принадлежит знаку. Под языковым знаком понимают материально-идеальное образование (двустороннюю единицу языка), презентующее предмет, свойство, отношение к действительности, т. е. языковой знак обозначает определенный «кусочек» действительности, вычлняющий факты и события [ЛЭС 1990. С. 167].

Среди фразеологизмов, раскрывающих животный мир, наиболее частотными являются фразеологизмы с зоонимами домашними животными. Так, например, *porco* соотносится с нечистоплотным человеком, как в физическом, так и в моральном смысле, *burro* символизирует глупость и упрямство и т. д. Данные значения можно назвать символическими. Символ, таким образом, представляет собой «сложнейший итог становления знака». Главным в знаке является значение, а в символе – смысл (как определенный выделенный аспект значения). При этом содержательной основой символа (слова как символа) является образ [Ильяс 2004. С. 81]. Символическое содержание знака «может рассматриваться и оцениваться социально, коммуникативно, психологически, исторически, эстетически и т. д. практически в любом экстралингвистическом контексте, с точки зрения любого внешнего предназначения и окружения» [Иванов 2002. С. 51–52]. При этом наблюдаем, что сопровождающий его образ и черта (качество) настолько сливаются, что первый приобретает признаки символа. На основе важной социальной роли определенного предмета или того или иного явления, обозначенных словом, возникает символическое значение слова в рамках национальной культуры. Символика фразеологизмов ярко отражает этнопсихологические особенности носителя языка и демонстрирует влияние языка на формирование менталитета народа. Итак, образ приобретает символику через приобретенную им функцию в жизни человека, в жизни народа. В символе заключен обобщающий принцип раскрытия многогранного содержания и смысла явлений. Образы-символы не индивидуальны для каждого говорящего, ведь они складываются в языковой среде и закрепляются в нем. Символика помещена в семантику этнокультурного контекста.

В этнофразеологизмах зафиксировано мировоззрение народа, его верование, его отождествление с окружающим миром, в них закреплён многовековой культурный опыт носителей языка. Именно поэтому фразеологические единицы считаются своеобразными этнокультурными знаками. С учетом природы языкового символа образные значения зооморфной метафоры «собака» во фразеологической системе галисийского языка будут рассматриваться как символические смыслы соответствующих единиц.

В галисийской фразеологии образ собаки выступает в качестве одного из репрезентативных символов, с помощью которого маркируются различные стороны жизни и быта народа. В номинативном значении лексема «собака» (*can*) означает домашнее хищное млекопитающее семейства псовых, среди которых есть много пород с различными характеристиками и которое благодаря своему интеллекту и преданности используется человеком на охоте, для охраны стада, домов или других объектов, а также для многих других функций [RAG]. Собака – самый древний спутник человека. Люди одомашнили это животное еще в палеолите, задолго до появления скотоводства. В связи с этим символизм собаки, вобравший в себя практически весь культурный код человека с самых ранних времен, чрезвычайно богат. Собака – одно из наиболее близких животных для человека. Ее роль в жизни людей всегда была огромна: собака охраняла жилище, помогала пасти скот, охотиться. Поэтому в большинстве случаев «символический смысл лексемы *can* (собака) вытекает не из природы самого животного, а из места, которое оно занимает в обществе» [Попова, Стернин 2001. С. 12]. Одним из наиболее укоренившихся образов является представление о нечистоте собаки, берущее начало в древности:

собака в Библии считалась нечистым животным, а в христианской культуре ассоциировалась с язычниками. Представления галисийцев о собаке вырабатывались также и в процессе собственных эмпирических наблюдений за животным и через призму национальной культуры.

Собака в галисийской лингвокультуре имеет неоднозначную репутацию. С одной стороны, она олицетворяет верность, преданность, ум и опыт, но с другой стороны, ей приписывают агрессивность, злость, лень, ненасытность.

Как показывает анализ, антропоморфные ассоциации, связанные с зооморфизмом «собака», в большинстве случаев являются пейоративными, употребляющимися как бранное слово, оскорбление в значении 'скверный, подлый, злой, гадкий человек'. Наиболее употребляемыми негативными компонентами символического значения *собака* в галисийской этнофразеологии являются агрессивность и злость (25 идиом).

Фразеологические единицы *botarlle o can a alguén* (букв. спустить собак), *espetar o can que dorme* (букв. разбудить спящую собаку, т. е. искать трудности, проблемы), *o can que dorme, non o despertes* (букв. не буди спящую собаку), *morto o can, acabouse a rabia* (околевший пес не укусит) ярко отображают такие черты нрава собаки, как ярость и злость. Галисийцы обращаются к образу собаки для оценки таких отрицательных качеств человека, как злость и агрессия: *rabioso coma un can* (букв. злой как собака), *fero coma un can* (букв. свирепый как собака), *ter un xenio coma un can* (букв. иметь характер как у собаки), *poñerse coma una cadela, poñerse feito un can* (сильно разозлиться), *cadela cogrida* (букв. бывалая сука – о ссорящейся женщине), *gabear coma un can na corda* (букв. как цепная собака), *coma can que lle quitan o óso* (букв. как собака, у которой отбирают кость). Являясь сферой-источником образ собаки отождествляется не только с чертами характера человека, но и с особенностями его поведения. Животное, проявляя агрессивное поведение, может напасть на человека, укусить его или даже загрызть свою жертву. Такое свойство собаки становится основой для характеристики человека, проявляющего агрессию: *coma un can da rabia* (букв. как разъяренная собака), *roer igual ca un can* (букв. грызть, кусать как собака), *renxer coma un can* (букв. рычать как собака), *ter xenio coma un can* (букв. иметь нрав как у собаки), *botarse coma un can* (букв. набрасывать как собака), *o can coa rabia a seu dono traba* (букв. когда собака злая, она и хозяина кусает), *os cans da miña tía, non tendo a quen morder; uns a outros se mordían* (букв. собакам моей тети некогда было кусать, поэтому они сами себя кусали), *can danado non conose ó amo* (букв. злая, страдающая собака не знает хозяина).

Собаки, как и другие хищные животные, общаются со своими сородичами через запахи, визуальные и звуковые сигналы, которые служат им для передачи бесчисленного количества информации, включая угрозы, предупреждения об опасности и т. д. [Burnie, 2002. С. 179], что становится символом угрозы, предупреждения: *ladrar coma un can* (букв. гавкать, лаять как собака), *cara de can* (букв. собачья морда – злое, враждебное выражение лица).

