

# ВЕСТНИК НОВОСИБИРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Научный журнал  
Основан в ноябре 1999 года

Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация

2024. Том 22, № 3

## СОДЕРЖАНИЕ

### Теоретическая и прикладная лингвистика

- Богомолова А. В.* Языковая личность vs дискурсивная личность: от общего к частному 5

### Лингвистическая антропология и социолингвистика

- Мовчан М. К.* Коммуникативные стратегии в западно- и восточногерманском историко-биографическом дискурсе 20

### Когнитивные исследования и межкультурная коммуникация

- Оленев С. В., Каменева В. А., Рабкина Н. В., Румянцева А. А.* Модификация когеренции исходного текста в репродуктивной речемыслительной деятельности подростков с изменениями когнитивного статуса (на материале устных пересказов прослушанного текста) 34
- Ду Цзыхань.* Особенности комплиментарных выражений молодежной среды в русском и китайском языках (лексико-семантический анализ) 46
- Селиванова И. В.* Лексический повтор как ресурс речевого воздействия в дискурсе испанского монарха Филиппа VI 60
- Соломоновская А. Л., Цзинъюй Хэ.* Вербальные составляющие киноафиши как единицы межкультурной коммуникации 73

### Компьютерная и прикладная лингвистика

- Вахранев А. Ю.* Оценка надежности лексических списков для автоматизированной оценки уровня владения русским языком как иностранным 84
- Заковоротная Е. М.* Бинарный классификатор для экспериментального поиска триггеров в шутках на английском языке 98
- Хохлова М. В., Корышев М. В.* Вербализация тревожных настроений в немецкой прессе на примере употребления лексемы “Angst” 112
- Хуан Шанлун.* Методика создания корпусов терминосочетаний как основа идентификации консубстанциональных лингвистических терминов 133

<i>Пожидаева Е. В., Карамалак О. А.</i> Идентичность и восприятие российского бренда одежды Akhmadullina Dreams в интернет-коммуникации	152
Информация для авторов	165

# 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, № 3

---

---

### CONTENTS

#### Theory of Language and Applied Linguistics

- Bogomolova A. V.* Language Personality vs Discursive Personality: from the general to the specific 5

#### Linguoculturology and Sociolinguistics

- Movchan M. K.* Communicative Strategies in West and East German Historical (Biographical) Discourse 20

#### Cognitive Studies and Intercultural Communication

- Olenev S. V., Kameneva V. A., Rabkina N. V., Rumyantseva A. A.* Modification of Source Text Coherence in Reproductive Verbal Reasoning Activity of Adolescents with Altered Cognitive Status (on the material of retelling the listened text) 34
- Du Zihan.* Compliment Phrases in Youth Environment in Russian and Chinese Languages (lexico-semantic analysis) 46
- Selivanova I. V.* Lexical Repetition as a Resource for Speech Impact in the Discourse of the Spanish Monarch 60
- Solomonovskaya A. L., He Jingyu.* Verbal Components of Movie Posters as Units of Intercultural Communication 73

#### Computer and Applied Linguistics

- Vakhranov A. Y.* Assessment of the Reliability of Lexical Lists for Automated Evaluation of Proficiency in Russian as a Foreign Language 84
- Zakovototnaia E. M.* Binary Classifier for Experimental Search of Triggers in Jokes in English 98
- Khokhlova M. V., Koryshev M. V.* Ways of Expressing Anxiety in the German Press on the Example of the Lexeme “Angst” 112
- Huang Shanglong.* The Method of Building Terminological Phrase Corpora as the Basis for Identifying Consubstantial Linguistic Terms 133

*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), Assoc. Prof. Anatoli F. Fefelov (Novosibirsk)  
*Secretary* Darya A. Savostiyanova (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. Victor P. Zakharov (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](mailto:lingua@vestnik.nsu.ru)

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

Научная статья

УДК 81'1

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-5-19

## Языковая личность vs дискурсивная личность: от общего к частному

Александра Владимировна Богомолова

Иркутский государственный университет

Иркутск, Россия

bogomolova\_av96@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0003-6764-5583>

### Аннотация

Проводится сопоставительный анализ терминов «языковая личность», «дискурсивная личность» и «коммуникативная личность» с целью подтверждения гипотезы о том, что «языковая личность» может рассматриваться в качестве гиперонима по отношению к другим терминам, используемым для описания феномена «человека говорящего». Термин «языковая личность» анализируется с точки зрения лингвокультурологического, лингво-дидактического, психолингвистического, когнитивно-дискурсивного подходов. Представлены аргументы исследователей, выступающих за правомерность дифференцирования терминов «дискурсивная личность» и «коммуникативная личность», а также «риторическая личность» и «текстовая (дискурсивная) личность». В результате проведенного исследования делается вывод, что «языковая личность», понимаемая как личность, способная производить и понимать речь на определенном языке с учетом личностных свойств, мировоззрения, обстановки и пр., является родовым понятием к терминам «дискурсивная личность», представляемая как языковая личность, способная порождать определенный дискурс, и «коммуникативная личность», рассматриваемая как реализация языковой личности в устном коммуникативном пространстве.

### Ключевые слова

языковая личность, дискурсивная личность, коммуникативная личность, дискурсивная языковая личность, риторическая личность

### Для цитирования

Богомолова А. В. Языковая личность vs дискурсивная личность: от общего к частному // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 5–19. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-5-19

## Linguistic Personality vs Discursive Personality: from the General to the Specific

Alexandra V. Bogomolova

Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation

bogomolova\_av96@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0003-6764-5583>

### Abstract

A comparative analysis of the terms “linguistic personality”, “discursive personality” and “communication personality” is carried out in order to confirm the hypothesis that “linguistic personality” can be regarded as a hyperonym in relation to the other terms used to describe the phenomenon homo loquens. The term “linguistic personality” is analysed

© Богомолова А. В., 2024

from the standpoints of linguoculture, linguodidactics, psycholinguistics, and cognitive-discourse. The arguments of the researchers who advocate differentiating the terms “discursive personality” and “communication personality”, as well as “rhetorical personality” and “textual (discourse) personality” are presented. The study concludes that “linguistic personality”, understood as a personality capable of producing and understanding speech in a certain language with regard to personal properties, worldview, circumstances, etc., is an umbrella concept to the terms “discursive personality”, represented as a linguistic personality capable of producing a certain discourse, and “communication personality”, considered as the realisation of linguistic personality in the oral communicative space.

*Keywords*

linguistic personality, discursive personality, communication personality, discursive language personality, rhetorical personality

*For citation*

Bogomolova A. V. Linguistic Personality vs Discursive Personality: from the general to the specific. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 5–19. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-5-19

Главный путь изучения человека – изучение человеческого языка.

*Н. Н. Вольский [2004. С. 7]*

### Введение: к постановке проблемы

Высказывание Н. Н. Вольского как никакое другое отражает современные тенденции развития лингвистики: все больше исследователей, как заслуженных, так и начинающих, стремятся познать тайны языка и возможности его использования. Достаточно обратиться к научным публикациям последних нескольких лет, чтобы понять, что вопросы изучения языковой личности (ЯЛ) по-прежнему остаются актуальными: изучают профессиональные языковые личности [Кушникова, 2016; Павленко, 2023], языковые личности писателей и поэтов [Горячева, 2023], исторических деятелей [Балко, 2023], языковые личности в зависимости от типа дискурса и коммуникативных стратегий [Карасик, 2016; Зайцева, 2020; Жигулина, 2023] и пр.

Такой интерес объясняется, в первую очередь, переходом к антропоцентрической парадигме, ставящей во главу исследований человека говорящего – *homo loquens* – с его особенностями вербальной коммуникации, а также желанием выйти за пределы понимания языка лишь как знаковой системы: внимание лингвистов смещается с «языка в человеке» на изучение «человека в языке». Предпосылки к исследованию того, как именно человек использует язык, появлялись на протяжении всего существования человечества. Вспомним известные высказывания Платона – «характер человека познается в речи» – и Марка Фабия Квантилиана – «каков человек, такова его манера изъясняться» [Иванцова, 2002. С. 5]. Позднее В. фон Гумбольдт отметил важность изучения языка каждого отдельно взятого человека, поскольку каждый человек обладает индивидуальным языком: «Все люди говорят как бы одним языком, и в то же время у каждого человека свой отдельный язык» [Гумбольдт, 1984. С. 84]. Схожие идеи прослеживаются также в работах Г. Пауля, утверждавшего, что количество языков в мире соответствует количеству индивидов [Пауль, 1960].

В работах современных лингвистов активно используется термин «языковая личность», однако с течением времени стала проявляться тенденция к расширению и дополнению данного термина, что привело к некому «терминологическому словотворчеству» и «жонглированию» понятиями [Фесенко, 2013. С. 76]. Проанализировав работы, посвященные феномену языковой личности и «человеку говорящему», констатируем, что наряду с термином «языковая личность» встречаются такие, как «дискурсивная личность» (ДЛ), «коммуникативная личность» (КЛ), «дискурсивная языковая личность», «риторическая личность» и др. Некоторые исследова-

дователи стараются разграничить данные понятия, указывая на то, что между ними нельзя ставить знак равенства [Синельникова, 2011; Мухортов, Жовнер, 2023], другие же, напротив, отмечают, что данные термины можно использовать как взаимозаменяемые [Фесенко, 2013; Корниенко, 2021; Богомолова, Горшкова, 2022].

Целью данной статьи является сопоставительный анализ терминов, используемых для обозначения «человека говорящего», чтобы выяснить, как именно они соотносятся, можно ли их считать частями одного целого или же следует их дифференцировать. Выдвигается гипотеза о возможности рассматривать термин «языковая личность» в качестве гиперонима по отношению к «дискурсивной личности» и «коммуникативной личности».

### **Языковая личность как объект изучения лингвистики XX–XXI веков**

Об истории изучения языковой личности написано немало работ, однако считаем необходимым сделать исторический обзор, чтобы проследить, как менялось толкование термина. Первым данное словосочетание использовал В. В. Виноградов для описания личности автора художественного произведения вслед за Бодуэном де Куртене, однако ученый не дал развернутого определения, что, в определенной степени, послужило причиной различных трактовок понятия [Виноградов, 1980].

Активное развитие данного термина в отечественной лингвистике началось в 1980-х годах, а на рубеже веков об этом феномене заговорили уже как о «стержневом системообразующем филологическом понятии» и интегративном, благодаря которому начала формироваться антропоцентрическая лингвистика [Кочеткова, 1996. С. 15]. По-прежнему самым распространенным остается определение, предложенное Ю. Н. Карауловым, подход которого можно объяснить одной фразой: «За каждым текстом стоит языковая личность» [Караулов, 2010. С. 19]. Под языковой личностью исследователь понимает «совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью» [Там же. С. 245]. На основе выделенного определения ученый предлагает модель анализа личности, которая по-прежнему не теряет своей актуальности и лежит в основе многих современных исследований. Согласно данной модели, любую языковую личность следует анализировать с учетом трех уровней: нулевой (вербально-семантический) уровень, отражающий степень владения языком и отвечающий за создание текстов и вербализацию мыслей в коммуникации; первый (лингво-когнитивный) уровень, отражающий индивидуальную картину мира с помощью понятий, идей и концептов; второй (мотивационный) уровень, или высший уровень, ответственный за цели и мотивы развития языковой личности, проявляющиеся во время создания и восприятия текста. По мнению Ю. Н. Караулова, все три уровня взаимосвязаны между собой, а связующим звеном выступают экстралингвистические факторы, поскольку невозможно определить языковую картину мира личности, анализируя только языковые средства [Там же].

В рамках лингводидактического подхода Г. И. Богин рассматривает языковую личность как «субъект речевой деятельности», готовый создавать и принимать произведения речи. В основе его параметрической модели лежит процесс восприятия и создания текста. В модели выделяется пять уровней: уровень правильности – владение и соблюдение норм языка; уровень интериоризации – владение внутренней речью; уровень насыщенности – умение использовать выразительные средства данного языка; уровень адекватного выбора – умение подбирать подходящие языковые средства в зависимости от ситуации и участников коммуникации; уровень адекватного синтеза – умение видеть скрытые смыслы в высказываниях [Богин, 1984].

С. Н. Плотникова определяет ЯЛ как человека, имеющего языковую способность, т. е. говорящего, пишущего и читающего на естественном языке. При этом при изучении иностран-

ных языков человек совмещает в себе несколько ЯЛ, но при утрате языковой способности в определенном языке человек автоматически утрачивает одну из ЯЛ [Плотникова, 2005].

С точки зрения психолингвистического подхода, языковая личность рассматривается как «человек в его способности совершать речевые действия» в той или иной коммуникативной ситуации с учетом индивидуальных социально-психологических характеристик [Горелов, Седов, 2001. С. 5]. В рамках данного подхода отмечается, что именно в структуре дискурса выражаются особенности языковой личности, в частности коммуникативная компетенция, под которой понимается «умение строить эффективную речевую деятельность и эффективное речевое поведение» в соответствии с нормами социального взаимодействия [Седов, 2004. С. 6]. Такой подход позволяет выделить типы речевого поведения, которые влияют на ЯЛ определенным образом: конфликтный тип (желание говорящего навязать свое мнение, выразить отрицательно заряженное эмоциональное отношение, заставить слушающего чувствовать себя некомфортно); центрированный тип (говорящий игнорирует собеседника, при этом создает иллюзию полноценной коммуникации, или, наоборот, «уходит в себя», не замечая собеседника); кооперативный тип (говорящий стремится к самовыражению, но при этом уважает собеседника и его точку зрения, даже если сам ее не разделяет, старается поставить себя на место собеседника). Разнообразии вербальных форм самовыражения будет напрямую зависеть от индивидуального стиля языковой личности [Горелов, Седов, 2001].

Психолингвистический подход также позволяет рассматривать ЯЛ как смыслопорождающий объект, создающий знаковые системы, единицы которых могут быть соотнесены с чем-то за пределами данных систем. При этом при взаимодействии «ЯЛ могут бесконечно создавать, насыщать разнообразными смыслами и передавать через научение и подражание (коммуникативно-когнитивную деятельность) смысловое поле культуры, с помощью которого человеческие сообщества регулируют свои внутренние отношения и отношения с внешним миром» [Шапошникова, 2021. С. 179–180].

С позиций когнитивно-дискурсивного подхода феномен ЯЛ рассматривают как некий конструкт, «культурно специфический когнитивно-дискурсивный инвариант, реализуемый в различных дискурсивных условиях разнообразными вариантами» [Гришаева, 2006. С. 17]. Компонент «когнитивный» указывает на то, что человек использует языковые средства для фиксации и активизации знаний о мире, а «дискурсивный» – на использование вербальных и невербальных кодов в момент интеракции. Предполагается, что реализацией такого инварианта является множество вариантов использования языка в различных коммуникативных ситуациях. Соотношение «инвариант↔варианты» помогает понять, почему коммуниканты приходят к взаимопониманию, несмотря на то, что мысли вербализуются по-разному [Там же].

Активное исследование ЯЛ на материале художественных произведений привело к тому, что данный термин стал недостаточным для анализа личности автора текста и/или персонажей, так как в большинстве случаев не удается определить грань между автором и персонажем: «...только автор как индивид, интериоризировавший определенную партитуру национального языка, на котором написано художественное произведение, имеет языковую личность, а образ автора и персонажи ее только имитируют» [Земская, 2010. С. 44]. В связи с этим для разграничения личности, реально существующей, и личности, созданной автором, предлагается новый термин «текстовая (дискурсивная) личность», понимаемый как «системно организованная структура, функционирующая в условиях речевой коммуникации», некая «текстовая» ипостась говорящего, которая существует исключительно в рамках текста [Там же. С. 43].

Текстовая личность обладает определенными характеристиками: она индивидуальна (авторы противопоставляют языковую личность как представление национального текстовой личности как представлению индивидуального); она обладает деятельностной природой (в отличие от ЯЛ, отражающей систему языка, текстовая личность реализуется в речекommunikативной деятельности путем порождения текстовых моделей и структур); она в равной степени показывает поверхностную и глубинную структуру текста (авторы отмечают, что в тексте ху-

дожественного произведения ЯЛ представляется «ущербной», тогда как текстовая личность позволяет в полной мере раскрыть речь персонажа). Авторы данного термина не исключают возможности использования термина «языковая личность» при анализе различных текстов, напротив, утверждают, что «текстовая (дискурсивная) личность» является изоморфным образованием языковой личности [Там же].