Как отмечает Г. М. Складневская, такие лексические единицы, как «гавкает» и «кусает» трансформировались в переносное значение *злой, жестокий* [Складневская 1993. С. 56] именно через образ собаки. Такое агрессивное поведение собаки приводит к тому, что человек характеризует ее как злое и коварное существо: *can que moito ladra, ruín é para casa* (собака, которая много лает, вора в дом пускает), *ser unha cadela coma un can* (быть коварным).

Собака издавна является постоянным спутником человека, его помощником. В европейских баснях овечьё стадо служит метафорой государства, пастух символизирует правителя, собаки – его слуг, овцы – послушных граждан. Тем не менее несмотря на то, что пастух не может обойтись без помощи собак, он относится к ним пренебрежительно, держит впроголодь, бьет [Егазаров 2007. С. 60]. Поэтому собака также является и символом тяжелой жизни (21 идиома). Собаке последней после всех домашних животных дают корм, ее держат на цепи, она первой страдает в случае опасности. Так, пословицы *o can fraco todo é carrachas, o can fraco todo se lle volven pulgas* (на бедного Макара все шишки сыплются), отражают все приходящие к человеку невезенья, так, что он страдает постоянно. *Pulgas* (вши) и *cacharras* (клещи) в приведенных

примерах символизируют беды. С собакой также отождествляют человека, к которому плохо, презрительно или даже жестоко относятся: *ó can mordido, todos o morden* (букв. укушенную собаку все кусают), *tratar a un coma a un can* (букв. обращаться как с собакой). Собака часто была голодной и битой. Данная характеристика ассоциируется с отношением к человеку, которому причиняют боль: *quen ó seu can quer matar achaque lle ha buscar* (кому надо собаку ударить, тот палку съест), *sañar a alguén coma a un can* (букв. лупить как собаку), *ter unha dor coma un can* (букв. болеть как у собаки) или к человеку, страдающему от голода: *fame de can, ter unha fame coma un can* (голодный как собака), поэтому о выносливом человеке говорят *ten carne de can* (букв. имеет плоть (тело) собаки), *duro coma un can* (букв. выносливый, терпеливый как собака).

В галисийской лингвокультуре образ собаки является также олицетворением ненасытности и жадности (17 идиом). Тот факт, что собака появляется в местах, где хранится еда или где ее кормят, вместе с тем фактом, что она постоянно ест, нашло свое выражение в таких идиомах, как: *chámame can e bótame pan* (букв. назови меня собакой и дай мне хлеба), *non busques o pan na cama do can* (букв. не ищи хлеб у собаки), *o que non ten pra pan, que non críe can* (букв. если нет хлеба, не заводи собаку), *o can e o gato comen o mal gardado* (букв. собака и кот съедают плохо спрятанное), *nunca falta un can para una merenda* (букв. на каждый обед найдется собака). Такие качества, как ненасытность и жадность рассматриваются сквозь призму того, что собака не ест: *can ceboleiro* (букв. луковая собака – о человеке, который любит поесть за чужой счет). Интересным является пример фразеологизма, символизирующего выгоду: *é can merendeiro* – так говорят галисийцы о человеке, который ходит в гости во время обеда, чтобы рассказать какие-либо новости, истории, сплетни и воспользоваться моментом быть приглашенным к столу.

Собака является постоянным спутником человека в его повседневной жизни, поэтому не случайно ее образ, являясь компонентом этнофразеологизмов, символизирует такие черты характера, как праздность и лень (16 идиом). Появлению большого количества фразеологизмов с этносимволом «собака» для обозначения таких признаков, как лень и безделье послужил образ собаки, спящей у двери дома или лениво лежащей во дворе на протяжении нескольких часов: *estirarse coma un can, estar deitado coma o can* (букв. лежать, валяться как собака), *levar unha vida coma un can de palleiro* (букв. жить как соломенная собака¹), *traballar coma un can deitado* (букв. работать как лежащая собака). Образ лежащего животного помогает человеку осмыслить такие реалии, как комфорт, спокойствие или просто благополучную жизнь: *coma o can á boa vida* (букв. как собака при хорошей жизни), *ser coma o can: onde lle fan a cama alí se deita* (букв. как собака, где постеляют, там и спать ляжет), *vivir no mundo coma os cans* (букв. жить в собачьем мире), *levar vida de can de palleiro* (букв. жить как соломенная собака), *ter máis sorte ca un can deitado* (букв. иметь больше везенья, чем валяющаяся собака).

С другой стороны, символика собаки ориентирована на представление о ней как о верном, преданном и услужливом существе (12 идиом). Ее верность и преданность своему хозяину (даже после его смерти) представлена в бесчисленных лингвокультурах. Такие качества собаки, как защита, бдительность и преданность относятся к достаточно позднему пласту символики животного, источник которого уходит корнями в основном в кельтскую и христианскую традиции. Так, например, на гербе ордена доминиканцев изображена собака, несущая горящий факел в пасти, являясь символом двойного назначения ордена: преданно охранять веру Церкви от ереси и просвещать мир проповедью Божественной Истины [Брокгауз, Ефрон]. В галисийской лингвокультуре, символизируя верность и преданность, образ собаки все же закрепился в языке с некоторыми отрицательными оценочными смыслами: *fiel coma un can, máis leial que un can* (букв. верный как собака), *ir apegado coma un can, coma un can detrás de alguén* (букв. бегать привязанным, преданным как собака), *servir a alguén coma un can* (букв. служить ко-

¹ *can de palleiro* (соломенная собака) – порода пастушьих собак, выведенных в Испании, названная так за ее любовь спать на сеновале.

му-либо как собака), *andar darredor coma o can do señor* (букв. вертеться как собака вокруг хозяина) *canción cego* (букв. слепая собачонка). Имплицированный сценарий поведения субъекта номинации объясняется поведением собак – подхалимству, вилянию хвостом, а также и тем, что идея защиты и охраны всегда связана с понятием агрессии, нападения, так как образ собаки, защищающей своего хозяина или территорию, соотносится с животным в состоянии злости. В приведенных примерах активную роль во взаимодействии двух концептов играет сходство человека и собаки в общей черте «защита своего», потенциальный сценарий постоянной готовности к бою, к защите. При этом такая защита связана с понятием верности и преданности.

Признак страха или трусости в большей или меньшей степени присущ любому живому существу. Данные образы собаки представлены в галисийской фразеологии в основном через страх животного перед жестоким обращением, которому оно подвергается со стороны людей (11 идиом): *coma un can cando lle atan unha lata ó rabo* (букв. как собака, когда ей привязывают банку к хвосту), *fuxir coma can con vincha ó rabo* (букв. убежать как собака с поджатым хвостом), *mal ladra o can, cando ladra de medo* (букв. плохо лает собака, когда лает от страха). Поскольку страх и трусость воспринимаются обществом негативно, фразеологическая единица *ir coma o can co rabo entre as pernas* (букв. убежать с поджатым хвостом) символизирует не только трусость, но и позор, стыд.

Фраземы *andar coma os cans*, *correr coma unha cadela* (букв. бегать как собака), *a paso de cadela* (букв. со скоростью собаки), *pasar coma can por viña/bacelar vendimada* (букв. проскочить как собака виноградник) отображают такую характеристику собаки, как «скорость». Характеристики интеллекта и ума через зоометафоры в галисийской лингвокультуре как правило передаются через физические характеристики, в частности, скорость [Мерзликина 2021. С. 122]. Для человека умными являются люди, обладающие гибким умом и быстро соображающие. Быстрота ума, таким образом, отождествляется с физической, и быстрые представители животного мира считаются сообразительными и умными: *ardilla*, *abellón*, *donicela*, *laverca*. Зооморфный образ собаки также используется для выражения символических значений мудрости, ума и опытности (11 идиом). В свою очередь и поведение животного по отношению к человеку также играет важную роль в создании символа ума и опытности, поскольку собака, в отличие от других домашних животных, подчиняется людям, их приказам и просьбам, отлично поддается дрессировке. Кроме того, собака обладает отличной памятью, ведь известно, что как бы далеко она ни находилась, она сможет найти дорогу домой.

В галисийских фразеологизмах и пословицах идея мудрости и опыта, прежде всего, связана с возрастом. В народной речи возникли пословицы и поговорки, в которых собака употребляется с дескриптором «старая». Жизнь собаки полна лишений и неустроенности, поэтому с годами она приобретает мудрость и ум, ее трудно обмануть: *a can vello non hai cus cus* (мудрость – это характеристика, которая приобретается с годами), он может дать мудрый совет: *o can vello, se ladra, dá consello* (букв. старая собака, если лает, дает совет). У галисийцев собакам отводилось важное место на охоте, поэтому ум и сообразительность также воспринимается сквозь призму образа собаки на охоте: *non hai mellor caza cá que se fai con cans vellos* (букв. нет лучшей охоты, чем со старыми собаками), *a cazador novo, can vello* (букв. новому охотнику старую собаку), *can vello, se non corre, busca* (тот, кто опытен, знает как действовать при любых обстоятельствах). В народе с образом старой собаки также отождествляют человека, знающего все и обо всех в деревне: *é can vello no lugar* (букв. есть старая собака в деревне).

Образ старой собаки в языковой картине мира галисийцев может ассоциироваться и с тяжелой судьбой и неустроенностью в старости: **A can vello, todas son pulgas; Non é hora de poñerse a repasar desgracias, a lamber as feridas coma un can vello ó sol; Andrés lle tirara as palabras ó macarriña aquel coma quen lle tira una pedra a un can vello** [Tesouro]. В приведенных примерах образ старой собаки связывается со всевозможными несчастьями, отражая жестокое отношение человека к собаке. Образ старой собаки здесь играет немаловажную роль, на наш

взгляд, поскольку старая собака уже не в состоянии проявлять агрессию и защищать себя, а также и с жизненными лишениями и тяготами жизни в старости.

Такую характеристику собаки, как ее любовь к еде, галисийцы связывают с подхалимством и продажностью (7 идиом): *se queres que te siga o can, dálle pan* (букв. если хочешь, чтобы за тобой бежала собака, дай ей хлеба), *o can baila polo pan* (букв. за хлеб танцует собака), *o home e o can van por onde lle dan* (человек и собака идут туда, где им что-то дают), *o can ladra onde come* (букв. собака лает там, где ее кормят), *se queres ter o can en vela, dálle fabas á noite* (букв. если хочешь, чтобы собака была на страже, дай ей на ночь фасоли), сытый и довольный человек сравнивается с собакой, которая, наевшись, даже перестает лаять: *a can que moito ladra, bótalle un óso, y verás que logo cala* (букв. кинь кость лающей собаке и она быстро замолчит).

В галисийской лингвокультуре с образом собаки отождествляют также человека, ведущего разгульный и порочный образ жизни (5 идиом): *can de moitos cuncos* (букв. собака многих мисок), *saída coma unha cadela* (букв. гуляющая как собака (сука)), *andar de can* (букв. бегать собакой – значит бегать за самками), *o que non queira ter cans á porta, que bote a cadela fóra* (букв. если не хочешь, чтобы вертелись собаки у двери, выгони суку на улицу), *poñerse coma cadelas* (букв. стать как суки).

Поскольку собака воспринимается галисийцами как злая и коварная, ей приписывают такие черты характера, как вероломство и лживость, характеризующие ее лживый образ действий, а иногда и ее неблагодарность хозяину (3 идиомы): *ser coma facer o coxear dos cans* (притворяться), *malia o can que se esquece de quen lle dá o pan!* (быть неблагодарным), *meter os cans na bouza* (провоцировать конфликт).

Многих домашних животных человек оценивает свысока, поэтому животный мир в целом служит человеку для конструирования образных выражений, обозначающих отрицательные характеристики человека, не только с точки зрения характеристик поведенческих, но и физических (4 идиомы). Собака в восприятии галисийцев некрасивая, даже страшная: *feo coma un can* (букв.: страшный, как собака). Полуголодное существование собаки ассоциируется с худобой: *delgado coma o can (unha cadela)*, *máis fraco ca un can* (букв. худой, тощий как собака), *coma un can polas pernas* (букв. как ноги собаки).

Вероятно, из-за плохого обращения с собаками на протяжении всей истории, с ее образом стали отождествлять и такое состояние, как одиночество (3 идиомы): *coma o can sen dono* (букв. как собака без хозяина), *vivir coma cans* (жить без чьей-либо помощи). Символика одиночества отражается также и в идиоме *morrer coma un can* (букв. умереть как собака), т.е. одинокой, брошенной, забытой.