Исследование феномена языковой личности в дальнейшем привело к развитию отдельного направления – лингвоперсонологии, внесшего свои коррективы в изучение ЯЛ и породившего новые термины. Как отмечает В. П. Нерознак, лингвистическая персонология позволяет изучить многоличностную ЯЛ, или, в терминах исследователя, полилектную личность и идиолектную личность, т. е. ЯЛ индивидуума [Нерознак, 1996]. Для описания идиолектной личности нередко прибегают к применению термина «речевой портрет», под которым понимают «совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определенного социума в отдельно взятый период существования» [Тарасенко, 2007. С. 8]. Считается, что в сравнении с «языковой личностью» «речевой портрет» является статичным и представляет «некий срез в развитии коммуникативного потенциала человека», а также создает стереотипный образ, по которому общество воспринимает человека [Мухортов, 2014. С. 169]. В. И. Карасик вводит понятие «речевой паспорт» как одну из характеристик ЯЛ – «совокупность тех коммуникативных особенностей личности, которые и делают эту личность уникальной (или, по меньшей мере, узнаваемой)» [Карасик, 2004. С. 10]. Наряду с понятиями «речевой портрет» и «речевой/коммуникативный паспорт» в современных работах также встречается новый термин «дискурсивный портрет», под которым понимают систему языковых средств, обусловленную типом личности (особенности характера, экстраверсия/интроверсия) и выражаемую в определенной модели общения [Клокова, 2020]. В некоторых работах данное понятие приравнивают к понятиям «речевой портрет» и «риторический портрет» [Храброва, 2010].

Предложенное Ю. Н. Карауловым понимание языковой личности долгое время оставалось главенствующим в лингвистике, но с течением времени исследователи стали отмечать, что в определении отсутствует динамическая составляющая, поскольку ЯЛ отражает лишь систему языка, представляет собой некую универсальную модель с определенным набором представлений, закрепленных в сознании человека.

Каждый исследователь предлагал свое определение ЯЛ в рамках научного направления, которого он придерживался. Большое количество интерпретаций связано, в первую очередь, с разным представлением об объекте исследования и аспектах изучения данного феномена (см. подробнее статью Е. В. Иванцовой [Иванцова, 2010]). Также причиной различных трактовок можно полагать намерение устранить нежелательную полисемию, поскольку с течением времени исследователи пришли к выводу, что термин «языковая личность» охватывает не все аспекты «человека говорящего», что привело к появлению новых терминов, например, «дискурсивная личность» и «коммуникативная личность». Обновление терминологического аппарата неизбежно привело к спорам о взаимосвязи всех терминов, в частности, уже много лет исследователей волнует вопрос, необходимо ли дифференцировать данные термины, можно ли их считать равнозначными и взаимозаменяемыми, или можно говорить о родовидовых отношениях.

### **Дискурсивная личность vs коммуникативная личность: две крайности одной сущности**

Принцип «язык в самом себе и для себя», долгое время господствующий в лингвистике, стал постепенно отходить на второй план, что отмечалось не только в изучении человека в языке, но и в переходе от лингвистики текста к лингвистике дискурса. Дискурсивный подход к изучению ЯЛ привел к появлению нового термина «дискурсивная личность», который

добавил динамическую составляющую и сместил внимание на процессуальную сторону проявления ЯЛ в среде социокультурных интеракций. Главный аргумент лингвистов (Л. Н. Синельникова, Л. И. Ермоленкина, О. А. Михайлова, Ю. Н. Михайлова и др.), выступающих за использование данного термина, заключается в том, что ЯЛ охватывает лишь вербальную составляющую, в то время как при порождении дискурса человек задействует не только лингвистические, но и экстралингвистические средства.

Достижения лингвистики дискурса позволили взглянуть на человека в языке под другим углом и понять, что «он может с языком делать» [Богин, 1980. С. 3]. Лингвисты справедливо отмечают, что именно в дискурсивных практиках могут проявиться особенности ЯЛ, обусловленные коммуникативным пространством [Ермоленкина, 2017]. В зависимости от коммуникативной ситуации личность выбирает необходимые вербальные средства в соответствии с речевой стратегией, выбор которой зависит от изначального намерения говорящего. Не следует забывать, что на выбор средств также будут влиять ментальные и психологические факторы: темперамент человека, умение проявлять эмпатию, эмоциональный интеллект и пр.

Отмечая тот факт, что дискурсивная личность проявляется именно в диалогическом общении, предлагается следующее определение – «коммуникативная (интерактивная) личность, обладающая “коммуникативным паспортом” (И. А. Стернин) как совокупностью индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся и действующих в процессах коммуникации» [Синельникова, 2011. С. 40–41].

Выделяются два подхода к изучению дискурсивной личности: как личности, исследуемой в пределах определенного дискурса, и как субъекта социальных интеракций. В рамках первого подхода отмечается, что определить ДЛ можно только при условии, если субъекты коммуникации обладают общими когнитивными установками и интенциями и соблюдают единые принципы в рамках определенного дискурса. Второй подход предполагает, что на первый план выходит индивидуальный дискурс личности с учетом ее социальных характеристик (возраст, пол, профессия и т. д.), а также умением определить, для какого именно адресата личность порождает сообщение, т. е. дискурсивная личность включена в социальные отношения [Михайлова, Михайлова, 2021].

Наряду с термином «дискурсивная личность» также можно встретить формулировку «дискурсивная языковая личность», понимаемая как «языковая личность, специфические индивидуальные характеристики и коммуникативные компетенции которой проявляются в дискурсивной деятельности в рамках дискурса определенного типа» [Мальшева, 2011. С. 41]. Данный термин не закрепился в терминологическом аппарате, его можно встретить только в единичных работах [Резанова, Скрипко, 2017; Молодых, Леонтьева, 2019; Егوشкина, 2020]. Следует также отметить, что авторы не обосновывают необходимость одновременного использования определений «дискурсивная» и «языковая» и не аргументируют, почему не подходит термин «дискурсивная личность».

Второй активно используемый термин – это «коммуникативная личность», под которой в общем смысле понимается языковая личность в процессе речевого общения. В. В. Красных полагает, что коммуникативная личность представляется одной из составляющих феномена «человек говорящий» наряду с языковой и речевой личностями. При этом под КЛ понимается «конкретный участник конкретного коммуникативного акта, реально действующий в реальной коммуникации», обладающий коммуникативной компетенцией и проявляющий определенный тип коммуникативного поведения [Красных, 2003. С. 51].

В. И. Карасик представляет коммуникативную личность как «обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций», которую можно изучать в трех аспектах – ценностном, познавательном и поведенческом. Ценностный аспект предполагает соблюдение этических и утилитарных норм поведения, присущих конкретному этносу; познавательный – предметно-содержатель-

ные и категориально-формальные способы восприятия мира; поведенческий – намеренные и не намеренные характеристики речи [Карасик, 2004. С. 22].

В. П. Конецкая рассматривает КЛ как одно из проявлений личности в целом, зависящее от «коммуникативных потребностей, когнитивного диапазона <...> и коммуникативной компетенции» и обладающее следующими параметрами: мотивационным (наличие коммуникативных потребностей), когнитивным (характеристики, формирующие внутренний мир личности в эмоциональном и интеллектуальном планах), функциональным (обладание коммуникативной (языковой) компетентностью) [Конецкая, 1997].

Выделение коммуникативного аспекта в целом схоже с выделением дискурсивных характеристик: анализ сугубо лингвистических аспектов не может предоставить полную картину особенностей личности [Жовнер, 2022]. Так, Д. С. Мухортов и Е. А. Жовнер при анализе коммуникативной личности политика неоднократно указывают на то, что личность является ситуативно-ориентированной, поскольку выбор индивидуальных языковых средств определяется не только конкретным коммуникативным актом, но и преобладающими общественными идеями и настроениями, что не может не оставить отпечаток на личностных языковых характеристиках. В рамках такого подхода предполагается, что дискурс коммуникативной личности рассматривается неотрывно от дискурсивного события и ситуации с учетом множественности адресатов, что позволяет также рассмотреть личность «не только в статике, но и в динамике», чтобы отследить трансформации личности [Мухортов, Жовнер, 2023; Руженцева, 2019. С. 61].

В рамках социопсихолингвистического подхода необходимость выделения коммуникативной личности объясняется расширением роли и возможности человека в рамках коммуникации: человек может воздействовать на себя и других, обладает речемотивационными предпочтениями, выступает смыслообразующим субъектом, способным создавать тесты и дискурсы, а также коммуникативные ситуации [Салихова, Ситдикова, 2022].

Исследования коммуникативной личности дополняет В. И. Шаховский, предлагая ввести новый термин «эмоционально-коммуникативная личность». По мнению исследователя, эмоции являются важной составляющей коммуникации людей, однако этот аспект не рассматривался должным образом при изучении ЯЛ и КЛ. Соглашаясь с В. В. Красных, что любая языковая личность является коммуникативной, автор также утверждает, что ЯЛ представляется эмоционально-коммуникативной, поскольку «коммуникация невозможна без участия эмоциональных переживаний темы, контента и отбора языковых/стилистических средств в процессе общения» [Шаховский, 2018. С. 69].

Помимо «дискурсивной личности» и «коммуникативной личности», активно разрабатывается термин «риторическая личность» (Л. Н. Колесникова, А. А. Мурашов) как видовое понятие ЯЛ. Отличием риторической личности от, например, коммуникативной и речевой личностей, является акцент на культурном и грамотном общении, умении вести диалог с аудиторией и расположить к себе слушающих, обладание риторической культурой, знание речевого этикета. Риторическая личность – это «языковая личность, актуализирующая свои ресурсы и коррелирующая их с задачей действенности и влияния речи применительно к конкретной аудитории, конкретному слушателю, конкретным ожиданиям и формату» [Мурашов, 2019. С. 166]. На основе модели Ю. Н. Караулова разработана трехуровневая теоретико-гносеологическая модель описания риторической личности, включающая нравственно-этический уровень, эмоционально-интеллектуальный уровень и образно-эстетический уровень [Колесникова, 2015].

Как видим, вопрос соотношения представленных выше терминов неоднократно обсуждался в работах лингвистов, однако исследователи не смогли прийти к единому мнению. Так, например, отмечается, что коммуникативная личность шире, чем дискурсивная личность, поскольку именно коммуникативный аспект раскрывает многообразие составляющих коммуникативного процесса, в числе которых коммуникативное сознание и поведение, а также коммуникативная потребность и компетентность. Коммуникативная личность вмещает языковой («строительные единицы высказывания»), дискурсивный и коммуникативный аспекты

(личность, как «творец собственного дискурса», помещена в конкретную коммуникационную ситуацию) [Сорокина, 2023. С. 47–50].

С. Н. Плотникова выступает за разграничение трех понятий, но одновременно утверждает, что некоторое пересечение все же возможно. В целом понимание коммуникативной личности (ЯЛ в коммуникативном процессе) и дискурсивной личности (ЯЛ, порождающая дискурс) не отличается от представленных ранее толкований, но исследователь утверждает, что в процессе коммуникации дискурсивная личность может стать коммуникативной при условии, что общество принимает дискурс, порождаемый ЯЛ, благодаря чему личность помещается в коммуникативное пространство [Плотникова, 2005].

### Языковая личность как гипероним

Анализ работ, посвященных вопросам изучения дискурсивной и коммуникативной личности, показывает, что авторы, предлагающие эти термины, стремятся привнести динамичность в традиционное понимание языковой личности как носителя того или иного языка, способного порождать тексты и отражать в них действительность с помощью разнообразных языковых средств. Лингвисты указывают на необходимость изучения не только лингвистических, но и экстралингвистических факторов, влияющих на выбор вербальных средств. Однако, в свете вышеизложенного, полагаем допустимым обратить внимание на тот факт, что понимание и коммуникативной личности, и дискурсивной личности сводятся к помещению личности в некую коммуникативную ситуацию, в которой ей необходимо породить некий дискурс.

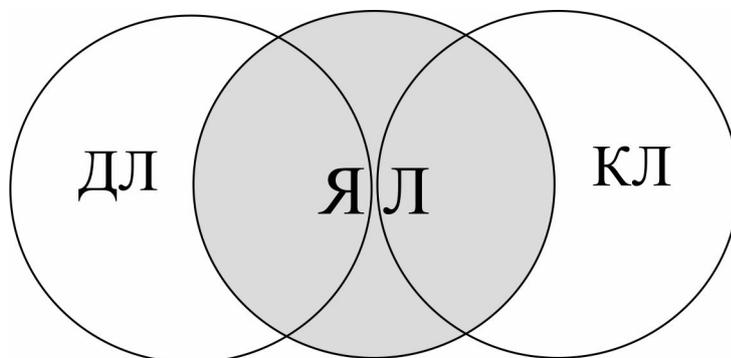
В связи с этим смеем предположить, что термин «языковая личность» выступает гиперонимом по отношению к терминам «дискурсивная личность», «коммуникативная личность», «риторическая личность» и др. Наши предположения подтверждаются, во-первых, тем, что во многих определениях ДЛ или КЛ используется термин «языковая личность» как родовое понятие, а во-вторых, на данный момент феномен ЯЛ является наиболее изученным, о чем свидетельствуют многочисленные труды отечественных лингвистов, при этом некоторые отмечают, что ЯЛ является «фундаментальным и глубинным», лежащим в основе определений КЛ и ДЛ [Плотникова, 2005. С. 8].

О родовидовых отношениях также говорит определение языковой личности, предложенное М. А. Канчер, в котором исследователь объединяет коммуникативный и дискурсивный аспекты: «языковая личность понимается, с одной стороны, как совокупность коммуникативных способностей и характеристик человека, позволяющих ему осуществлять дискурсивную деятельность, с другой – как совокупность отличительных черт, обнаруживающихся в коммуникативном поведении конкретного носителя языка и обеспечивающих ему коммуникативную индивидуальность» [Канчер, 2002. С. 4]. Опираясь на труды В. В. Красных, Е. Р. Корниенко также предлагает рассматривать «языковую личность» как наиболее общее понятие, поскольку любая языковая личность выступает дискурсивной личностью [Корниенко, 2021].

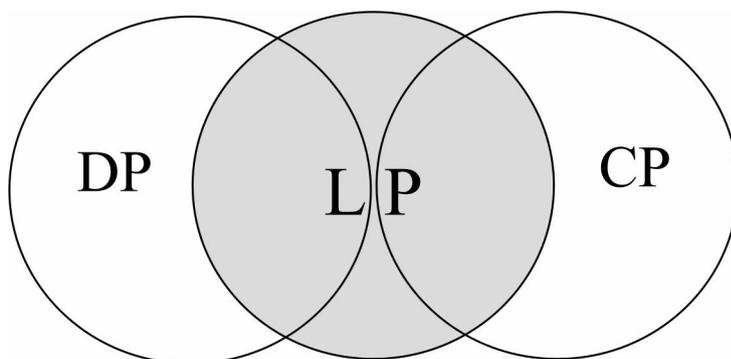
Некоторые исследователи оспаривали правомерность термина «языковая личность», аргументируя тем, что «безъязыковой личности» как таковой не бывает, человек может приобрести статус личности только в процессе социализации, что невозможно без знания языка [Чудинов, 2007]. Но мы полагаем, что языковая составляющая является неотъемлемой частью развития человека, и данный термин в очередной раз указывает на огромную роль и важность языка в жизни человека. Наше понимание того, как именно соотносится языковая личность с личностью дискурсивной и коммуникативной, можно наглядно продемонстрировать (см. рисунок).

Как явствует из схемы, языковая личность не полностью «поглощает» дискурсивную и коммуникативную личность, а лишь частично, что доказывает правомерность дифференцирования ДЛ и КЛ. Пересечение с ЯЛ показывает, что и в дискурсивной, и в коммуникативной личности важным и первостепенным является языковая составляющая, поскольку именно

с помощью вербальных средств личность способна реализовать все параметры определенного типа дискурса и воплотить в жизнь коммуникативные стратегии и цели. «Свободная» область, выходящая за пределы языковой личности, соответствует экстралингвистическим факторам, о которых упоминали многие лингвисты.



Соотношение понятий «языковая личность (ЯЛ)», «дискурсивная личность (ДЛ)» и «коммуникативная личность (КЛ)»



Relationship between the concepts “language personality (LP)”, “discursive personality (DP)” and “communicative personality (CP)”

В случае дискурсивной личности в эту область попадает тип и жанр выбранного дискурса, предопределяющие параметры, которые личность должна соблюсти, чтобы «попасть» в желаемый дискурс. Что касается коммуникативной личности, то в данном случае «свободная» область охватывает коммуникативное поведение, коммуникативную мотивацию и компетенцию, а также коммуникативные тактики и стратегии, применяемые для достижения коммуникативной цели, непосредственно в устной коммуникации.

Как нам представляется, определение языковой личности, предложенное О. П. Фесенко, на данный момент является одним из самых законченных и детально проработанных, охватывающим все аспекты феномена ЯЛ, под которой исследователь понимает не просто человека, способного говорить и понимать речь на определенном языке, «но и комплекс постоянно меняющихся личностных свойств, проявляющихся через тексты и отражающих мировосприятие, систему ценностей, мотивы речевого поведения человека, особенности его социального и культурного окружения, уровень образования и воспитанности, эмоциональное состояние т. д.» [Фесенко, 2013. С. 74].