Образ собаки связывают также с ненужностью (3 идиомы): *andar tirado coma un can* (букв. быть брошенному как собака), *non vale o que o rabo de un can* (букв. не стоит даже собачьего хвоста), *ser coma darllo a un can* (букв. это только чтобы бросить собаке); презрением (3 идиомы): *facer caso coma ó can* (букв. обращать внимание как на собаку), *non querer nin os cans* (букв. даже собака не захочет), *facer tanto caso como se ladrara un can* (букв. обращать внимание как на лающую собаку); незначительной ценностью (3 идиомы): *valer menos cás orellas dun can* (букв. стоять меньше, чем собачьи уши), *poñer a un coma un can* (букв. обращаться как с собакой), *caldo sin pan dáselo ó can* (букв. похлебку без хлеба отдай собаке); неудачей, поражением (1 идиома): *acabar coma os cans na misa* (букв. закончить как собаки на мессе); невозможностью достижения чего-либо (1 идиома): *contarlle os pelos a un can* (букв. пересчитать волосы у собаки); бесстыдством (1 идиома): *can tundido* (букв. остриженная собака), неуместностью (1 идиома): *facer tanta falta aquí coma os cans na igrexa* (букв. быть где-либо таким же нужным, как и собаки в церкви); усталостью (1 идиома): *canso coma un can* (букв. уставший как собака); проблемами, трудностями (1 идиома): *verse en pelicas de can* (букв. оказаться в собачьей шкуре).

Заключение

Таким образом, фразеологические единицы являются весомой частью национальной культуры, так или иначе отражающей этнокультурные, народно-психологические и мифические представления, переживания, мировосприятие. С их помощью формируется образ реального или воображаемого мира, каким его видит представитель того или иного народа. Рассмотренный материал позволяет сделать вывод о том, что в языковой картине мира галисийцев образ собаки занимает важное место.

Метафоризация зоонима «собака» в исследуемом языке основывается как на поведенческих характеристиках животного, так и исходя из отношения человека к нему. Это обусловлено как широкой распространенностью собаки, так и ее утилитарными функциями. Во фразеологическом фонде галисийского языка указанное животное наделяется подчас противоречивой двойственной характеристикой, чаще негативной. В данном случае возникает удивительная, парадоксальная ситуация: собака человеку верный и преданный друг, и в то же время именно человек создал с участием собаки сотни пословиц, поговорок, образных сравнений, где это животное надделено худшими чертами: оно злое, агрессивное, ненасытное, ленивое, а собачья жизнь – тяжелая и голодная. Положительная символика связана главным образом с верностью и преданностью собаки, а также ее умом и опытом.

Список литературы

- Алефиренко Н. Ф.** Символизация культурного пространства // Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. Москва, 2000. С. 186–189.
- Бурнаков В. А.** Образ лягушки в фольклоре и обрядности хакасов (конец XIX – середина XX века) // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2020. № 1(23). С. 243–265.
- Зыкова И. В.** Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков: автореф. дис. ... д. филол. н. Москва, 2014. 510 с.
- Зыкова И. В.** Фразеологический знак: к вопросу об объеме его культурной памяти // Мир русского слова. 2013. № 1. С. 43–49.
- Иванов Н. В.** Проблемные аспекты языкового символизма (Опыт теоретического рассмотрения). Минск, 2002. 175 с.
- Ильяс У.** Зооморфная метафора, характеризующая человека, в русском и турецком языках: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2004. 172 с.
- Калько В. В., Калько М. І., Селіванова О. О.** Стереотипізація тваринного світу в русинських фразеологізмах // Русин. 2021. № 65. С. 250–276. DOI: 10.17223/18572685/65/14
- Кутьева М. В.** Вторичная семантика лексемы *urso*/медведь в португальской лингвокультуре // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2021. Вып. 5 (847). С. 79–94. DOI: 10.52070/2542-2197_2021_5_847_79
- Мерзликина О. В.** Зооморфные метафоры «домашний скот» в русской и галисийской картинах мира // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. 2021. № 71. С. 114–132. DOI: 10.17223/19986645/71/7
- Попова З. Д., Стернин И. А.** Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж, 2001. 191 с.
- Скляревская Г. Н.** Метафора в системе языка. Санкт-Петербург, 1993. 150 с.
- González Pereira A.** Os animais vistos polo galegos: análise das expresións figuradas galegas que retratan o mundo animal. Tesis de doutoramento. Vigo, 2017. [Online]. URL: <http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/853>
- Grady J.** Metaphor. In *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford: Oxford UP. 2007. Pp. 188–213.

Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor. In Ortony, A. (Ed.), *Metaphor and thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. Pp. 202–251.

Список словарей

- Брокгауз Ф. А., Ефрон И. А.** Энциклопедический словарь. URL: <http://www.brocgauz.ru/>
Егазаров А. Иллюстрированный словарь символов. Москва, 2007. 723 с.
Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. Ярцевой В. Н. Москва, 1990. 709 с.
Vuitrago A. *Diccionario de dichos y frases hechas*. Madrid, 2006. 996 p.
Burnie D. *Grande eciclopédia animal*. Porto, 2002. 624.
Carballeira Anllo X. M. (coord.) *Gran diccionario Xerais da lingua*. 2 vols. Vigo, 2009.
López Taboada M. C., Soto Arias M. R. *Diccionario de fraseoloxía galega*. Vigo, 2008. 672 p.
Martínez Seixo R. A. (dir.). *Diccionario fraseolóxico galego*. Vigo, 2002. 207 p.
Real Academia Galega. *Diccionario*. URL: <https://academia.gal/diccionario>
Santamarina A. (coord.). *Diccionario de diccionarios*. [Online]. URL: <http://sli.uvigo.es/DdD/>

References

- Aliferenko N. F.** Simvolizacija kul’turnogo prostranstva [Symbolization of cultural space]. *Lingouculturology. Value-semantic space of the language*. Moscow, 2000, pp. 186–189. (in Russ.)
- Burnakov V. A.** Obraz ljagushki v fol’klore i obrjadnosti hakasov (konec XIX – seredina XX veka) [Image of frog in folklore and rites of khakas people (end of 19 – middle of 20 centuries)]. *Praxema*, 2020, vol. 1(23), pp. 243–265. (in Russ.)
- Zykova I. V.** Rol’ konceptosfery kul’tury v formirovanii frazeologizmov kak kul’turno-jazykovyh znakov [The role of the concept sphere of culture in the formation of phraseological units as cultural and linguistic signs. Avtoref. dis. ... d. filol. n.]. Abstract of Philol. Cand. Diss. Moscow, 2014. 510 p. (in Russ.)
- Zykova I. V.** Frazeologicheskij znak: k voprosu o ob’eme ego kul’turnoj pamjati [Phraseological sign: to the problem of the volume of his cultural memory]. *The world of the Russian Word*. 2013. 1. Pp.43–49. (in Russ.)
- Ivanov N. V.** Problemnye aspekty jazykovogo simvolizma (Opyt teoreticheskogo rassmotrenija) [Problematic aspects of linguistic symbolism]. Minsk, 2002. 175 p. (in Russ.)
- Il’jas U.** Zoomorfna ja metafora, harakterizujushhaja cheloveka, v russkom i tureckom jazykah [Zoomorphic metaphor characterizing a person in Russian and Turkish]. Cand. of Philol. Diss. Moscow, 2004. 172 p. (in Russ.)
- Kal’ko V. V., Kal’ko M. I., Selivanova O. O.** Stereotipizacija tvarinnogo svitu v rusins’kih frazeologizmah [Stereotyped Zoonyms in Rusin Phraseology] // *Rusin*. 2021. №65. Pp. 250–276. (in Ukr.) DOI: 10.17223/18572685/65/14
- Kutieva M. V.** Vtorichnaja semantika leksemy urso/medved’ v portugal’skoj lingvokul’ture [Secondary semantics of the lexeme urso / bear in Portuguese linguokulture]. *Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki*. 2021. Vyp.5 (847). pp.79-94. (in Russ.) DOI: 10.52070/2542-2197_2021_5_847_79
- Merzlikina O. V.** Zoomorfnye metafory «domashnij skot» v russkoj i galisijskoj kartinah mira [Zoomorphic Metaphors “Livestock” in Russian and Galician Language Pictures of the World]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija* [Tomsk State University Journal of Philology]. 2021. №71, pp.114-132. (in Russ.) DOI: 10.17223/19986645/71/7
- Popova Z. D., Sternin I. A.** Oчерki po kognitivnoj lingvistike [Essays on cognitive linguistics]. Voronezh, 2001, 191 p. (in Russ.)

- Skljarevskaja G. N.** Metafora v sisteme jazyka [Metaphor in the language system]. Sankt-Peterburg, 1993, 150 p. (in Russ.)
- González Pereira A.** Os animais vistos polo galegos: análise das expresións figuradas galegas que retratan o mundo animal. Tesis de doutoramento. Vigo, 2017. [Online]. URL: <http://www.investigobiblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/853>
- Grady J.** Metaphor. In *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford: Oxford UP, 2007, pp. 188–213.
- Lakoff G.** The Contemporary Theory of Metaphor. In Ortony, A. (Ed.), *Metaphor and thought*. Cambridge, Cambridge University Press, 1993, pp. 202–251.

List of Dictionaries

- Brokgauz F. A., Efron I. A.** Jenciklopedičeskij slovar' [Encyclopedic Dictionary]. URL: <http://www.brokgauz.ru/> (in Russ.)
- Buitrago A.** Diccionario de dichos y frases hechas. Madrid, 2006. 996 p.
- Burnie D.** Grande eiclopédia animal. Porto, 2002. 624 p.
- Carballeira Anllo X. M.** (coord.) Gran diccionario Xerais da lingua. 2 vols. Vigo, 2009.
- Egazarov A.** Illjustrirovannyj slovar' simvolov [Illustrated dictionary of symbols]. Moscow, 2007, 723 p.
- Lingvisticheskij jenciklopedičeskij slovar'** [Linguistic encyclopedic dictionary]. Pod redakciej Jarcevoj V.N. Moscow, 1990, 709 p.
- López Taboada M. C., Soto Arias M. R.** Diccionario de fraseoloxía galega. Vigo, 2008. 627 p.
- Martínez Seixo R. A.** (dir.) Diccionario fraseolóxico galego. Vigo, 2002. 207 p.
- Real Academia Galega. Diccionario.** [Online]. URL: <https://academia.gal/diccionario>
- Santamarina A.** (coord.). Diccionario de diccionarios. [Online]. URL: <http://sli.uvigo.es/DdD/>

Информация об авторе

Мерзликина Ольга Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков №2 Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова

Information about the Author

Merzlikina Olga Viktorovna, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages № 2 at Plekhanov Russian University of Economics

*Статья поступила в редакцию 18.09.2023;
одобрена после рецензирования 10.01.2024; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 18.09.2023;
approved after reviewing 10.01.2024; accepted for publication 17.01.2024*

Круглый стол «Русская языковая личность в межнациональном общении»

Ирина Владимировна Шапошникова¹
Анастасия Игоревна Ткач²

Институт филологии СО РАН
Новосибирск, Россия

²a.tkach@g.nsu.ru

В рамках Плана мероприятий по проведению в СНГ Года русского языка как языка межнационального общения **12 октября 2023 года** в Новосибирском государственном университете прошел круглый стол «**Русская языковая личность в межнациональном общении**», организованный Институтом филологии Сибирского отделения Российской академии наук совместно с Гуманитарным институтом НГУ при участии Научно-образовательного центра межкультурных исследований им. А. А. Леонтьева.

Открывая заседание круглого стола, доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник сектора русского языка в Сибири ИФЛ СО РАН **Ирина Владимировна Шапошникова** отметила, что научно-образовательная среда призвана стать сферой разработки и применения жизнеспасающих технологий гуманитарной деятельности ради сохранения и развития единства многоликой российской цивилизации, единение которой в значительной степени поддерживает русский язык.

И. В. Шапошникова заметила, что Л. Н. Гумилев предвидел возникновение антисистем в зоне контакта суперэтнических систем с отрицательной комплиментарностью (именно так к российскому суперэтосу повернулся западноевропейский). Люди антисистемы отрицают любые традиции, порывают с реальностью и кормящим ландшафтом, иницируют военную агрессию, используя в качестве основного оружия ложь. С учетом того, что антисистемы поглощают в основном молодое население, И. В. Шапошникова призывает сконцентрироваться на *диагностике состояния русской языковой личности молодых россиян*, в особенности *смысловой структуры ее образа мира*, на выявлении возможных точек концентрации смыслов и социокоммуникативных установок, которые могут угрожать жизнедеятельности нашего многонационального народа, или, напротив, нуждаются в развитии при организации научно-образовательного процесса.