Несмотря на то что данное толкование закрывает все лакуны в изучении языковой личности, полагаем, что термины «дискурсивная личность» и «коммуникативная личность» имеют право на существование. Под дискурсивной личностью в рамках данной работы мы рассмат-

риваем языковую личность, которая порождает определенный дискурс, соблюдая все характеристики выбранного жанра дискурса, выражаемые языковыми средствами. Например, при написании памфлета, который находится на пересечении политического дискурса и дискурса масс-медиа, автор составляет текст в соответствии с жанровыми особенностями памфлета, в связи с чем автора памфлета можно рассматривать как дискурсивную личность [Богомолова, Горшкова, 2022]. Коммуникативную личность, в нашем понимании, правомерно рассматривать непосредственно в устном коммуникативном акте, где ЯЛ в соответствии с поставленной коммуникативной целью может проявить коммуникативную индивидуальность.

### Заключение

Изучение феномена языковой личности по-прежнему волнует умы лингвистов, а стремления посмотреть на проблему под другим углом только доказывают актуальность изучения «человека говорящего». Несмотря на то что, по мнению некоторых исследователей, термин «языковая личность» «потерял эвристический заряд» [Баранов, 2006. С. 30], именно этот научный концепт лежит в основе всех работ, направленных на изучение того, как отражается личность в речи. Стремление привнести динамичность в данный термин привело к обновлению терминологического аппарата: в современных работах все чаще стали использовать термины «дискурсивная личность», «коммуникативная личность» и др. И если одни исследователи отмечали, что эпоха языковой личности прошла и необходимо уделять больше внимания дискурсивным и коммуникативным аспектам, другие, напротив, не отказывались от концепта языковой личности, рассматривая его как базовое понятие для недавно появившихся терминов. Мы придерживаемся точки зрения последних и полагаем, что термин «языковая личность» можно рассматривать как гипероним по отношению к «дискурсивной личности», под которой мы понимаем такую ЯЛ, которая способна породить дискурс в соответствии со всеми его параметрами, и к «коммуникативной личности», которую мы рассматриваем как реализацию ЯЛ в устном коммуникативном пространстве с учетом коммуникативной ситуации, цели и стратегии, проявляющихся в коммуникативной индивидуальности.

### Список литературы

- Балко М. В.** Политик как синкретическая языковая личность (на примере переписки Ивана Грозного с Андреем Курбским) // Культура в фокусе научных парадигм. 2023. № 17. С. 181–186.
- Баранов А. Г.** Семиотическая личность: кодовые переходы // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности: тезисы докладов XV Межд. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М.–Калуга, 2006. С. 30–31.
- Богомолова А. В., Горшкова В. Е.** Дискурсивная личность автора памфлета в переводческом аспекте // Вестник Моск. ун-та. Серия 22. Теория перевода. 2022. Т. 70. № 4. С. 108–128.
- Богин Г. И.** Современная лингводидактика. Калининград: Калинин. гос. ун-т, 1980. 61 с.
- Богин Г. И.** Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текста: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Л., 1984. 31 с.
- Виноградов В. В.** О языке художественной прозы. М.: Наука, 1980. 360 с.
- Вольский Н. Н.** Лингвистическая антропология. Введение в науки о человеке. Новосибирск: Изд. НГПУ, 2004. 238 с.
- Горелов И. Н., Седов К. Ф.** Основы психолингвистики. М.: Лабиринт, 2001. 304 с.
- Горячева Е. Д.** Языковая личность автора в метатекстовой перспективе автобиографического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16, № 10. С. 3131–3137.

- Гришаева Л. И.** Индивидуальное использование языка и когнитивно-дискурсивный инвариант «языковая личность» // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 1. С. 16–22.
- Гумбольдт В.** Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984. 397 с.
- Егошкина В. А.** Русский развлекательный радиийный дискурс: коммуникативно-прагматический и жанрово-стилистический аспекты: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2020. 23 с.
- Ермоленкина Л. И.** Дискурсивная личность в коммуникативном пространстве современного радио // Вестник ТГПУ. 2017. № 2. С. 37–40.
- Жигулина Т. С.** Коммуникативные стратегии языковой личности (на примере руководителя вуза) // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2023. Т. 42. № 1. С. 149–156.
- Жовнер Е. А.** Коммуникативная личность современного британского политика (по материалам парламентских выступлений Дэвида Кэмерона и Бориса Джонсона) // Политическая лингвистика. 2022. № 4. С. 41–50.
- Зайцева Н. В.** Средства смягчения побуждения в дискурсе вежливой языковой личности // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение: Мат. IV междун. науч.-практ. конф. Орёл, 2020. С. 256–260.
- Земская Ю. Н., Качесова И. Ю., Комиссарова Л. М., Панченко Н. В., Чувакин А. А.** Теория текста. М.: Флинта, 2010. 224 с.
- Иванцова Е. В.** Феномен диалектной языковой личности. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2002. 312 с.
- Иванцова Е. В.** О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования // Вестник ТГУ. Серия: Филология. 2010. № 4. С. 24–32.
- Канчер М. А.** Языковая личность телеведущего в рамках русского риторического этоса (на материале игровых программ): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002. 20 с.
- Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
- Карасик В. И.** Дискурсивное проявление личности // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 4. С. 56–77.
- Караулов Ю. Н.** Русский язык и языковая личность. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.
- Клокова А. Г.** Дискурсивный портрет персонажа как совокупность взаимосвязанных характеристик его личности // Вестник Гродненского гос. ун-та. Серия 3: Филология. Педагогика. Психология. 2020. Т. 10, № 1. С. 86–91.
- Колесникова Л. Н.** Риторическая личность как видовое понятие языковой личности // Евразийский союз ученых. 2015. № 7. С. 41–44.
- Конецкая В. П.** Социология коммуникации. М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. 304 с.
- Корниенко Е. Р.** Полидискурсивный портрет языковой личности: когнитивно-стилистический аспект (на материале корпуса текстов Н. И. Новикова): Дис. ... д-ра филол. наук. Архангельск, 2021. 452 с.
- Кочеткова Т. В.** Проблема изучения языковой личности носителя элитарной речевой культуры (обзор) // Вопросы стилистики. 1996. № 26. С. 14–24.
- Красных В. В.** «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 375 с.
- Кушникова Л. В.** Языковая личность переводчика в свете современных научных парадигм // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2016. № 4. С. 75–85.
- Малышева Е. Г.** Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Омск, 2011. 47 с.
- Михайлова О. А., Михайлова Ю. Н.** Дискурсивная личность: опыт лингвоаксиологического анализа // Политическая лингвистика. 2021. № 6. С. 23–31.
- Молодых В. И., Леонтьева Т. И.** Трансформация женского образа в современной китайской художественной литературе // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. 2019. № 3. С. 207–219.

- Мурашов А. А.** Личность языковая, личность риторическая: детская речь и взрослые проблемы // Народное образование. 2019. № 4. С. 165–170.
- Мухортов Д. С.** Об общем и частном в понятиях «языковая личность», «речевой портрет», «идиостиль» и «идиолект» (на примере вербального поведения современных политических деятелей) // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: Мат. междунар. науч. конф. / Под ред. А. П. Чудинова. Екатеринбург, 2014. С. 167–172.
- Мухортов Д. С., Жовнер Е. А.** Коммуникативная личность политика на материале парламентских выступлений лейбористов Джереми Корбина и Кира Стармера // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2023. Т. 14, № 1. С. 53–69.
- Нерознак В. П.** Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины // Язык. Поэтика. Перевод: Сб. науч. тр. М.: Моск. гос. лингв. ун-т, 1996. С. 112–116.
- Павленко А. И.** Особенности языковой личности переводчика поэтического текста (на материале переводов поэмы Дж. Г. Байрона “Darkness”): Дис. ... канд. филол. наук. Калуга, 2023. 292 с.
- Пауль Г.** Принципы истории языка. М.: Изд-во иностр. лит., 1960. 500 с.
- Плотникова С. Н.** Языковая, коммуникативная и дискурсивная личность: к проблеме разграничения понятий // Вестник ИГЛУ. Лингвистика дискурса. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 4. С. 5–15.
- Резанова З. И., Скрипко Ю. К.** Дискурсивная языковая личность участника виртуального фан-сообщества // Вестник Кемеровского гос. ун-та. 2017. № 1. С. 191–196.
- Руженцева Н. Б.** Портреты политиков: типология и речевая организация // Политическая лингвистика. 2019. № 5. С. 57–63.
- Салихова Э. А., Ситдикова М. Г.** Формирование полидискурсивной коммуникативной личности // Региональное образование XXI века: проблемы и перспективы. 2022. № 2. С. 39–41.
- Седов К. Ф.** Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. М.: Лабиринт, 2004. 317 с.
- Синельникова Л. Н.** Языковая личность vs дискурсивная личность: отношения дополнительности или новая категоризация // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: Сб. науч. трудов / Под ред. А. Г. Пастухова. Орел, 2011. С. 37–44.
- Сорокина А. И.** Коммуникативная личность: языковой, дискурсивный и коммуникативный аспекты // Вестник Калужского ун-та. Серия 2: Исследования по филологии. 2023. № 1. С. 44–51.
- Тарасенко Т. П.** Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. 26 с.
- Храброва Е. С.** Дискурсивный портрет женщины-политика в русском и американском политическом дискурсе (на примере предвыборных обращений к избирателям В. Матвиенко и Х. Клинтон) // Вестник Брянского гос. ун-та. 2010. № 2. С. 233–237.
- Фесенко О. П.** Языковая личность: к вопросу об интерпретации термина // Инновационное образование и экономика. 2013. № 12. С. 73–77.
- Чудинов В. А.** Проблема языкового субъекта. 2007. URL: <http://chudinov.ru/problemazyukovogo-subekta> (дата обращения: 31.01.2024).
- Шапошникова И. В.** Языковая личность // Российская психолингвистика: итоги и перспективы (1996–2021): кол. мон-я / Под ред. И. А. Стернина, Н. В. Уфимцевой, Е. Ю. Мягковой. 2021. С. 178–195.
- Шаховский В. И.** Когнитивная матрица эмоционально-коммуникативной личности // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2018. Т. 22, № 1. С. 54–79.

## References

- Balko M. V.** Politician as a Syncretic Linguistic Personality (On the Example of Ivan The Terrible's Correspondence With Andrei Kurbsky. *Culture in the focus of scientific paradigms*, 2023, no. 17, pp. 181–186. (in Russ.)
- Baranov A. G.** Semiotic Personality: Code Transitions. Speech activity. Language consciousness. *Communicating personalities: theses of reports of the XV International Symposium on Psycholinguistics and Communication Theory*, Moscow-Kaluga, 2006, pp. 30–31. (in Russ.)
- Bogomolova A. V., Gorshkova V. Ye.** Discursive Personality of the Pamphlet Author from a Translation Perspective. *Moscow University Bulletin on Translation Studies*, 2022, vol. 70, no. 4, pp. 108–128. (in Russ.)
- Bogin G. I.** Modern Linguodidactics. Kaliningrad, State University of Kaliningrad, 1980, 61 p. (in Russ.)
- Bogin G. I.** Model of Linguistic Personality According to Different Types of Texts. Dr Sc. Thesis Abstr., Leningrad, 1984, 31 p. (in Russ.)
- Vinogradov V. V.** On the Language of Prose Fiction, Moscow, Nauka, 1980, 360 p. (in Russ.)
- Vol'skii N. N.** Linguistic Anthropology. Introduction to the Science of Human, Novosibirsk, 2004, 238 p. (in Russ.)
- Gorelov I. N., Sedov K. F.** Fundamentals of Psycholinguistics, Moscow, Labirint, 2001, 304 p. (in Russ.)
- Goryacheva E. D.** The Author's Linguistic Personality in the Metatextual Perspective of Autobiographical Discourse. *Philology. Theory & Practice*, 2023, vol. 16, no. 10, pp. 3132–3137. (in Russ.)
- Grishaeva L. I.** Individual Language Use and Cognitive-discursive Invariant "Linguistic Personality". *Issues of cognitive linguistics*, 2006, no. 1, pp. 16–22. (in Russ.)
- Humboldt von W.** Selected Works on Linguistics, Moscow, Progress, 1984. 397 p. (in Russ.)
- Egoshkina V. A.** Russian Entertaining Radio Discourse: Communicative-Pragmatic and Genre-stylistic Aspects. PhD Thesis Abstr. Omsk, 2020. 23 p. (in Russ.)
- Ermolenkina L. I.** Discursive Person in Communicative Space of Modern Radio. *TSPU Bulletin*, 2017, no. 2, pp. 37–40. (in Russ.)
- Zhigulina T. S.** Communicative Strategies of the Linguistic Personality (On the Example of the Head of the University). *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2023, vol. 42, no. 1, pp. 149–156. (in Russ.)
- Zhovner E. A.** Typological Analysis of Political Communication Behaviour: A Contrastive Study into Parliamentary Communications by David Cameron and Boris Johnson. *Political Linguistics*, 2022, no. 4, pp. 41–50. (in Russ.)
- Zaitseva N. V.** Means of Mitigating Inducement in the Discourse of Polite Linguistic Personality. Language. Culture. Communication: Learning and Teaching, Oryol, 2020, pp. 256–260. (in Russ.)
- Zemskaya Yu. N., Kachesova I. Yu., Komissarova L. M., Panchenko N. V., Chuvakin A. A.** Text Theory, Moscow, Flinta, 2010, 224 p. (in Russ.)
- Ivantsova E. V.** Phenomenon of Dialect Language Personality, Tomsk, 2002. 312 p. (in Russ.)
- Ivantsova E. V.** On the Term "Linguistic Personality": Origins, Problems, Prospects of Use. *TSU Bulletin. Serie: Philology*, 2010, no. 4, pp. 24–32. (in Russ.)
- Kancher M. A.** Linguistic Personality of a TV Presenter Within the Framework of Russian Rhetorical Ethos (on the base of game programs). PhD Thesis Abstr. Ekaterinburg, 2002, 20 p. (in Russ.)
- Karasik V. I.** Discourse Manifestation of Personality. *Russian Journal of Linguistics*, 2016, vol. 20, no. 4, pp. 56–77. (in Russ.)
- Karasik V. I.** The Linguistic Circle: Personality, Concepts, Discourse, Moscow, Gnozis, 2004, 390 p. (in Russ.)

- Karaulov Yu. N.** Russian Language and Linguistic Personality, Moscow, LKI, 2010, 264 p. (in Russ.)
- Kloko A. G.** The Character's Discursive Portrait as a Complex of Interrelated Features of his Personality. *Vesnik of Yanka Kupala State University of Grodno. Series 3. Philology. Pedagogy. Psychology*, 2020, vol. 10, no. 1, pp. 86–91 (in Russ.)
- Kolesnikova L. N.** Rhetorical Personality as a Species Concept of Linguistic Personality. *Eurasian Union of Scholars*, 2015, no 7, pp. 41–44. (in Russ.)
- Konetskaya V. P.** Sociology Of Communication, Moscow, International University of Business and Management, 1997, 304 p. (in Russ.)
- Kornienko E. R.** Polydiscursive Portrait of Linguistic Personality: Cognitive And Stylistic Aspect (On The Material Of N. I. Novikov's Corpus Of Texts). Dr Sc. Thesis, Arkhangelsk, 2021, 452 p. (in Russ.)
- Kochetkova T. V.** The Problem of Studying the Linguistic Personality of a Speaker Elitist Speech Culture (Review). *Stylistic Issues*, 1996, no. 26, pp.14–24. (in Russ.)
- Krasnykh V. V.** «Friend» Among «Strangers»: Myth or Reality?, Moscow, Gnozis, 2003, 375 p. (in Russ.)
- Kushnina L. V.** Translator's Linguistic Personality Through the Modern Scientific Paradigms. *Bulletin of PNRPU. Issues in Linguistics and Pedagogics*, 2016, no. 4, pp. 75–85. (in Russ.)
- Malysheva E. G.** Russian Sports Discourse: Theory and Methodology of Linguocognitive Research. Dr Sc. Thesis Abstr., Omsk, 2011, 47 p. (in Russ.)
- Mikhaylova O. A., Mikhaylova Yu. N.** Discursive Personality: An Experience of Linguo-Axiological Analysis. *Political Linguistics*, 2021, no. 6, pp. 23–31. (in Russ.)
- Molodykh V. I., Leontyeva T. I.** On the Transformation of Gender Stereotypes in Chinese Linguistic Culture (Concept «Woman»). *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University*, 2019, no. 3, pp. 207–219. (in Russ.)
- Murashov A. A.** Linguistic Personality, Rhetorical Personality: Children's Speech and Adult Problems. *National Education*, 2019, no. 4, pp. 165–170. (in Russ.)
- Mukhortov D. S.** «Yazykovaya Lichnost», «Rechevoy Portret», «Idiostil», «Idiolect»: The Notions of Russian Scholars in Contrast. What is Required to Study the Stylistic Behaviour of the Politician?. *Political Communication: Perspectives For The Development Of The Scientific Field*, Ekaterinburg, 2014, pp. 167–172. (in Russ.)
- Mukhortov D. S., Zhovner E. A.** Linking Word Use and Personality Characteristics: A Contrastive Study into Parliamentary Communications of Labour Leaders Jeremy Corbyn and Keir Starmer. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2023, vol. 14, no. 1, pp. 53–69. (in Russ.)
- Neroznak V. P.** Linguistic Personology: Towards Defining the Status of the Discipline. *Language. Poetics. Translation*, Moscow, MSLU, 1996, pp. 112–116. (in Russ.)
- Pavlenko A. I.** Linguistic Personality Features of the Poetic Text Translator (on the material of translations of J. G. Byron's poem "Darkness"). PhD Thesis, Kaluga, 2023, 292 p. (in Russ.)
- Paul H.** Principles of Language History, Moscow, Foreign Languages Publishing House, 1960, 500 p. (in Russ.)
- Plotnikova S. N.** Linguistic, Communicative and Discursive Personality: to the Problem of Distinguishing the Concepts. *ISLU Bulletin. Linguistics Discourse. Serie: Linguistics And Cross-Cultural Communication*, 2005, no. 4, pp. 5–15. (in Russ.)
- Rezanova Z. I., Skripko Y. K.** Discursive Language Personality of Virtual Fan Community Members. *Bulletin of Kemerovo State University*, 2017, no. 1, pp. 191–196. (in Russ.)
- Ruzhentseva N. B.** Portraits of Politicians: Typology and Verbal Organization. *Political Linguistics*, 2019, no. 5, pp. 57–63. (in Russ.)
- Salikhova E. A., Sitdikova M. G.** Formation of a Polydiscursive Communicative Personality. *Regional Education for the 21st Century: Problems and Prospects*, 2022, no. 2, pp. 39–41. (in Russ.)