Доклад **И. В. Шапошниковой** (Новосибирск) был посвящен междисциплинарному изучению комплиментарности российской молодежи в межнациональных отношениях и тому, как это отражено в социокоммуникативных установках русской языковой личности по данным ассоциативно-вербальной сети. Были приведены результаты сравнительно-сопоставительного анализа в актуальной диахронии смысловых акцентуаций ассоциативно-вербальных полей нескольких слов, относящихся к сфере (меж)национальных отношений (*раса, национальность, национализм* и др.) на материалах нескольких больших ассоциативно-вербальных баз данных, в том числе и создаваемой в ИФЛ СО РАН новейшей «Русской региональной ассоциативной базы данных: Сибирь и Дальний Восток (2008–2022)». Автор отметила, что, несмотря на фиксируемый рост этнизации образа мира, подъем этнического самосознания русских проходит

© Шапошникова И. В., Ткач А. И., 2024

с сохранением комплиментарности в межнациональных отношениях, без этноцентризма и изоляционизма.

Доклад доктора филологических наук, профессора кафедры общего и сравнительно-исторического языкознания филологического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, руководителя НОЦ МИ им. А. А. Леонтьева, соруководителя ведущей научной школы «Русская языковая личность» **Натальи Владимировны Уфимцевой** (Москва) был посвящен теме: «Русская языковая личность сквозь призму ассоциативного эксперимента: 1988–2021 гг. (смысловые доминанты)». Автор обратила внимание на важность понимания прошлого, традиций и ценностей нашей страны для того, чтобы построить образ будущего по собственному, а не по чужому лекалу. Н. В. Уфимцева сравнила результаты массовых ассоциативных экспериментов с материалами анализа старославянского языка, проделанного Т. И. Вендиной, и показала, как «молчаливое наследие» культуры Средневековья отразилось в образе человека и системе ценностей трех поколений носителей русской культуры (в период с 1988 по 2021 г.).

В докладе доктора филологических наук, профессора кафедры русского языка, литературы и документных коммуникаций факультета филологии, перевода и медиакоммуникаций ОмГУ им. Ф. М. Достоевского **Ларисы Олеговны Бутаковой** (Омск) были показаны пути диагностики речевой деятельности жителей Омского региона, где осуществляется реконструкция моделей языковой личности, определяются направления моделирования и обусловленные ими проблемы.

Доктор филологических наук, главный научный сотрудник сектора русского языка в Сибири ИФЛ СО РАН, проф. кафедры общего и русского языкознания ГИ НГУ **Игорь Ефимович Ким** и аспирант сектора русского языка в Сибири ИФЛ СО РАН **Мария Александровна Елисеева** (Новосибирск) затронули вопрос влияния пунктуационной нормы на пунктуационную практику, материалом для исследования служили тексты русских и сербских речедеятелей, размещенные в Интернете.

Кандидат филологических наук, доцент Первого МГМУ им. И. М. Сеченова **Ольга Вениаминовна Балясникова** (Москва) отметила в своем докладе, что при значимых несовпадениях в содержании образов языкового сознания существует потенциальная конфликтогенность, и показала способы выявления потенциальных конфликтогенов при анализе ассоциативных значений межъязыковых эквивалентов.

Доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник центра социолингвистических исследований Института гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера СО РАН **Нина Иннокентьевна Иванова** (Якутск) представила доклад с анализом языковых установок молодежи в регионах РФ в проекциях будущего. Автор отметила высокую интегрированность понятий «владение родным языком» и «патриотизм» на фоне амбивалентных перспектив этнических языков.

Доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой русского языка ДонГУ **Вячеслав Исаевич Теркулов** (Донецк) выступил с докладом «Пути формирования антирусской языковой личности в рамках русской языковой личности: превращение русского в русскоязычного». Автор пришел к выводу, что главная цель борьбы с русским языком на Украине – создать не просто украинца, а именно антирусскую языковую личность, т. е. с помощью тактик социолингвистического программирования, основанных на лжи, сформировать социокоммуникативные установки доминантной антирусской направленности.

Доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы Южно-Казахстанского государственного педагогического университета **Наталья Васильевна Дмитриук** (Шымкент) рассмотрела программу трехязычия (казахский/ русский/ английский) и наметившийся поворот к гуманитаризации образования в Казахстане. Было отмечено, что при положительном отношении к русскому языку и его активной поддержке в системе образования, в Казахстан начинают поступать учебники от структур Сороса, в которых даются противоположные идеологические установки.

Доктор филологических наук, кандидат психологических наук, профессор Департамента филологии МГПУ **Ирина Александровна Бубнова** (Москва) проанализировала признаки англификации в повседневной жизни и речемыслительной деятельности. Метроязык изменяет сознание и национальную идентичность человека, происходит постепенное отчуждение смысла от знака, тормозится развитие абстрактного мышления, формируются дефектные навыки пользования языком – идет активное создание функционально неграмотных поколений, не способных к реальной профессиональной деятельности.

Объясняя в своем докладе эксперименты S. Waxman, **Алексей Дмитриевич Кошелев**, кандидат физико-математических наук, доцент, главный редактор издательского дома «ЯСК» (Москва) выдвинул гипотезу о том, что имя является врожденным языковым свойством и изначально входит в структуру основных свойств (визуального и др.) объекта особой акустической характеристикой. Эти материалы предложены для дискуссии в журнале «Вопросы психолингвистики» (2023. № 3, С. 128–141).

В докладе младшего научного сотрудника сектора русского языка в Сибири ИФЛ СО РАН **Анастасии Игоревны Ткач** (Новосибирск) были приведены результаты анализа в актуальной диахронии смысловых акцентуаций в ассоциативных полях глаголов, наиболее часто активирующихся в ассоциативно-вербальной сети русской языковой личности, согласно материалам больших ассоциативных баз данных. Автор обнаружила свидетельства *нарастания эгоцентризма русской языковой личности* испытуемых, что сходится с аналогичными выводами Н. В. Уфимцевой, полученными на другом ассоциативном материале.