- Sedov K. F.** Discourse and Personality: Evolution of Communicative Competence, Moscow, Labirint, 2004, 317 p. (in Russ.)
- Sinelnikova L. N.** Linguistic Personality vs Discursive Personality: Complementarity or New Categorization. *Genres and text types in scientific and media discourse: a collection of scientific papers* / Edited by A. G. Pastukhov. Orel, 2011, pp. 37–44.
- Sorokina A. I.** Communicative Personality: linguistic, discursive and communicative aspects. *Bulletin of Kaluga State University. Series 2: Philological Studies*, 2023, no. 1, pp. 44–51. (in Russ.)
- Tarasenko T. P.** Linguistic Personality of High School Students in the Aspect of its Speech Realizations (on the material of associative experiment data and sociolect of Krasnodar schoolchildren). PhD Thesis Abstr., Krasnodar, 2007, 26 p. (in Russ.)
- Khrabrova E. S.** Discursive Portrait of a Female Politician in Russian and American Political Discourse (on the example of V. Matvienko's and H. Clinton's Pre-Election Addresses to Voters). *Bryansk State University Herald*, 2010, no. 2, pp. 233–237. (in Russ.)
- Fesenko O. P.** Linguistic Personality: For the Interpretation of the Term. *Innovative Education and Economy*, 2013, no. 12, pp. 73–77. (in Russ.)
- Chudinov V. A.** Problem of the Linguistic Subject, 2007. URL: <http://chudinov.ru/problema-yazykovogo-subekta> (accessed on: 31.01.2024). (in Russ.)
- Shaposhnikova I. V.** Linguistic Personality. Russian Psycholinguistics: Results and Prospects: collective monograph / Edited by I. A. Sternin, N. V. Ufimtseva, E. Yu. Myagkova. 2021, pp. 178–195. (in Russ.)
- Shakhovskii V. I.** The Cognitive Matrix of Emotional Communicative Personality. *Russian Journal of Linguistics*, 2018, vol. 22, no. 1, pp. 54–79. (in Russ.)

### Информация об авторе

**Богомолова Александра Владимировна**, старший преподаватель кафедры перевода и переводоведения Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации Иркутского государственного университета

### Information about the Author

**Alexandra V. Bogomolova**, Senior Lecturer at the Department of Translation and Translation Studies, Irkutsk State University

Статья поступила в редакцию 09.02.2024;  
одобрена после рецензирования 17.03.2024; принята к публикации 12.04.2024

The article was submitted 09.02.2024;  
approved after reviewing 17.03.2024; accepted for publication 12.04.2024

Научная статья

УДК 811.112.2

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-20-33

## Коммуникативные стратегии в западно- и восточногерманском историко-биографическом дискурсе

Марина Константиновна Мовчан

Новосибирский государственный университет  
Новосибирск, Россия

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена  
Санкт-Петербург, Россия  
mmovchan3@gmail.com

### Аннотация

Представлены результаты нарративного анализа западно- и восточногерманских историко-биографических текстов. Материалом послужили тексты, посвященные одним и тем же историческим личностям, но созданные в разных частях Германии. В рамках общей нарративной стратегии были выделены частные стратегии объяснения, информирования, самопрезентации, объективации и оценки. Их реализуют тактики рациональной аргументации, персонализации, описания оценочных ориентиров, приписывания оценочных характеристик, апелляции к личностному или групповому авторитету, апелляции к возможному прошлому, сравнения, неопределенности, аттрактивации, косвенного обращения.

### Ключевые слова

риторический метадискурс, научный дискурс, исторический нарратив, биография, коммуникативные стратегии

### Для цитирования

Мовчан М. К. Коммуникативные стратегии в западно- и восточногерманском историко-биографическом дискурсе // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 20–33. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-20-33

## Communicative Strategies in West and East German Historical (Biographical) Discourse

Marina K. Movchan

Novosibirsk State University  
Novosibirsk, Russian Federation

Herzen State Pedagogical University of Russia  
Saint Petersburg, Russian Federation

mmovchan3@gmail.com

### Abstract

The article presents the results of analyzing East and West German historical biographies from the narrative point of view, exemplified by texts devoted to the same historical personalities but composed in two different parts of Germany.

© Мовчан М. К., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3  
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

Within the general narrative strategy, specific strategies such as explanation, informing, self-presentation, objectification and evaluation have been singled out. They are realized by communicative tactics such as rational argumentation, personalization, describing evaluation criteria, ascribing evaluative characteristics, appealing to personal or group opinion leaders, appealing to possible past, comparison, tentativeness, attracting attention and indirect address.

#### Keywords

rhetorical metadiscourse, scholarly discourse, historical narrative, biography, communicative strategies

#### For citation

Movchan M. K. Communicative Strategies in West and East German Historical (Biographical) Discourse. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 20–33. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-20-33

## Введение

Благодаря «нарративному повороту» в гуманитарных науках исследование нарратива в историческом дискурсе приобретает особую актуальность (ср. [Брокмейер, Харре, 2000]). Исторический дискурс является подтипом научного (теоретического) дискурса, которому присуща стратегия аргументативности. Данная стратегия реализуется в исторических текстах через нарративность.

Актуальность исследования определяется не только значимостью нарратива для фиксации, хранения и передачи опыта, но и недостаточной изученностью историко-биографических текстов с точки зрения языка и дискурса (ср. [Hardtwig, 1979. P. 294]).

Материалом послужили «параллельные биографии» [Brinks, 1992. P. 288–289], написанные в Западной и Восточной Германии и посвященные одним и тем же историческим личностям: прусскому королю Фридриху II, Отто фон Бисмарку, Мартину Лютеру и императору Вильгельму I.

Новизна исследования определяется постановкой проблемы: в работе прослеживаются и сравниваются риторические стратегии и тактики в текстах историков разделенной Германии. Впервые предпринимается попытка проанализировать исторические биографии с позиции дискурса и нарратива.

Цель исследования – выявить на уровне языка коммуникативные стратегии и тактики в историко-биографических текстах, созданных в ГДР и ФРГ, с позиции неориторики.

Исследование позволило установить, что историко-биографические тексты ГДР и ФРГ находятся в околупериферийной области риторического метадискурса [Голоднов, 2011. С. 151]. В исследуемых текстах основной риторической стратегией является аргументативная стратегия нарративности. Она находит отражение в частных стратегиях объяснения, информирования, самопрезентации, объективации и оценки. Что касается частных стратегий, их реализации служат различные коммуникативные тактики.

## Стратегия объяснения

Одной из основных в историческом повествовании является стратегия объяснения [Baumgartner, 1979. P. 269; Данто, 2002. С. 228, 237; Pfeifer, 2014. P. 261–262], поскольку в основе нарратива лежит передача событий, объединенных смысловыми связями [Lämmert, 1955; Тодоров, 1975; Chatman, 1989; Benjamin, 1991; Данто, 2002; Velleman, 2003; Köppe, Kindt, 2014]. В рамках данной стратегии прослеживаются логические связи, присущие нарративной картине мира, и строятся модели возможных миров.

Стратегию объяснения в немецкоязычном историческом нарративе реализуют тактики рациональной аргументации, апелляции к личному или групповому авторитету, описания оценочных ориентиров, сравнения, апелляции к возможному прошлому, опровержения.

В рамках тактики *рациональной аргументации* одно и то же событие в «параллельных» биографических текстах может быть объяснено по-разному. Так, биографы Мартина Лю-

тера по-разному подводят итоги диспута с участием «главного героя». По Ф.-В. Кантценбаху (ФРГ), диспут закончился примирением обеих сторон: „1536 brachte die Wittenberger Konkordie wenigstens eine... Übereinstimmung zwischen den Wittenbergern und den oberdeutschen Reformatoren. Man reichte sich die Bruderhand“ [Kantzenbach, 1972. P. 68]. В свою очередь, согласно Г. Брендлеру (ГДР), стороны остались при своем мнении: „Experimentell ließ sich die Frage nicht lösen, politisch auch nicht; so blieb ein jeder bei seiner Meinung und schrieb sich selber den Sieg zu“ [Brendler, 1983. P. 379].

Тактика *апелляции к личному авторитету* позволяет истолковать действия исторических персоналий со ссылкой на их намерения, интересы и личностные особенности. Данная тактика, в частности, связывается с образом героя, важными вехами его жизни, формированием его взглядов [Терпугова, 2011]. Так, биографы прусского короля Фридриха II объясняют формирование характера «протагониста» влиянием отца: „[Friedrichs] Jugend und sein Konflikt mit dem Vater hatten ihn gezwungen, sich zu verstellen und zu heucheln. Dadurch war ein amoralischer Zug in sein Wesen gekommen...“ [Aretin, 1985. P. 42].

Тактика *апелляции к личному авторитету* в рамках стратегии объяснения реализуется также при помощи ссылок на других историков и идеологов. Так, К. О. фон Аретин (ФРГ) объясняет отношения Фридриха II с женщинами с опорой на психоанализ: „[Friedrichs] überstarke Bindung an die Mutter und die Schwestern sowie seine geradezu krankhafte Abneigung gegen Verheiratete in seiner Umgebung gehören zu seinem gestörten Verhältnis zum weiblichen Geschlecht“ [Aretin, 1985. P. 39]. Такая междисциплинарность позволяет говорить о сходстве между биографическими и научно-популярными текстами.

*Апелляция к групповому авторитету* в историко-биографическом повествовании представляет собой ссылки на неназванный и неисторический «источник», например, на «слова народа» (коллективные общности, которые А. Данто называет «социальными индивидами» [Данто, 2002. С. 244]). Например: „Nach dem harten Regime Friedrich Wilhelms I. hofften viele auf eine Erleichterung“ [Mittenzwei, 1987. P. 37] (о времени вступления Фридриха II на престол и народных надеждах на нового правителя). Здесь социальные индивиды обозначены словом *viele* без указания на конкретных личностей или сословия.

Тактика *описания оценочных ориентиров* в историко-биографических текстах связана с ценностями и имеет особую значимость в восточногерманских текстах. Повествуя о рождении исторической личности, восточногерманские историки отмечают политическую ситуацию в государстве на тот момент, объясняя ее не только конкретными событиями (в примере – Французской революцией), но и марксистской теорией: „Zur Zeit der Geburt Prinz Wilhelms befanden sich die Staaten des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation schon im Sog der revolutionären französischen Ereignisse. Auch im friderizianischen Preußen... beschleunigte sich der Verfall des politischen und gesellschaftlichen Systems. Der Feudalismus... war nunmehr in das Stadium der Agonie getreten...“ [Börner, 1984. P. 13]. В западногерманских текстах, в свою очередь, объяснение основывается на ценностях, охарактеризованных как «демократические»: „... die Unterschiede zwischen den Menschen sind durch die Entwicklung der Menschenrechte in der Zeit der Aufklärung, durch das demokratische Freiheitsdenken... aufgehoben“ [Kantzenbach, 1972. P. 34].

Тактика *сравнения* реализуется в проведении исторических параллелей между личностями, государствами, эпохами и событиями. Например, при сравнении М. Лютера с его современником Томасом Мюнцером объясняется значимость обоих деятелей для Реформации. Так, по Г. Брендлеру, Лютер и Мюнцер вели движение Реформации в «противоположные стороны», причем Лютер, в отличие от Мюнцера, принадлежал к ранней интеллигенции: „Luther ordnete sich... einem Status innerhalb des feudalen Gesellschaftssystems zu, der ihn zunächst aus unmittelbaren Bindungen an soziale Klassen und Schichten herauslöste... In Luther tritt uns ein Intellektueller unter den spezifischen Bedingungen seiner Zeit entgegen. Diese Schicht der frühen Intelligenz... befand sich in mancherlei Abhängigkeiten...“ [Brendler, 1983. P. 344].

Сравниваться могут события, имевшие место в более ранние или поздние исторические периоды. Так, Л. Галль (ФРГ) сравнивает войны 1866 г. и Франко-прусскую, объясняя их характер, сходство в проблемах и способах решения: „...das, was zugleich die Kriege von 1866 und 1870/71 charakterisiert: Dass hier wie dort... unter möglicher Bewahrung des Bestehenden nur dem eine neue Form zu geben versucht wurde, was... so oder so nach Geltung und Durchsetzung drängte“ [Gall, 2002. P. 425].

Тактика *апелляции к возможному прошлому* позволяет объяснять события путем моделирования ситуации, в которой история могла бы пойти иначе [Рикер, 1998. С. 213; Dorschel, 2008. P. 33]. Приведение такой альтернативы свидетельствует о кризисном характере того или иного события, об особой его значимости [Meier, 1979. P. 242–244; Степанова, 2013. С. 39].

Альтернативность в анализируемых текстах реализуется при помощи приемов удаления и добавления [Нехамкин, 2006. С. 137–138]. Например: „...wie hätten sich die Dinge... entwickeln können, wenn 1520 oder 1530 ein Konzil einberufen worden wäre?“ [Kantzenbach, 1972. P. 74] (добавление событий); „Gab es in Preußen tatsächlich ein Bürgertum, das die Rolle des Adels hätte übernehmen können? Dies lässt sich mit Sicherheit nicht guten Gewissens bejahen“ [Aretin, 1985. P. 110] (добавление фактора); „Wären die Russen Friedrich gefolgt, sie hätten ihn vernichten können“ [Aretin, 1985. P. 99] (добавление события и удаление личности).

Тактика *опровержения* носит диалогический характер, поскольку позволяет аргументированно развенчивать популярные мнения и трактовки, например, легенду о «95 тезисах» Мартина Лютера, прибитых на дверях церкви: „Dass Luther die Thesen angeschlagen habe, behauptet sein Freund Melancthon erst 1546... Von einem Anschlag der Thesen an der Schlosskirche zu Wittenberg sagt Luther selbst nichts“ [Kantzenbach, 1972. P. 27]; „Beim Thesenanschlag handelte es sich nur der Form nach um einen Aufruf zur akademischen Disputation, nicht der Sache nach“ [Brendler, 1983. P. 115].

### Стратегия информирования

В анализируемых текстах стратегия информирования реализуется при помощи тактик рациональной аргументации, апелляции к личному авторитету и неопределенности. Информирование осуществляется с опорой на свидетельства, документы [Хазагеров, Лобанов, 2004. С. 107, 109] и утверждения о существовании чего-либо (*Existenzbehauptungen*) [Baumgartner, 1977. P. 428].

Тактика *рациональной аргументации* напрямую связана со свидетельствами и документами. Свидетельствами в анализируемых биографиях являются дневники, письма, воспоминания. Так, биографы М. Лютера на основе свидетельств «протагониста» и его современников информируют о ходе Реформации и Шмалькальденском союзе князей [Kantzenbach, 1972. P. 73; Brendler, 1983. P. 409]. Ссылки на конкретные свидетельства предоставлены с указанием названий и дат: „Neben den kürzeren Schmalkaldischen Artikeln (1536) und der aus dem Jahre 1539 stammenden Schrift „Von den Conciliis und Kirchen“ eignet sich der Große Katechismus am besten für eine erste Begegnung mit dem Theologen Luther“ [Kantzenbach, 1972. P. 70] и др.

Документы, в отличие от свидетельств, представляют собой оставленные историческими личностями письменные памятники [Хазагеров, Лобанов, 2004. С. 109]. В частности, биографы Фридриха II ссылаются на его философский труд *Antimachiavell* [Aretin, 1985. P. 9, 45, 106–107; Mittenzwei, 1987. P. 33–36] и политические завещания [Aretin, 1985. P. 106; Mittenzwei, 1987. P. 101, 145], а биографы Мартина Лютера – на его богословские сочинения: “Das Thema der im März 1517 erschienenen Erklärung der sieben Bußpsalmen, auch der 62. These [Luthers] berühmten 95 Sätze von 1517 wird schon angeschlagen in seinem Brief an einen Ordensgenossen...” [Kantzenbach, 1972. P. 26].

Тактику рациональной аргументации также реализуют примечания [Börner, 1984. P. 9, 16, 20, 25, 29, 38; Mittenzwei, 1987. P. 17, 21, 27, 34, 55; Engelberg, 1991. P. 17, 51, 131, 147] и тол-

кования терминов. Данный коммуникативный ход свидетельствует о близости историко-биографических текстов к научно-популярным [Хазагеров, Лобанов, 2004. С. 180]. Например: „... [der Neuling] hatte sich vorzubereiten auf die „Profefß“, auf das Ablegen der Gelübde von Armut, Keuschheit und Gehorsam...“ [Brendler, 1983. P. 27] (пояснение термина, обозначающего монашеский обет). Пояснения могут быть классифицированы как «утверждения о существовании».

Цитирование свидетельств и документов реализуют также тактику *апелляции к личному авторитету*, если приведенные памятники формируют образ исторической личности. В частности, при анализе переписки Отто фон Бисмарка с Мари фон Тадден Э. Энгельберг (ГДР) цитирует сочиненные Бисмарком стихи, характеризующие их автора как человека разностороннего:

„Am letzten Dienstag sagten Sie,  
Es fehlte mir an Poesie.  
Damit Sie nun noch klar ersehn,  
Wie sehr Sie mich da missverstehn,  
So schreib ich Ihnen, Frau Marie,  
In Versen, gleich des Morgens früh“ [Engelberg, 1991. P. 180].

Тактика *неопределенности* выражается в указании на неточную информацию, например: „Die Familie Luder, Ludher oder Lüder war im Westen des Thüringen Waldes ansässig. Das Dorf Möhra galt als Stammsitz“ [Kantzenbach, 1972. P. 17]. На неопределенность указывают различные варианты написания фамилии, а также употребление глагола *gelten (als)* (считаться) вместо *sein* (быть).

### Стратегия самопрезентации

Самопрезентация как риторическая стратегия ценна создаваемым эффектом достоверности [Ван Дейк, 2000. С. 296–297, 300]. Эту стратегию реализуют тактики персонализации, аттрактивации и апелляции к авторитетам.

*Персонализация* представляет собой сигналы авторского присутствия в тексте: субъективные автономинания (личные местоимения *ich, wir*). Местоимение «я» в научных текстах расщепляется на три аспекта: «я» сочинителя, «я» исследователя и «я» повествователя [Steinhoff, 2007. P. 2, 7, 9]. «Я» сочинителя (*Verfasser-Ich*) указывает на этапы исследования и прослеживается при указании историографом на цели и задачи труда. В частности, в следующем отрывке Э. Энгельберг отмечает аспекты личности и эпохи, которые планирует осветить – «движущие силы истории» и на их фоне различные стороны личности «протагониста»: „Was *ich*... zu vermitteln versucht hatte, sollte zwar in die Biographie eingehen, aber nun wollte *ich* Bismarcks Persönlichkeit in den Mittelpunkt der Darstellung stellen, politisch, menschlich, möglichst allseitig. Dabei konnte *ich* (курсив мой) seine Herkunft, Jugend und Frühzeit nicht summarisch abtun“ [Engelberg, 1991. P. 9].

«Я» исследователя (*Forscher-Ich*) отождествляется с аспектом личности ученого, представляющего свою гипотезу или основную мысль. У того же Э. Энгельберга данный аспект связан с указанием на противоречивость личности «протагониста» и объяснением его действий: „Deutlicher als früher erkannte *ich*, wie stark, vielschichtig-widerspruchsvoll und reich er als Persönlichkeit war und wie er sich dadurch als fähig erwies, die nach der gescheiterten Revolution von 1848 offenen Probleme auf seine Art von oben zu lösen“ [Engelberg, 1991. P. 9].

«Я» повествователя (*Erzähler-Ich*) передает субъективное отношение историографа к проблеме. Э. Энгельберг поясняет, что заинтересовался личностью Отто фон Бисмарка вследствие антипатии к канцлеру: „Zunächst: *Ich* komme von der Gegenposition. Empörung gegen den Verfasser des Sozialistengesetzes *bewegte mich*, als *ich*... meine Dissertation über [Bismarck] schrieb“ [Engelberg, 1991. P. 9].

Западногерманские авторы, в отличие от восточногерманских, соблюдают запрет на «я» и используют местоимение *wir*. Например: „1740 wurden die alten Rechtsprinzipien

der europäischen Politik von diesem jungen König mit einer, *wie wir sehen werden*, ungläublichen Leichtfertigkeit in Scherben geschlagen“ [Aretin, 1985. P. 12].

Тактика *аттрактивации* реализуется при помощи настоящего времени глагола, указывающего на временной план историографа: „*Geschichtlich gehören Luther und Müntzer zusammen. Einer ist ohne den anderen nicht möglich und gerade für die Zeit, in der ihr Gegensatz manifest wurde, auch nicht erklärbar*“ [Brendler, 1983. P. 322]. Из лексических средств стоит отметить анахронизмы и заимствования, например: „Der Preußenkönig beherrschte für seine Zeit das Geschäft der „*public relation*“ nicht weniger schlecht als mancher spätbürgerliche Politiker heute“ [Mittenzwei 1987. P. 56] (анахронизм/англицизм). С точки зрения времени маркерами аттрактивации в рамках самопрезентации являются пролепсы: „Unter [Friedrich Wilhelm] nahm das Leben der gesamten Gesellschaft jenen militärischen Zuschnitt und jene barbarischen Züge an, ... *die sich als unheilvolle Tradition in der deutschen Geschichte fortsetzen*“ [Mittenzwei, 1987. P. 14] (пролепса, соотносящаяся с дальнейшим ходом истории).

*Апелляция к авторитетам* также реализует стратегию самопрезентации. В частности, Г. Брендлер, ссылаясь на авторитет историка Г. Чебица, формулирует задачу своего труда – завершить начатую Чебицем работу, сделав акцент на личности М. Лютера: „...*konzentrierte sich Gerhard Zschäbitz darauf, das gesellschaftliche Umfeld, in dem Martin Luther wirkte, darzustellen...* Da dies auch in den marxistischen Gesamtdarstellungen zur Geschichte der frühbürgerlichen Revolution ausführlich geschehen ist, *konnte ich mich... mehr Luthers geistiger Entwicklung und seinem individuellen Verhalten zuwenden*“ [Brendler, 1983. P. 7].

### Стратегия объективации

Стратегия *объективации* представляет собой противоположность самопрезентации. С ней связана анонимность и обезличенность теоретического дискурса. Реализуется данная стратегия в тактиках косвенного обращения, неопределенности, апелляции к групповому авторитету.

Как уже отмечалось, в предисловиях восточногерманских исторических биографий историографы указывают на различные ипостаси «я» исследователя эксплицитно, при помощи местоимения *ich*. Западногерманские историографы, напротив, в предисловиях прибегают к объективации, используя вместо местоимения 1-го лица местоимение *man*. Например: „*Man sollte es unterlassen, Luther und Hitler in einem Atemzug zu nennen...*“ [Kantzenbach, 1972. P. 14]. Поскольку в данном случае местоимение *man* включает в себя не только адресанта, но и адресата, «наводя» его на избранное историографом толкование, здесь проявляется тактика *косвенного обращения* [Голоднов, 2011. С. 242–243].

В основном повествовании, в отличие от предисловий, и восточно-, и западногерманские историографы используют местоимение *man*. Оно может указывать на неосведомленность историографа, реализуя тактику *неопределенности*, например: „Von Friederike weiß *man*, dass sie [des Prinzen] aggressiven Charme erlegen ist“ [Herre, 1983. P. 19].

Тактику *апелляции к групповому авторитету* в рамках объективации реализуют референциальные обозначения, такие как *der Historiker, der Forscher*: „...Ob der Preußenkönig ... eine Persönlichkeit war, die mit Recht groß genannt werden kann, ...darüber kann der Historiker nicht urteilen“ [Mittenzwei, 1987. P. 81]; „Sofern sich der Forscher dabei von der Annahme leiten lässt, dass in der jeweiligen Quelle etwas berichtet wird, was nicht nur eine einmalige Kuriosität darstellt...“ [Brendler, 1983. P. 52].

### Стратегия оценки

Стратегия *оценки* реализуется в тактиках описания оценочных ориентиров, приписывания оценочных характеристик, апелляции к авторитетам, сравнения и аттрактивации.

Использование тактик описания оценочных ориентиров и приписывания оценочных характеристик делает историко-биографический дискурс близким к научно-популярному. *Описание оценочных ориентиров* намечается в предисловиях при постановке целей, задач, обосновании методологии. Так, Л. Галль ставит целью обоснование роли «протагониста» в истории с учетом субъективных и объективных факторов: „Haben jene recht, die Bismarck ... vorwarfen, die Nation auf einen Irrweg geführt... zu haben...? Oder werden hier... die wahren geschichtlichen Zusammenhängen gerade verstellt, indem aus dem Blick gerät, in wie starkem Maße auch Bismarck... in seiner Person und in seinem Wirken die vorherrschenden Tendenzen und Kräfte seiner Zeit repräsentierte?.. Die Antwort steckt weder allein in dem „Subjektiven“: Was wollte der Mann...? Noch steckt sie ausschließlich in dem „Objektiven“: Was hat er tatsächlich bewirkt...? Sie steckt in beidem... Kurz, sie steckt in der nüchternen Erkundung des Spielraums, den die historische Konstellation, die sie bestimmenden überindividuellen Kräfte und Tendenzen seiner Person und seinem Wirken ließen“ [Gall, 2002. P. 24–25].

Обозначенные во вступлениях оценочные ориентиры отражены и в основном повествовании. В частности, биографы Фридриха II критикуют своего «героя» за несоответствие его действий заявленной программе Просвещения, за нарушение обещаний: „Schon der „Natzmer-Brief“ und der „Antimachiavell“ hatten gezeigt, dass der Preußenkönig in Fragen des Krieges nicht auf den Positionen der Aufklärung stand“ [Mittenzwei, 1987. P. 56]; „Als Friedrich 1745 aus dem Österreichischen Erbfolgekrieg ausschied, war das mit dem Gelöbnis geschehen, er werde „fortan keine Katze mehr angreifen“. 1756 wurde er rückfällig. Am 26. August dieses Jahres fielen ohne vorherige Kriegserklärung preußische Truppen in einer Stärke von 61 000 Mann in Sachsen ein“ [Aretin, 1985. P. 74].

Оценочными ориентирами служат также предикаты «моральное/аморальное», «гуманное/жестокое». Например, К. О. фон Аретин критикует Фридриха за презрение к народу: „[Friedrichs] Art des Regierens trug bei der Verachtung, die er für sein Volk empfand, geradezu koloniale Züge“ [Aretin, 1985. P. 116]; К. Х. Бернер (ГДР) критикует деда короля Вильгельма за оккультизм и фаворитизм: „So konnte sich der König vorrangig den Sinnesfreuden hingeben und mit okkultistischen Spielereien beschäftigen. Unter seiner Regierung war die Mattressenwirtschaft gang und gäbe...“ [Börner, 1983. P. 13].

Другой оценочный ориентир – соответствие «духу времени»; он выражается через предикаты «устаревший/современный», «прогрессивный/реакционный». И в восточно-, и в западногерманских текстах консерваторы оцениваются негативно, например: „Sie waren unfähig zu historisch vorwärtsweisenden Initiativen, aber auch hasenherzig und mitunter repressiv bei der Abwehr der nationalen Bewegung selbst in der gemäßigten Form des Nationalvereins“ (о союзе немецких князей) [Engelberg, 1991. P. 429]; „Massiv versuchte die Regierung, die Neuwahlen zum Abgeordnetenhaus am 28. Oktober 1863 in ihrem Sinne zu beeinflussen... In Preußen war nichts gewonnen und in Deutschland viel verloren. Der König und sein Ministerpräsident hatten die liberale, propreußische, kleindeutsche Bewegung zurückgestoßen...“ [Herre, 1984. P. 319].

Тактика *приписывания оценочных характеристик* связана с оценочными номинациями персонажей и их действий. Она позволяет говорить о близости историко-биографического дискурса к научно-популярному, в котором использование средств выразительности является одной из особенностей [Хазагеров, Лобанов, 2004. С. 180; Чернявская, 2007. С. 43–45]. Например, Ф. Герре (ФРГ) дает отрицательную характеристику королю Фридриху Вильгельму IV: „Dieser Hohenzoller schrieb zu viel. Die Feder, so hurtig sie auch über das Papier strich, konnte dem Fliegen und Flattern der Gedanken kaum folgen... Und er redete mehr, als er zu sagen hatte, mit pastoraler Stimme...“ [Herre, 1984. P. 164]. Экспрессивность достигается также за счет парафразы (*dieser Hohenzoller*) и олицетворения (*Die Feder...*).

Одни и те же события могут получать в «параллельных» западно- и восточногерманских биографиях разную оценку. Так, оба биографа Вильгельма I повествуют о революции 1848 года, но у Ф. Герре (ФРГ) она характеризуется как «кровавая» („das *blutige Drama* auf den

Straßen [der] Hauptstadt“ [Herre, 1984. P. 189]), а у К. Х. Бернера подчеркивается ее победоносность и значимость для истории: „Mit dem *siegreichen* Verlauf der Revolution in Berlin und Wien waren die *stärksten Bastionen des Absolutismus* in Deutschland zerschlagen“ [Börner, 1983. P. 75].

Интертекстуальный характер оценочных характеристик имеет место при прямом или косвенном цитировании текстов, не являющихся историческими документами. Так, один из разделов у Л. Галля назван *Der Zauberlehrling* [Gall, 2002. P. 529] и отсылает к стихотворению И. В. Гете. Историкограф сравнивает Бисмарка с героем стихотворения, призывавшим злые силы, которые обернулись против него: „[Bismarck] wurde... zum Zauberlehrling, der die Größe seines Erfolges mit der Größe seiner Niederlage... bezahlte...“ [Gall, 2002. P. 840].

Оценочными характеристиками также являются клишированные номинации персонажей, например, «Фридрих Великий» (ср. [Мовчан, 2017. С. 157]). И. Миттенцвай (ГДР) рассматривает эту номинацию подробно, размышляя, что есть «величие» и за что Фридрих мог бы заслужить такое прозвище: „Es war also der Kriegsheld Friedrich, der damals von den Zeitgenossen als *groß* gefeiert wurde... Einmal in Gebrauch..., von preußenfreundlichen Historikern aufgenommen, bürgerte sich die Bezeichnung in die Umgangssprache ebenso ein wie der mehr familiäre und vertraute „alte Fritz“. Größe ist... nur messbar im Vergleich... Ob der Preußenkönig aber eine Persönlichkeit war, die mit Recht groß genannt werden kann, weil sie... das Rad der Weltgeschichte ein Stückchen weitergedreht hatte, darüber kann der Historiker nicht urteilen, nachdem er erst die Anfangsjahre seines „Helden“ geschildert hat. Die Aufhellung der Gründe für die ehrenvolle Bezeichnung „der Große“ sollte lediglich kritische Distanz wecken...“ [Mittenzwei, 1987. P. 80–81].

Стратегию оценки также реализует тактика *апелляции к авторитетам*, при которой оценочное мнение приписывается историческим персонажам. Так, по К. О. фон Аретину, отец Фридриха считал сына лжецом и бунтарем: „Der König sah in dem Sohn <...> einen verlogenen Verschwender, der sich mit Schach- und Winkelzügen hinterrücks den Anordnungen des Vaters widersetzte“ [Aretin, 1985. P. 34]; И. Миттенцвай высказывает надежды народа (социального индивида) по поводу вступления Фридриха на престол: „Nach dem harten Regime Friedrich Wilhelms I. hofften viele auf eine Erleichterung“ [Mittenzwei, 1987. P. 37].