Видеозапись круглого стола доступна на YouTube-канале Института филологии СО РАН.

Информация об авторах

Шапошникова Ирина Владимировна, доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник сектора русского языка в Сибири ИФЛ СО РАН; профессор кафедры межкультурной коммуникации и кафедры общего и русского языкознания НГУ

Ткач Анастасия Игоревна, младший научный сотрудник сектора русского языка в Сибири ИФЛ СО РАН, преподаватель кафедры общего экономического образования НГУ

Information about the Authors

Irina V. Shaposhnikova, Doctor of Philology, Professor, Chief Researcher, Institute of Philology SB RAS; Professor of the Department of Intercultural Communication, Professor of the Department of General and Russian Linguistics, NSU (Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation)

Anastasia I. Tkach, Junior Researcher, Institute of Philology SB RAS (Novosibirsk, Russian Federation)

*Статья поступила в редакцию 11.12.2023;
одобрена после рецензирования 15.01.2024; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 11.12.2023;
approved after reviewing 15.01.2024; accepted for publication 17.01.2024*

Правила оформления текста рукописи

Авторы представляют статьи на русском языке объемом от 0,5 печатного листа (20 тыс. знаков, шрифт 14, межстрочный интервал 1,5) до 1 авторского листа (40 тыс. знаков) включая иллюстрации (1 иллюстрация форматом 190×270 мм = $\frac{1}{6}$ авторского листа, или 6,7 тыс. знаков). Публикации, превышающие указанный объем, допускаются к рассмотрению только после индивидуального согласования с ответственным редактором.

Требования к оформлению основного текста и иллюстративных материалов

К рукописи необходимо приложить сведения об ученой степени, ученом звании, должности и месте работы, а также контактный телефон, электронный и почтовый адрес автора.

Обязательным требованием является наличие индекса УДК (Универсальной десятичной классификации), резюме статьи на русском и английском языках (до 300 слов), а также авторский перевод названия статьи на английский язык, ключевые слова (до 10 слов) на двух языках, сведения о финансовой поддержке.

Образец оформления статьи

УДК 81 + 811.131.1 + 811.161.1

Русская и итальянская абстрактная адъективная метафоризация

Иван Иванович Иванов

Новосибирский государственный университет
Новосибирск, Россия

ivan@mail.ru, <https://orcid.org/xxxx-xxxx-xxxx-xxxx>

Аннотация

Ключевые слова

Финансирование

Исследование проведено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 14-50-00036)

The Russian and Italian Abstract Adjectival Metaphorization

Ivan I. Ivanov

Novosibirsk State University
Novosibirsk, Russian Federation

ivan@mail.ru, <https://orcid.org/xxxx-xxxx-xxxx-xxxx>

Abstract

Keywords

Funding

The work was supported by the Russian Science Foundation, project 14-50-00036

Основной текст статьи

Список литературы

Список словарей
Список источников
References
List of Dictionaries
List of Sources
Информация об авторах/Information about the Authors

Подпись автора (авторов)

Библиографические ссылки: в тексте в квадратных скобках указывается фамилия автора, год издания. Например: [Розен, 1969. С. 5]. В конце статьи помещается список литературы в алфавитном порядке без нумерации. Библиографическое описание публикации включает: фамилии и инициалы авторов (всех, независимо от их числа), полное название работы, а также издания, в котором опубликована (для статей), город, название издательства, год издания, том (для многотомных изданий), номер, выпуск (для периодических изданий), объем публикации (количество страниц – для монографии, первая и последняя страницы – для статьи). Ссылки на архивные документы оформляются в виде сноски (текст сноски располагается внизу страницы). Библиографические источники не нумеруются!

Образцы составления библиографического описания

Авторская монография:

Ильиш Б. А. История английского языка. М.: Лит. на иностр. яз., 1958. 366 с.

Коллективная монография

(все авторы должны быть упомянуты):

Суперанская А. В., Сталтмане В. Э., Подольская Н. В., Султанов А. Х. Теория и методика ономастических исследований: Моногр. М.: Наука, 1986. 298 с.

Статья в сборнике:

Черкасова Г. А. Русский ассоциативный тезаурус: компьютерная технология создания и издания // Этнокультурная специфика языкового сознания: Сб. науч. ст. / Под ред. Н. В. Уфимцевой. М., 2003. С. 181–190.

Статья в ученых записках (ученых трудах):

Скрипка А. С. К датировке некоторых типов сарматского оружия // Учен. зап. Ленингр. пед. ин-та. 1977. Вып. 2. С. 60–77.

Статья в журнале:

Кириллов Д. А. Образ выборов в языковом сознании российской молодежи. Опыт сравнительного исследования на материале РАС и свободного ассоциативного эксперимента // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. Т. 6, № 2. С. 17–24.

Автореферат:

Яньшин П. В. Психосемантический анализ категоризации цвета в структуре сознания субъекта: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук. М., 2001. 42 с.

Рецензия:

Панин Л. Г. [Рецензия] // Сибирский филологический журнал. 2003. № 3–4. С. 245–247. Рец. на кн.: Турбин Г. А., Шулежкова С. Г. Старославянский язык: Учеб. пособие. М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 2002. 145 с.

При подготовке иллюстративного материала просим учесть, что рисунки следует предоставлять в форматах .gif, .jpg, .tif отдельными файлами.

Допускается создание таблиц и диаграмм в WinWord и Excel (обязательно приложить исходный файл в формате .xls), обязательно прилагать файлы используемых (нестандартных)

шрифтов (.ttf), кегль шрифта в надписях не должен быть меньше 9. Максимальное поле изображения 190 × 270 мм.

Все вопросы, связанные с изменением и уточнением текста в процессе редакторской правки, должны сниматься авторами в ходе переписки по электронной почте в строго определенных для этого редколлегией сроки. Нарушение сроков ведет к отказу в опубликовании статьи. *Переписка традиционной почтой не осуществляется.*

Требования к содержанию публикуемых материалов

Требования к теме исследования, заявленной в статье. Как правило, выбор аспирантом темы публикации соотносится с темой его кандидатского диссертационного исследования. Прежде чем приступить к написанию статьи, необходимо выяснить, является ли разрабатываемая аспирантом тема актуальной и новой для филологических наук. В решении этого вопроса аспиранту не следует полагаться только на мнение научного руководителя и сотрудников своего НИИ или вуза. Необходимо тщательно проверить самому, какое количество работ уже было выполнено по данной теме отечественными и зарубежными исследователями. Для уточнения ситуации с актуальностью и новизной темы нужно обратиться к авторитетным библиографическим ресурсам (rsl.ru, nml.ru, elibrary.ru, loc.gov и т. д.) и с помощью всех ключевых слов выявить круг уже выполненных исследований. Если, например, соматическим компонентам в составе английских фразеологизмов, в том числе социолектных, уже посвящено более 150 структурно-семантических исследований, то соискателям ученых степеней стоит переключиться на другие темы.