Тактика *сравнения* реализуется в исторических параллелях, несущих оценочную окраску. Так, К. Х. Бернер сравнивает Вильгельма и его брата Фридриха Вильгельма IV, отмечая, что после мартовской революции они «поменялись местами», т. е. взглядами: „Im Vergleich zum Vormärz hatten Prinz Wilhelm und Friedrich Wilhelm IV. Ihre Plätze getauscht. War von Wilhelm zunächst der Anspruch der junkerlich-monarchistischen Alleinherrschaft vertreten... worden, während der König geringfügige Reformen zugestand, so zeigte sich der Prinz jetzt gegenüber „notwendigen“ Reformschritten aufgeschlossener, wogegen Friedrich Wilhelm die Absichten der reaktionärsten Teile des Junkertums begünstigte“ [Börner, 1983. P. 112–113].

Личности, с которыми проводятся оценочно окрашенные параллели, могут иметь прецедентный характер (например, Наполеон и Гитлер): „Wer die europäische Geschichte kennt, weiß, dass das oben entwickelte Bild von Großmachtspolitik in der Vergangenheit keine Stütze findet. Auch ein Ludwig XIV., ein Napoleon und nach ihm das Wilhelminische und Hitlerische Deutschland haben den Thesen Machiavellis geglaubt...“ [Aretin, 1985. P. 151]. Биографы Мартина Лютера сравнивают своего «героя» с Яном Гусом, например: „Das Schicksal von Jan Hus vor Augen, bedrückte [Luther] die Schande, die er seinen Eltern machen würde, wenn er nun brennen müsste“ [Brendler, 1983. P. 144].

Данным тактикам близка тактика *аттрактивации* (привлечения внимания). Наибольший эффект она имеет в паратекстуальных элементах [Genette, 1989] (ср. [Мовчан, 2018-1]), прежде всего в заголовках самих биографий и их разделов [Мовчан, 2018-2]. Заголовки исторических биографий сопровождаются подзаголовками, в которых (в первую очередь в западногерманских текстах) прослеживается оценка (см. таблицу).

ФРГ	ГДР
Friedrich der Große. Größe und Grenzen des Preußenkönigs. Bilder und Gegenbilder	
Bismarck. Der weiße Revolutionär	Bismarck. Urpreuße und Reichsgründer
Martin Luther. Der bürgerliche Reformator	Martin Luther. Theologie und Revolution
Wilhelm I. Der letzte Preuße	

Слова и словосочетания *Urpreuße, der letzte Preuße, der weiße Revolutionär, der bürgerliche Reformator* несут эмоциональную нагрузку, образы Бисмарка и Вильгельма представлены как символы имперской Пруссии, а образ Лютера – как символ революции.

Промежуточные заголовки реализуют тактику аттрактивации в тексте Г. Брендлера при помощи повторов и параллелизма (*mit... gegen, mit... für*): *Mit dem Glauben gegen die Scholastik. 1516–1517* [Brendler, 1983. P. 76]; *„Aus reiner Liebe zur Wahrheit“*. *Mit dem Glauben gegen die Betrüger des Volkes. Oktober 1517 – März 1518* [Ebd. P. 101]; *„Mit dem Adel gegen Rom. Die Reformationsprogrammatische von 1520* [Ebd. P. 186].

Тактику аттрактивации также реализует эпиграф, иллюстрирующий оценку историографом выбранной личности. Так, Л. Галль предваряет свою биографию эпиграфом из работы экономиста и политика Л. Бамбергера *Monsieur de Bismarck*: „Man kann keinen Augenblick daran zweifeln, dass er ein geborener Revolutionär war. Denn man wird als Revolutionär geboren wie als Legitimist, nach der Art der geistigen Anlage, während der Zufall allein darüber entscheidet, ob die Umstände des Lebens aus dem gleichen Menschen einen Weißen oder einen Roten machen“ [Gall, 2002. P. 15]. Эпиграф не только объясняет выбор подзаголовка *Der weiße Revolutionär*, но и указывает на идеологическую позицию историографа по поводу роли личности в истории.

Эпиграф Э. Энгельберга взят из трудов Г. В. Ф. Гегеля: „Das Interesse der Biographie... scheint direkt einem allgemeinen Zwecke gegenüber zu stehen, aber sie selbst hat die historische Welt zum Hintergrunde, mit welchem das Individuum verwickelt ist...“ [Engelberg, 1985, VII]. Привлекая внимание реципиента к высказанным мыслям, историограф подчеркивает цель биографии: выразить связь между личностью и эпохой.

Помимо паратекстов, тактику аттрактивации реализует и основной текст. Так, Ф. Герре начинает свою биографию с истории будущей королевы Луизы, и аттрактивация здесь выражена в начале *in medias res*. Персонаж Луизы вводится при помощи местоимения *sie*, а не имени: „Sie kam nicht durch das Brandenburger Tor. Die Triumphpforte... blieb Siegesparaden vorbehalten, worauf die Nachkommen Friedrich des Großen abonniert zu sein glaubten“ [Herre, 1984. P. 9].

Аттрактивации также способствует эффект «замедления» времени. Например, Г. Брендлер (ГДР) при повествовании о прибытии Лютера на диспут в Вормс передает все детали этого события и уточняет время по часам: „Am Dienstag, dem 16. April 1521, *vormittags gegen 10 Uhr*, rollten Luther und seine Begleiter ... durch das Martinstor nach Worms hinein ... An die hundert berittene Edelleute hatten ... ihm das Geleit gegeben ... Trompeten verkündeten das Ereignis...“ [Brendler, 1983. P. 233]. Такая подробность подчеркивает значимость события с позиции историографа.

## Заключение

Историко-биографический нарратив ГДР и ФРГ занимает околопериферийное положение в риторическом метадискурсе, и основной риторической стратегией в нем является аргументативная стратегия нарративности, реализуемая при помощи частных стратегий и тактик, способствующих успешной коммуникации. Так, стратегию объяснения реализуют тактики рациональной аргументации, апелляции к личному или групповому авторитету, описания оценочных ориентиров, сравнения, апелляции к возможному прошлому, опровержения. Стратегия

информирования выражена в тактиках рациональной аргументации, апелляции к личному авторитету и неопределенности. Стратегию самопрезентации реализуют тактики персонализации (при этом в восточногерманских текстах нарушается запрет на местоимение «я»), аттрактивности и апелляции к авторитетам; противоположную ей стратегию объективации – тактики косвенного обращения, неопределенности и апелляции к групповому авторитету. Стратегию оценки реализуют тактики описания оценочных ориентиров, приписывания оценочных характеристик, апелляции к авторитетам, сравнения и аттрактивности (в частности, в паратекстах; при этом западногерманские заголовки имеют более экспрессивный характер).

Отдельные черты немецкоязычных исторических биографий (междисциплинарность при объяснении, толкование терминов, эмоциональная оценка) указывает на близость их к научно-популярным текстам.

### Список литературы

- Бондарева Л. М.** Лингвокогнитивные и текстотипологические параметры ретроспективного дискурса (на материале немецкого языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2019. 43 с.
- Брокмейер Й., Харре Р.** Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы. 2000. URL: <http://galapsy.narod.ru/PsyNarrative/Brockmeier.htm> (дата обращения: 06.07.2023).
- Ван Дейк Т. А.** Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
- Голоднов А. В.** Риторический метадискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка). СПб.: Астерион, 2011. 344 с.
- Данто А.** Аналитическая философия истории. М.: Идея-Пресс, 2002. 292 с.
- Мовчан М. К.** Особенности языковой реализации нарративных стратегий в историческом дискурсе ГДР // Коммуникативная культура: история и современность. Мат-лы VII Международной научно-практической конференции. Новосибирск: НГУ, 2017. С. 156–159.
- Мовчан М. К.** Дискурсивный потенциал заголовков историко-биографических текстов // Герценовские чтения: Иностранные языки. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2018. С. 65–66.
- Мовчан М. К.** Паратексты как частная нарративная стратегия в историческом дискурсе ГДР и ФРГ // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Мат-лы IX Международной научной конференции. Т. 2. Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2018. С. 64–67.
- Нехамкин В. А.** Сослагательное наклонение в историческом познании // Вестник РАН. М., 2006. Т. 76. № 2. С. 135–138.
- Рикер П.** Время и рассказ. Т. 1. М., СПб.: Университетская книга, 1998. 313 с.
- Степанова В. В.** Альтернативы исторического развития Германии в XIX веке. Нижневартовск: Изд-во Нижневартовского гос. ун-та, 2013. 240 с.
- Терпугова А. В.** Биографический текст как объект лингвистического исследования: Дис. ... канд. филол. наук. М.: 2011. 251 с.
- Тодоров Ц.** Поэтика // Структурализм: «за» и «против» (Сб. статей). М.: Прогресс, 1975. С. 37–113.
- Хазагеров Г. Г., Лобанов И. Б.** Риторика. Ростов н/Д.: Феникс, 2004. 384 с.
- Чернявская В. Е.** Интерпретация научного текста. М.: URSS, 2007. 128 с.
- Baumgartner H. M.** Die subjektiven Voraussetzungen der Historie und der Sinn von Parteilichkeit // Studiengruppe „Theorie der Geschichte“. Bd. 1. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1977. S. 425–440. (на нем. яз.)

- Baumgartner H. M.** Erzählung und Theorie in der Geschichte // Studiengruppe „Theorie der Geschichte“. Bd. 3. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1979. S. 259–289. (на нем. яз.)
- Benjamin W.** Der Erzähler. Betrachtungen zum Werk Nikolaj Lesskows. // Gesammelte Schriften. Bd. 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1991. S. 438–465. (на нем. яз.)
- Brinks J. H.** Die DDR-Geschichtswissenschaft auf dem Weg zur deutschen Einheit. Luther, Friedrich II. und Bismarck als Paradigmen politischen Wandels. Frankfurt/NY: Campus Verlag, 1992. 342 S. (на нем. яз.)
- Chatman S.** Story and Discourse. Narrative Structure in Fiction and Film. London: Cornell University Press, 1989. 277 pp. (на англ. яз.)
- Dorschel A.** Historische Konjunktive: zur Geschichtsschreibung des Möglichen // Vom Preis des Fortschritts: Gewinn Und Verlust in der Musikgeschichte. Wien: Universal Edition, 2008. S. 33–52. (на нем. яз.)
- Genette G.** Paratexte. Frankfurt/NY: Campus Verlag, 1989. 391 S. (на нем. яз.)
- Hardtwig W.** Theorie oder Erzählung – eine falsche Alternative // Studiengruppe „Theorie der Geschichte“. Bd. 3. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1979. S. 290–299. (на нем. яз.)
- Köppe T., Kindt T.** Erzähltheorie: Eine Einführung. Stuttgart: Reclam, 2014. 294 S. (на нем. яз.)
- Lämmert E.** Bauformen des Erzählens. Stuttgart, J. B. Metzler, 1955. 296 S. (на нем. яз.)
- Meier Chr.** Von der Schwierigkeit, ein Leben zu erzählen. Zum Projekt einer Caesar-Biographie // Studiengruppe „Theorie der Geschichte“. Bd. 3. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1979. S. 229–258. (на нем. яз.)
- Pfeifer H.** Das liberale Metanarrativ und Identitätskonflikte: Wider den liberalen Gerechten Frieden als Skript für die Lösung des israelisch-palästinensischen Konfliktes // Politische Narrative. Konzepte – Analysen – Forschungspraxis. Wiesbaden: Springer, 2014. S. 259–283. (на нем. яз.)
- Steinhoff T.** Zum ich-Gebrauch in Wissenschaftstexten // Zeitschrift für germanistische Linguistik, Vol. 35. Berlin / Boston: De Gruyter, 2007. S. 1–26. (на нем. яз.)
- Velleman J. D.** Narrative Explanation // The Philosophical Review, Vol. 112, No. 1. NY: Duke University Press, 2003. Pp. 1–25. (на англ. яз.)

#### Список источников

- Aretin K. O. von.** Friedrich der Große. Größe und Grenzen eines Preußenkönigs. Freiburg: Herder, 1985. 173 S. (на нем. яз.)
- Börner K. H.** Kaiser Wilhelm I. 1797 bis 1888. Deutscher Kaiser und König von Preußen. Eine Biographie. Köln: Pahl-Rugenstein Verlag, 1984. 292 S. (на нем. яз.)
- Brendler G.** Martin Luther: Theologie und Revolution. Berlin: VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften. 452 S. (на нем. яз.)
- Engelberg E.** Bismarck. Urpreuße und Reichsgründer. Berlin: Akademie-Verlag, 1985. 855 S. (на нем. яз.)
- Engelberg E.** Bismarck. Urpreuße und Reichsgründer. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1991. 711 S. (на нем. яз.)
- Gall L.** Bismarck: Der Weiße Revolutionär. München: Ullstein, 2002. 926 S. (на нем. яз.)
- Herre F.** Wilhelm I. Der letzte Preuße. München: Wilhelm Heyne Verlag, 1983. 573 S. (на нем. яз.)
- Kantzenbach F.-W.** Martin Luther. Der bürgerliche Reformator. Göttingen: Musterschmidt, 1972. 104 S. (на нем. яз.)
- Mittenzwei I.** Friedrich II. von Preußen. Eine Biographie. Berlin: VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1987. 250 S. (на нем. яз.)

## References

- Bondareva L. M.** Lingvokognitivnye i tekstotipologicheskiye parametry retrospektivnogo diskursa (na materiale nemetskogo yazyka) [Linguo-cognitive and textual-typological parameters of retrospective discourse (exemplified by the German language)]: Abstract of Cand. Philol. Sci. Diss. Arkhangelsk, 2019. 43 pp. (in Russ.)
- Brockmeier J., Harré R.** Narrativ: problemy i obeshchaniya odnoy alternativnoy paradigmy [Narrative: Problems and promises of an alternative paradigm] 2000. URL: <http://galapsy.narod.ru/PsyNarrative/Brockmeier.htm> (accessed 06. 07. 2023). (in Russ.)
- Van Dijk T. A.** Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya [Language. Cognition. Communication] Blagoveshchensk: BGK im. J. A. Baudouin de Courtenay, 2000. 308 pp. (in Russ.)
- Golodnov A. V.** Ritoricheskiy metadiskurs: osnovaniya pragmalinguisticheskogo modelirovaniya i sotsiokulturnoy realizatsii (na materiale sovremennogo nemetskogo yazyka) [Rhetorical meta-discourse: Basics of pragmalinguistic modeling and socio-cultural realization (exemplified by the modern German language)]. SPb., Asterion publ., 2011. 344 pp. (in Russ.)
- Danto A.** Analiticheskaya filosofiya istorii [Analytical philosophy of history]. Moscow, Idea-Press, 2002. 292 pp. (in Russ.)
- Movchan M. K.** Osobennosti yazykovoy realizatsii narrativnykh strategiy v istoricheskom diskurse GDR [Peculiarities of language realization of narrative strategies in the GDR historical discourse]. *Kommunikativnaya Kultura: Istoriya i Sovremennost'*. Materials of the 7th International Scholarly Conference. Novosibirsk: NSU, 2017. Pp. 156–159. (in Russ.)
- Movchan M. K.** Diskursivnyy potentsial zagolovkov istoriko-biograficheskikh tekstov [Discursive potential of titles in historical biographies]. Herzen's Readings: Foreign Languages. SPb.: Herzen Pedagogical University, 2018. Pp. 65–66. (in Russ.)
- Movchan M. K.** Parateksty kak chastnaya narrativnaya strategiya v istoricheskom diskurse GDR i FRG [Paratexts as a specific narrative strategy in the GDR and FRG historical discourse]. *Slovo, vyskazyvaniye, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom i kulturologicheskom aspektakh*. Materials of the 9th International Scholarly Conference. Vol. 2. Chelyabinsk: ChelGU, 2018. Pp. 64–67. (in Russ.)
- Nekhamkin V. A.** Soslagatelnoye nakloneniye v istoricheskom poznanii [Subjunctive Mood in historical knowledge]. *Vestnik Rossiyskoy Akademii Nauk*. M.: 2006. Vol 76, No. 2. Pp. 135–138. (in Russ.)
- Ricoeur P.** Vremya i rasskaz [Time and Narrative]. Vol. 1. M., Spb.: Universitetskaya kniga, 1998. 313 pp. (in Russ.)
- Stepanova V. V.** Alternativy istoricheskogo razvitiya Germanii v XIX veke [Alternatives of Germany's historical development in the 19th century]. Nizhnevartovsk, Nizhnevartovsk State University, 2013. 240 pp. (in Russ.)
- Terpugova A. V.** Biograficheskiy tekst kak obyekt lingvisticheskogo issledovaniya [Biographical text as an object of linguistic research]: Cand. Philol. Sci. Diss. Moscow, 2011. 251 pp. (in Russ.)
- Todorov Tz.** Poetika [Poetics]. Strukturalizm: “za” i “protiv” [Structuralism: For and Against] (Article collection). Moscow, Progress publ., 1975, pp. 37–113. (in Russ.)
- Khazagerov G. G., Lobanov I. B.** Ritorika [Rhetorics]. Rostov-on-Don.: Feniks, 2004, 384 pp. (in Russ.)
- Chernyavskaya V. E.** Interpretatsiya nauchnogo teksta [Scientific text interpretation]. Moscow, URSS publ., 2007, 128 pp. (in Russ.)
- Baumgartner H. M.** Die subjektiven Voraussetzungen der Historie und der Sinn von Parteilichkeit [The subjective premises of history and the sense of partiality]. Studies group „Theorie der Geschichte“ [History theory]. Vol. 1. Munich, Deutscher Taschenbuch Verlag, 1977, pp. 425–440. (in Germ.)

- Baumgartner H. M.** Erzählung und Theorie in der Geschichte [Narration and theory in history]. Studies group „Theorie der Geschichte“ [History theory]. Vol. 3. Munich: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1979. Pp. 259–289. (in Germ.)
- Benjamin W.** Der Erzähler. Betrachtungen zum Werk Nikolaj Lesskows. [The Narrator. Observations on Nikolay Leskov's Work]. Gesammelte Schriften [Complete set of works]. Vol. 2. Frankfurt: Suhrkamp, 1991. Pp. 438–465. (in Germ.)
- Brinks J. H.** Die DDR-Geschichtswissenschaft auf dem Weg zur deutschen Einheit. Luther, Friedrich II. und Bismarck als Paradigmen politischen Wandels [The GDR historical studies on the way to the German unity. Luther, Friedrich II and Bismarck as paradigms of political change]. Frankfurt/NY, Campus Verlag, 1992, 342 pp. (in Germ.)
- Chatman S.** Story and Discourse. Narrative Structure in Fiction and Film. London, Cornell University Press, 1989, 277 pp.
- Dorschel A.** Historische Konjunktive: zur Geschichtsschreibung des Möglichen [Historical conjunctives: On historical writing of the possible]. Vom Preis des Fortschritts: Gewinn Und Verlust in der Musikgeschichte [On the price of the progress: Winning and losing in the music history]. Wien: Universal Edition, 2008, pp. 33–52. (in Germ.)
- Genette G.** Paratexte [Paratexts]. Frankfurt/NY, Campus Verlag, 1989, 391 pp. (in Germ.)
- Hardtwig W.** Theorie oder Erzählung – eine falsche Alternative [Theory or narration / a false alternative]. Studies group „Theorie der Geschichte“ [History theory]. Vol. 3. Munich: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1979. Pp. 290–299. (in Germ.)
- Köppe T., Kindt T.** Erzähltheorie: Eine Einführung [Narrative theory: an introduction]. Stuttgart, Reclam, 2014, 294 pp. (in Germ.)
- Lämmert E.** Bauformen des Erzählens [Shapes of narration]. Stuttgart, J. B. Metzler, 1955, 296 pp. (in Germ.)
- Meier Chr.** Von der Schwierigkeit, ein Leben zu erzählen. Zum Projekt einer Caesar-Biographie [On the difficulty to tell a life story. On the project of Caesar's biography]. Studies group „Theorie der Geschichte“ [History theory]. Vol. 3. Munich: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1979. Pp. 229–258. (in Germ.)
- Pfeifer H.** Das liberale Metanarrativ und Identitätskonflikte: Wider den liberalen Gerechten Frieden als Skript für die Lösung des israelisch-palästinensischen Konfliktes [The liberal metanarrative and identification conflicts: against the liberal Fair Peace as a script for solving the Israeli-Palestinian conflict]. Politische Narrative. Konzepte – Analysen – Forschungspraxis [Political narratives. Concepts – analyses – research practice]. Wiesbaden, Springer, 2014. Pp. 259–283. (in Germ.)
- Steinhoff T.** Zum ich-Gebrauch in Wissenschaftstexten [On the usage of *ich* in scientific texts]. *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, Berlin / Boston: De Gruyter, 2007, vol. 35, pp. 1–26. (in Germ.)
- Velleman J. D.** Narrative Explanation. *The Philosophical Review*, NY: Duke University Press, 2003, vol. 112, no. 1, pp. 1–25.

### List of Sources

- Aretin K. O. von.** Friedrich der Große. Größe und Grenzen eines Preußenkönigs. Freiburg: Herder, 1985. 173 S. (in Germ.)
- Börner K. H.** Kaiser Wilhelm I. 1797 bis 1888. Deutscher Kaiser und König von Preußen. Eine Biographie. Köln: Pahl-Rugenstein Verlag, 1984. 292 S. (in Germ.)
- Brendler G.** Martin Luther: Theologie und Revolution. Berlin: VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften. 452 S. (in Germ.)
- Engelberg E.** Bismarck. Urpreuße und Reichsgründer. Berlin: Akademie-Verlag, 1985. 855 S. (in Germ.)

- Engelberg E.** Bismarck. Urpreuße und Reichsgründer. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1991. 711 S. (in Germ.)
- Gall L.** Bismarck: Der Weiße Revolutionär. München: Ullstein, 2002. 926 S. (in Germ.)
- Herre F.** Wilhelm I. Der letzte Preuße. München: Wilhelm Heyne Verlag, 1983. 573 S. (in Germ.)
- Kantzenbach F.-W.** Martin Luther. Der bürgerliche Reformator. Göttingen: Musterschmidt, 1972. 104 S. (in Germ.)
- Mittenzwei I.** Friedrich II. von Preußen. Eine Biographie. Berlin: VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1987. 250 S. (in Germ.).

### **Информация об авторе**

**Мовчан Марина Константиновна**, преподаватель кафедры межкультурной коммуникации НГУ, специалист

### **Information about the Author**

**Marina K. Movchan**, Postgraduate Student in German Philology, Specialist

*Статья поступила в редакцию 01.11.2023;  
одобрена после рецензирования 26.03.2024; принята к публикации 29.03.2024*

*The article was submitted 02.11.2023;  
approved after reviewing 26.03.2024; accepted for publication 29.03.2024*

Научная статья

УДК 81.42; 81.33

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-34-45

**Модификация когеренции исходного текста  
в репродуктивной речемыслительной деятельности подростков  
с изменениями когнитивного статуса  
(на материале устных пересказов прослушанного текста)**

**Станислав Владимирович Оленев<sup>1</sup>, Вероника Александровна Каменева<sup>2</sup>  
Надежда Владимировна Рабкина<sup>3</sup>, Александра Александровна Румянцева<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Северо-Восточный нефтяной университет  
Дацин, Китай

<sup>2,3</sup>Кемеровский государственный университет  
Кемерово, Россия

<sup>4</sup>Научно-исследовательский институт комплексных проблем сердечно-сосудистых заболеваний  
Кемерово, Россия

<sup>1</sup>olenestan@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7116-1309>

<sup>2</sup>russia\_science@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8146-9721>

<sup>3</sup>nrbkina@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6623-6679>

<sup>4</sup>aleksandra\_1505@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1352-2591>

*Аннотация*

Актуальность исследования обусловлена обращением к эмпирическому изучению речевых особенностей подростков, имеющих изменения в когнитивном статусе вследствие сочетанного воздействия врожденного порока сердца (ВПС) и операции по его коррективке. Теоретико-методологической базой исследования служат положения психолингвистики, детской нейропсихологии, лингвистики речевых нарушений и теории текста. В работе использован ряд методов филологического анализа текста, включая количественные, а также общенаучные методы анализа, синтеза, систематизации. Проведенный анализ вторичных текстов, полученных в ходе эксперимента, позволил подтвердить гипотезу об обусловленности репродуктивной речемыслительной деятельности пациентов последствиями оперативного вмешательства по поводу ВПС. Выявленная специфика когеренции, т. е. глобальной связности, или цельности текста, в пересказах услышанного текста подростками, прооперированными по поводу ВПС, и их условно здоровых сверстников показала, что сокращение исходного текста в пересказе чаще наблюдается в группе испытуемых с прооперированным ВПС в анамнезе. Кроме того, установлена прямая зависимость между длиной пересказа и полнотой и точностью передачи содержания исходного текста: сокращение текста приводит к утрате значимых содержательных элементов и снижению когеренции. Как показал анализ, испытуемые из контрольной группы (условно здоровые) точнее воспроизводят содержание исходного текста, их тексты характеризуются большей цельностью, т. е. когерентностью. Снижение когерентности текстов, полученных от испытуемых с прооперированным ВПС, проявляется в сокращении количества действий героев; ошибочной замене одного действия другим; искажении или утрате мотива и/или следствия действия героев; сюжетно значимых деталей описываемых событий. Теоретико-практическая ценность исследования определяется результатами сопоставительного анализа речи подростков, прооперированных по поводу ВПС, и их условно здоровых сверстников. Представленные результаты значимы как для когнитивной лингвистики, так и для медицины и психологии речи, поскольку в настоящее время нет достоверных лингвокогнитивных данных о том, какой именно спецификой обладает репродуктивная речь данной категории лиц. Перспектива исследования видится в поиске способов количественной параметризации и формализации когеренции текстов-пересказов, в анализе грамматических особенностей речи подростков, прооперированных по поводу ВПС.

© Оленев С. В., Каменева В. А., Рабкина Н. В., Румянцева А. А., 2024

*Ключевые слова*

когнитивные исследования языка, психолингвистика, коммуникативное поведение, связность речи, когнитивные нарушения, речевые нарушения, врожденный порок сердца

*Финансирование*

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00002, <https://rscf.ru/project/23-28-00002/>

*Для цитирования*

Оленев С. В., Каменева В. А., Рабкина Н. В., Румянцева А. А. Модификация когеренции исходного текста в репродуктивной речемыслительной деятельности подростков с изменениями когнитивного статуса (на материале устных пересказов прослушанного текста) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 34–45. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-34-45

## Modification of Source Text Coherence in Reproductive Verbal Reasoning Activity of Adolescents with Altered Cognitive Status (on the material of retelling the listened text)

Stanislav V. Olenev<sup>1</sup>, Veronika A. Kameneva<sup>2</sup>  
Nadezhda V. Rabkina<sup>3</sup>, Alexandra A. Rumyantseva<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Northeast Petroleum University,  
Daqing, China

<sup>2,3</sup>Kemerovo State University,  
Kemerovo, Russian Federation

<sup>4</sup>Research Institute of Complex Problems of Cardiovascular Diseases  
Kemerovo, Russian Federation

<sup>1</sup>olenestan@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7116-1309>

<sup>2</sup>russia\_science@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8146-9721>

<sup>3</sup>nrabkina@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6623-6679>

<sup>4</sup>aleksandra\_1505@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1352-2591>

*Abstract*

This empirical research is an attempt to profile speech of teenagers whose cognitive status has been affected by congenital heart disease (CHD) and related surgery. The theory and methodology rely on psycholinguistics, child neuropsychology, linguistics of speech disorders, and text theory. Two groups of 13–15 y.o. teenagers (30 teenagers with CHD and 30 conditionally healthy peers) were asked to retell a 50-word text. The secondary texts obtained were subjected to standard methods of cognition and philological text analysis, which confirmed the hypothesis about the impact of surgery for congenital heart disease on the reproductive speech and mental activity of young patients. Although the average text length was very similar in both groups, the test group respondents tended to reduce the original text, which affected its coherence. When they preserved the length of the text, it came less coherent than a text of the same length in the control group. Thus, the length of the reproduced text correlated with its completeness and accuracy: shorter renderings lacked significant plot elements and demonstrated a much poorer coherence. The control group participants were more accurate in reproducing the content of the stimulus text: their renderings were, on average, more coherent. The low coherence in the test group manifested itself in the following ways. The teenagers with CHD tended to reduce the number of actions performed by the characters. They replaced one action with another, changed or lost the motive behind the actions or the consequences of these actions, and omitted essential details. The research results are of interdisciplinary significance, since at present no publications report linguocognitive data on the reproductive speech of young patients with CHD. The research prospects involve looking for methods to quantify and formalize the coherence of reproduced texts, as well as an analysis of grammatical and lexical features.

*Keywords*

cognitive language research, psycholinguistics, communicative behavior, speech coherence, cognitive impairment, speech impairment, congenital heart disease

*Funding*

The research was supported by the Russian Science Foundation grant No. 23-28-00002, <https://rscf.ru/project/23-28-00002/>

*For citation*

Olenev S. V., Kameneva V. A., Rabkina N. V., Rumyantseva A. A. Modification of source text coherence in reproductive verbal reasoning activity of adolescents with altered cognitive status (on the material of retelling the listened text). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 34–45. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-34-45

## Введение

Актуальность исследований когеренции различных речевых произведений, создаваемых детьми и подростками с когнитивно-речевыми нарушениями, вызванными кардиологическими заболеваниями и операциями по их устранению, не вызывает сомнений. Теоретико-практическая значимость таких исследований, на наш взгляд, обусловлена тем, что сопоставительный анализ когеренции в речевых произведениях пациентов с нарушениями когнитивных функций и их условно здоровых сверстников позволяет четче понять, как изменения в когнитивном статусе человека могут отражаться на его речи. Обзор научной литературы выявил отсутствие работ по изучению когеренции продуктивной и репродуктивной речи такой категории носителей языка. Информация может быть использована при построении как программ прееабилитации, так и реабилитации лиц данной категории. Создание программ прееабилитации, позволяющих подготовить когнитивную сферу ребенка или подростка к предстоящей операционной нагрузке, особенно важно, поскольку, предположительно, это может ускорить лингвокогнитивное восстановление данной категории лиц после перенесенного оперативного вмешательства, например, по коррекции врожденного порока сердца (ВПС). Как известно, кардиохирургические вмешательства, которым подвержены практически все дети с ВПС, могут стать пусковым механизмом в развитии когнитивных расстройств [Fahed et al., 2013]. Искусственное кровообращение, применяемое в условиях гипотермии, может привести к микро- и макроэмболизации, которая, в свою очередь, ассоциирована с высоким риском интраоперационного повреждения центральной нервной системы или глобальной церебральной ишемии [Там же]. Следовательно, не только само заболевание, но и операция по его коррекции могут вызывать когнитивные изменения, проявляющиеся, помимо прочего, и в снижении показателей речевой деятельности. Все вышеперечисленные факторы свидетельствуют о теоретической и практической значимости выбранного научного объекта.

Цель исследования – выявить отличия в текстовой когеренции в пересказах прослушанного текста подростками, прооперированными по поводу ВПС, и их условно здоровыми сверстниками. Для достижения поставленной цели решены две задачи: 1) при помощи одной из проб на связность речи по диагностической методике [Фотекова, Ахутина, 2002] были опрошены 30 подростков 13–15 лет с ВПС после оперативного вмешательства и 30 условно здоровых подростков этой же возрастной категории; 2) на основании полученных данных было проведено сравнение когеренции в пересказах обеих групп сравнения.

## 1. Материал и методы

В настоящем исследовании формирование базы данных для выявления когеренции в репродуктивной речи у выбранных групп сравнения осуществлялось посредством выполнения респондентами «пробы на связность речи» по диагностической методике, представленной в [Фотекова, Ахутина, 2002]. Проба включала пересказ текста «Галка и голуби», прочитанного вслух интервьюером для каждого ребенка отдельно в двух группах.

Методика исследования включала следующие процедуры: 1) зачитывание интервьюером текста для каждого из 30 подростков 13–15 лет с ВПС после оперативного вмешательства

в отделении кардиохирургии № 2 ФГБНУ «Научно-исследовательский институт комплексных проблем сердечно-сосудистых заболеваний» (г. Кемерово); 2) подготовка скриптов пересказов текста 1-й группы исследования; 3) зачитывание интервьюером текста для каждого из 30 условно здоровых подростков 13–15 лет; 4) подготовка скриптов пересказов текста 2-й группы исследования; 5) анализ и сопоставление полученных результатов обеих групп.

Возраст респондентов обеих групп исследования – 13–15 лет. Подростки обеих групп являются носителями русского языка. Подростки 1-й группы проживают в городах и деревнях Сибири, критерий их включения в 1-ю группу – наличие септального ВПС, потребовавшего закрытия в условиях искусственного кровообращения. Во 2-ю группу вошли 30 подростков, проживающих в г. Кемерово, не имевших в анамнезе ВПС и обучающихся в средней общеобразовательной школе № 28 г. Кемерово.

## 2. О терминологической неоднозначности понятий *когерентность* и *когезия*

Научный контекст данного исследования тесно связан с понятиями *когерентность* (coherence) и *когезия* (cohesion), в описании планов содержания и выражения которых применительно к текстоцентрической проблематике отмечается большая неопределенность.