Требования к объектной и предметной новизне исследования. Новизна лингвистического исследования может быть объектной и предметной.

Требования к описанию объекта исследования. Автор статьи в результате выполненного им исследования должен иметь наиболее полное и системное представление об изученном им объекте. Границы объекта должны быть предельно четко очерчены в статье. Например, если речь идет о языковых единицах, то должно быть указано, к какому языку или языкам какого исторического периода или периодов относятся данные единицы, каково их общее количество, из каких именно источников, письменных или устных, они были взяты и каким методом были собраны. При отсутствии у объекта точных квалификативных характеристик выводы исследования нельзя считать репрезентативными.

Требования к характеристике предмета исследования. Об объекте, даже хорошо изученном в ряде направлений, можно получить ценную новую информацию при новом подходе к его изучению. Из содержания статьи специалистам должно быть ясно, в чем именно состоит предметная новизна выполненной работы.

Требования к формулировке названий статьи. Формулировка названия статьи должна четко отражать объектные и предметные характеристики исследования. Слишком широкие формулировки, не соответствующие содержанию работы (например «Морфологические категории: коммуникативный аспект интерпретации»), вводят читателей в заблуждение.

Требования к обоснованности и достоверности научных положений и выводов, представленных в статье. Степень обоснованности и достоверности научных положений и выводов любой лингвистической работы обуславливается репрезентативностью исследовательской картотеки и применением необходимых методов исследования. В настоящее время репрезентативность большинства лингвистических исследовательских картотек должна подкрепляться компьютерными корпусными данными (коллекции ссылок на лингвистические корпусы можно посмотреть, например, на сайте <http://www.uow.edu.au/~dlee/CBLLinks.htm>). Перечни методов лингвистических исследований представлены в учебной и специальной литературе.

Требования к соотношенности полученных в исследовании новых выводов с целью и задачами, заявленными в статье. Последовательно перечисленные в конце статьи выводы исследова-

дования (в порядке убывания их значимости) должны быть скоррелированы с заявленными в начале статьи целью и задачами.

Требования к точному и последовательному использованию терминов в научном тексте. Системность – отличительная черта научного знания. Субъективный эссеизм, компилятивность, слишком вольное обращение с терминами или полное игнорирование специальной терминологии свидетельствуют о непрофессионализме автора. Все необходимые для изложения термины должны быть системно сгармонизированы и употреблены автором статьи только однозначно. В статьях, посвященных металингвистическим проблемам (истории лингвистической терминологии, неоднозначности толкования терминов в различных научных школах, фиксации терминов в специальных словарях и т. д.), должны быть представлены только новые для отечественных специалистов сведения. Введение оригинальной авторской терминологии должно быть объективно обосновано.

Требования к использованию цитат. Все приведенные в тексте статьи явные и скрытые цитаты должны иметь ссылки. Реферативность изложения, обилие цитат и другие признаки «вторичного текста» не позволяют рассматривать некоторые статьи как оригинальные и самостоятельные произведения научного стиля.

Требования к отражению в статье информации о личном участии автора в исследовании. Из содержания статьи должно быть понятно, в чем именно состоит личное участие автора или авторского коллектива в получении научных результатов. В теоретических исследованиях автор (или авторы) не должен «компоновать» конспекты чужих трудов в соответствии с замыслом своей работы, а должен выходить на качественно новый уровень самостоятельной рефлексии.

Требования к отражению в статье прикладного значения полученных результатов исследования. В тексте статьи должны быть указаны сферы использования результатов, полученных автором.

Соответствие текста статьи требованиям к научному стилю и оформлению. Текст статьи должен соответствовать требованиям, предъявляемым к текстам этого жанра. Информацию о жанровой специфике научных статей можно почерпнуть из учебных пособий по научному стилю речи. Требования к оформлению статей в журнале «Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация» публикуются на соответствующих страницах в каждом номере журнала. Просим авторов обращать внимание на объем присылаемых рукописей (не менее 20 000 знаков) и недопустимость тезисного изложения материала.

Передавая рукопись статьи (произведение) в редколлегию журнала, автор тем самым предоставляет ей право использования передаваемых материалов в составе журнала следующими способами: обнародование, воспроизведение, распространение, доведение произведения до всеобщего сведения путем размещения в сети Интернет, публичный показ, а также перевод на иностранные языки, включая те же действия относительно переведенного произведения, на территории всех государств, где произведение подлежит правовой охране.

Доставка материалов

Представляемые в редакцию материалы можно передать лично (комната 1269, новый корпус НГУ) или переслать по электронной почте.

Адрес редакционной коллегии
серии «Лингвистика и межкультурная коммуникация»

Кафедра истории и типологии языков и культур
ул. Пирогова, 1, Новосибирск, 630090, Россия

Тел.: (383) 363 42 23

E-mail: lingua@vestnik.nsu.ru

Редакция сожалеет, что в опубликованной версии статьи И. С. Пименова «Анализ расхождений в аргументационной разметке научных статей на русском языке» (2023. Т. 21, № 2) место работы автора и информация о гранте были указаны некорректно.

Выпуск	Страница	Напечатано	Следует читать
2023. Т. 21, № 2	89	Новосибирский государственный университет	Новосибирский государственный университет, Институт систем информатики имени А. П. Ершова
2023. Т. 21, № 2	89	Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда (грант No 23-21-00325)	Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-21-00325, https://rscf.ru/project/23-21-00325/
2023. Т. 21, № 2	90	Novosibirsk State University	Novosibirsk State University, A. P. Ershov Institute of Informatics Systems
2023. Т. 21, № 2	90	The research was conducted with the financial support of the Russian Science Foundation (project no. 23-21-00325)	The research was conducted with the financial support of the Russian Science Foundation (project no. 23-21-00325, https://rscf.ru/en/project/23-21-00325/)