Терминологическая неоднозначность закономерна; она появилась в результате различных коннотаций, привнесенных в ходе заимствования латинских по своей этимологии терминов из англо- или франкоязычных источников. При этом стоит иметь в виду, что область первичного предметно-научного употребления термина *когезия* представлена естественными науками, тогда как *coherence* изначально функционирует в физике (ср. *когерентные волны*) и – очень широко – в философии и логике. По сути дела, в обоих случаях мы имеем дело с метафорическим переносом как способом создания термина. В общественно-политических науках также используются термины *group cohesion* или *social cohesion*, указывающие на единство, сплоченность социума или коллектива (ср. *дружный, сплоченный*).

В словаре лингвистических терминов когезия интерпретируется как «локальная связность в тексте», а когерентность – как «глобальная связность в тексте» [Жеребило, 2010. С. 152]. Принято считать, что когезия вторична по отношению к когерентности, так как последняя не обязательно может проявляться формально, но при этом именно она определяет выбор языковых средств, реализующих замысел автора текста. Когезия – свойство элементов текста, а когерентность – свойство текста в целом [Милевская, 2003. С. 61]. Другими словами, когезия обозначает систему формально-лингвистических средств внутритекстовых связей, а когерентность/когеренция – содержательные средства связи [Худяков, 2010. С. 156].

Когеренция – манифестируемая связность текста по смыслу, причем она имеет коммуникатороцентричный характер [Богатырёва, 2006]. Это «невидимая» связность текста на коммуникативном уровне, противопоставленная когезии как «видимому» сцеплению единиц текста на разных уровнях языка. Когеренция проявляется в единстве темы и реализуется при помощи таких средств, как склонение, лицо, время, наклонение, коммуникативный тип предложения, синтаксический параллелизм, порядок слов, эллипсис, повторяемость ключевых слов, референция, ситуативные связи и т. д. Следовательно, отдельные предложения образуют текст не только благодаря формальным средствам связи, но и благодаря тому, что их объединяет тематическое и логико-коммуникативное единство, и поэтому когерентность, в отличие от когезии, сложнее поддается формализации как некое тематическое единство, объединяющее участников коммуникации и позволяющее понимать сказанное или написанное [Глазков, 2022].

М. Л. Макаров, обобщив опыт зарубежных исследователей (Т. Ван Дейка, М. Колтхарда, Дж. Р. Хоббса и др.), утверждает, что когеренция – шире когезии и, соответственно, шире формально-грамматических связей. Она охватывает семантико-прагматические, т. е. тематические и функциональные аспекты связности дискурса на локальном и глобальном уровнях.

Глобальная когеренция проявляется во взаимодействии стратегий в успешном диалоге, где все ходы участников соответствуют их общим, глобальным целям. Локальная когеренция образуется под влиянием частных текстовых целей, направленных непосредственно на порождение и структуру дискурса, например, дать фоновую информацию, ввести в речь пример или аргумент. Кроме тема-рематической связанности, к локальной когеренции относится грамматическая, лексическая (коллокация), логическая (коннекторы, риторические фигуры), смысловая, семантико-прагматическая (экспликации и импликации, инференции, пресуппозиции). Тематическая когеренция формируется вокруг глобальной темы дискурса и выражается в повторении мотивов, т. е. фактов, когнитивных структур, социальных представлений, как эксплицитных, так и имплицитных [Макаров, 2003. С. 194–195].

В других интерпретациях видов когеренции под локальной понимается причинно-следственная, конечная взаимосвязь между предложениями внутри секвенций как смысловых единиц текста, без которых этот текст утрачивает информативность и понятность. Глобальная когеренция текста (по сути, его цельность) включает темпоральную непрерывность, а также синхронизацию образов и действий рассказчика [Рождественская, 2010]. В работе [Стародубова, 2021] доказывается, что когеренция глобального типа подразумевает планирование и связана с логикой субъектной организации текста, в основе которой лежит семантическое ядро. Средством такой глобальной когеренции могут быть мысли-скрепы, коммуникативно-, эмоционально- или когнитивно-значимые вербально выраженные медиаторы смысловой интегративности [Чернышов, 2010].

Некоторые исследователи выделяют семантическую когеренцию дискурса: дискурс обладает семантической изотопией, т. е. повторяемостью мотивов, тем и слов, в результате чего создаются изотопические цепочки, объединяющиеся затем в изотопическую сетку, что выступает лексическим выражением семантической когеренции [Фадеева, 2009].

В современных исследованиях проблема когеренции часто затрагивается в практико-ориентированных трудах научно-методического характера, где рассматривается дискурсивная компетенция и способы ее развития. Дискурсивная компетенция подразумевает способность создавать связное и цельное речевое высказывание, «соблюдая при этом тематическую организацию, когезию, когерентность, риторическую эффективность и логику в рамках реальной ситуации общения и адекватного ей функционального стиля» [Попова, 2011. С. 75]. В рамках дискурсивных исследований когеренция изучается с позиции сценарной теории, где сценарий как особый вид фрейма обеспечивает лексическую когезию, которая, в свою очередь, обеспечивает семантическую когерентность [Qurbonova, 2021].

Когеренция определяется достижением глобальных целей участников общения, что является итогом применения дискурсивной компетенции [Носова, 2022]. Чисто формальные языковые маркеры связности недостаточны для установления когеренции дискурса и внутренней дискурсивной организации, поэтому при обучении иностранным языкам [Богатырёва, 2006; Носова, 2022; Олешков, 2013] и письменному самовыражению [Салихова, Ситдикова, 2017] так важно учитывать аспект когеренции текста/высказывания. Закономерно, что к проблеме сохранения когеренции текста обращаются переводоведы [Санжеева, 2017; Стахова, 2014].

Итак, несмотря на некоторую неоднозначность терминологии, обусловленную различиями западной и отечественной терминологических традиций, в современной лингвистике в целом сохраняется противопоставление понятий локальной связности текста (когезии) и его глобальной связности (когеренции, цельности). Локальная связность текста по сути является более «текстоцентрической», синтагматической категорией, которая формально обеспечивает развертывание последовательности языковых знаков разной степени сложности в текст. Глобальная связность текста (его цельность / целостность / когерентность) представляет собой категорию в большей степени прагматическую, поскольку она заключается в тематическом, коммуникативном и прагматическом единстве языковых средств, отбираемых носителем языка для выражения замысла, отражения экстралингвистической ситуации, передачи какой-ли

бо идеи или истории. Именно поэтому в контексте задач нашего исследования наибольший интерес представляет глобальная связность текста (когеренция), раскрывающая способность конкретного говорящего в собственной речемыслительной деятельности передать содержание исходного текста с сохранением когеренции, присущей этому тексту.

Действительно, анализ научной литературы показывает, что когеренция текста – неотъемлемая часть эмпирического исследования нарративной идентичности, один из его ключевых аспектов. С позиций нарратологии утверждается, что когеренция создает значимый порядок элементов внутри монолога через способ их связи. Она достигается посредством осознанных усилий рассказчика по созданию структуры повествования, т. е. это не какое-то изначально данное, а сознательно достигаемое качество. Недостаток глобальной когеренции порождает текстов (их тематической и коммуникативной целостности) расценивается как симптом дефицитарной идентичности [Рождественская, 2010]. В плане глобальной когеренции личный нарратив всегда взаимосвязан с более широким культурным контекстом: с метанарративами, культурными сюжетами, культурно-обусловленными способами интерпретации реальности: интертекстуальность повествования является проявлением его глобальной когеренции [Турушева, 2014].

Тесты, основанные на свободном нарративе, традиционно используются для выявления особенностей когнитивного и речевого развития молодых пациентов с различными диагнозами. Исследования нарративов пациентов с разными вариантами расстройств аутистического спектра всегда привлекали внимание психолингвистов. Так, Дж. Сю и др. [Suh et al., 2014] работали с группой молодых пациентов, у которых в раннем детстве был диагностирован аутизм, сопровождавшийся отставанием в формировании вербальных навыков, но которые по мере взросления смогли преодолеть основные социальные проблемы, связанные с данным диагнозом. Ученые выяснили, что нарративный подход помогает подтвердить факт перехода пациентов в группу оптимального клинического исхода: по когеренции их нарратив практически ничем не отличался от результатов тестов условно здоровых детей.

Д. С. Переверзева и др., работая с детьми с аутизмом, выяснили, что индекс невербального интеллекта у них положительно связан с пониманием речи на всех уровнях, а импрессивная речь развивается неравномерно и связана с выраженностью аутистических проявлений, но не с индексом интеллекта. При этом выраженность аутистических нарушений лишь частично коррелирует с результатами на фонологическом, лексическом и дискурсивном уровнях [Переверзева и др., 2021]. Исследователи склонны разводить когнитивное и речевое отставание: низкие результаты речевых тестов не обязательно свидетельствуют о когнитивном отставании. Так, в большинстве случаев дети не могут произвести когерентный монолог на заданную тему не потому, что им не хватает знаний по этой теме или понимания процессов, а потому, что им не хватает навыков когерентной вербализации этих знаний [Ybytayeva, Alshinbekova, 2020].

Аналогичным образом лонгитюдное исследование С. Фурдейн и др. [Fourdain et al., 2019] показало специфическую уязвимость речевого развития у детей с ВПС при отсутствии риска глобальных когнитивных нарушений. В возрасте одного года дети с ВПС демонстрировали значительно более низкие средние баллы как по рецептивному поведению, так и по экспрессивному речевому, однако между полутора и двумя годами отставание сохранилось только по рецептивной шкале.

### 3. Результаты и обсуждение

В результате проведения пробы на способность к пересказу короткого связного текста по диагностической методике, описанной в [Фотекова, Ахутина, 2002], были получены вторичные тексты-пересказы, созданные 30 подростками 13–15 лет с ВПС после оперативного вмешательства и 30 условно здоровыми подростками 13–15 лет (без ВПС в анамнезе). Испытуемым зачитывали короткий рассказ «Галка и голуби», предупреждая о необходимости вни-

мательно слушать и быть готовыми к последующему пересказу. Полный текст рассказа таков: «Галка услышала, что голубей хорошо кормят. Побелилась она в белый цвет и влетела в голубятню. Голуби её не узнали и приняли. Но галка не выдержала и закричала по-галочьи. Голуби всё поняли и выгнали её. Тогда она вернулась к своим. Но те её также не признали и выгнали» (47 слов). Задание было выбрано, обсуждено с точки зрения учета особенностей состояния здоровья исследуемых пациентов и одобрено 04.04.2022 г. в рамках заседания Локального этического комитета ФГБНУ «Научно-исследовательский институт комплексных проблем сердечно-сосудистых заболеваний» (г. Кемерово).

Последовательность действий, описываемых в восьми предложениях исходного текста, можно передать в нарочито эксплицитном и потому отчасти назидательном виде, что позволит детализировать и понять мотивы и последствия поступков героев: 1. *Галка узнала о том, что голубей хорошо кормят, и ей пришел в голову хитрый план.* 2. *Чтобы получить больше корма, Галка побелилась в белый цвет, чтобы стать похожей на голубя, и влетела в голубятню.* 3. *Голуби ее не узнали и приняли, подумав, что она тоже голубь.* 4. *Но Галка не выдержала притворства и закричала по-галочьи, обнаружив свою истинную сущность.* 5. *Голуби поняли, что птица не голубь, и выгнали ее.* 7. *Белая Галка вернулась в свою стаю.* 8. *Однако черные Галки из-за белых перьев также не признали её и выгнали.*

В качестве первичного ориентира для количественной оценки полученных текстов мы выбрали шкалу, предложенную авторами методики в [Фотекова, Ахутина, 2002. С. 19]. Согласно авторской шкале оценки, 15 баллов получают тексты-пересказы, в которых 32 слова и больше; 10 баллов – тексты длиной в 25–31,9 слова; 5 баллов – тексты длиной в 18–24,9 слова; 0 баллов – тексты длиной в 17 и менее слов.

Средняя длина полученных нами текстов в двух группах отличается незначительно (39,06 и 40,63 слова), однако распределение длины отдельных текстов таково, что в первой группе 2 текста имеют 0 баллов, 4 текста – 5 баллов, 2 текста – 10 баллов, тогда как во второй группе нет текстов с 0 или 5 баллами и лишь 5 текстов получили по 10 баллов, все остальные – 15 баллов. Такое количественное распределение свидетельствует о значимой частотности существенного (на одну или две трети от исходного количества слов) сокращения исходного текста в его пересказе в группе испытуемых с ВПС.

1. Оценивая соответствие лексико-семантического состава полученных пересказов исходному тексту, следует обратить внимание, что ряд слов и выражений (*побелилась, влетела в голубятню, закричала по-галочьи*) вызвал прогнозируемые сложности в обеих группах испытуемых, однако способы преодоления этих трудностей и результативность этих способов заметно различаются. В первой группе испытуемых наблюдаются множественные окказиональные замены «трудных» слов (ср.: *покрасила свои перья по-голубячьи, голубятник* (4), *по-галичьи* (3), *заговорила по-галкски, гаркнула, загалкала, галочным звуком издала* и т. п.). В текстах контрольной группы ошибочные лексические замены тоже встречаются, но менее частотны (*пекрасилась в голубячий, голубятник* (6); *по-галичьи* (2)); чаще можно наблюдать уместные синонимические замены типа *закричала по-своему* вместо *закричала по-галочьи; покрасилась в белый* вместо *побелилась*.

2. Оценка сходств и различий в когерентности полученных вторичных текстов предполагает наблюдение за тем, в какой степени испытуемые сохраняют при пересказе набор и последовательность основных действий героев исходного рассказа, детали передаваемой истории (цвет и вид птиц, способ передвижения галки, способ издавания звука, мотивы и следствия действий и т. д.), а также учет того, как передача сюжетно-тематической целостности исходного рассказа связана с количественными параметрами вторичного текста.

2.1. Анализ текстов пересказов, полученных в обеих группах, в целом свидетельствует о тенденции к прямой корреляции между длиной пересказа и полнотой и точностью передачи последовательности событий исходного текста. Чем короче вторичный текст, тем значительнее искажения, которым подвергается базовая история о галке и голубях, иногда вплоть до полной

утраты сюжета и логики происходящих событий: текст фактически воспринимается как в целом бессвязный и нецельный (лишенный признака когерентности). Такой «распадающийся» текст оказывается лишенным замысла, объединяющего описываемое событие с тем, чтобы подтолкнуть к поучительному выводу о роли личностной идентичности и о тщетности попыток искусственно или насильно изменить эту идентичность вопреки естественным установкам и ожиданиям своего и чужого социумов.

В обеих группах были получены тексты с минимальным количеством слов и, соответственно, с низкими качествами когерентности: *Галка перекрасилась в белый цвет и залетела к голубям, а голуби ее не приняли, и она улетела к своим* (гр. 1; 20 слов); *Галка прилетела к голубям, и ей не понравилось общежитие с ними, и она улетела* (гр. 1; 15 слов); *Галка побелела и влетела к голубям в голубятню. Голуби ее приняли как свою, но галка не удержалась и крикнула по-галочьи. Голуби ее выгнали из голубятни* (гр. 2; 26 слов). Однако в первой группе количество таких текстов выше, а сами тексты заметно короче.

В трех приведенных текстах, а также в других текстах, аналогичных по длине, утрачена большая часть действий, названных в исходном тексте, нарушена их последовательность, затуманены мотивы и последствия действий, неочевиден должный морально-нравственный вывод из притчевого текста.

В такого рода текстах отличия продуктов речемыслительного процесса в двух группах испытуемых не столь очевидны, хотя частотность таких текстов, как уже было указано, различна.

2.2. С другой стороны, в текстах с длиной, близкой к исходному тексту (47 слов), имеющих высокую оценку по базовой авторской шкале Т. А. Фотековой и Т. В. Ахутиной (32 слова и более), качественные отличия текстовой когеренции обнаруживаются в более явном виде.

Так, в подавляющем большинстве текстов второй (контрольной) группы испытуемых наблюдается полная передача последовательности действий, описываемых в восьми предложениях, что позволяет детализировать и понять мотивы и последствия поступков героев. В текстах контрольной группы данная последовательность действий и их причин/следствий передается полностью, при этом мотивы и следствия маркируются как простой последовательностью изложения, так и специальными союзами, указывающими на причинно-следственную обусловленность сюжетных ходов.

Ср. два типичных пересказа, немного отличающихся частными лексическими средствами передачи отдельных частей рассказа, но в целом сохраняющих набор и последовательность действий исходного текста: *Галка узнала, что голубей хорошо кормят, перекрасилась в белый и прилетела к ним. Те ее не узнали и приняли за своих, но галка не удержалась и закричала по-галочьи. Они ее выгнали, и она вернулась к своим, но те ее тоже не узнали и выгнали* (2 гр., 45 слов); *Галка услышала, что голуби... что голубей хорошо кормят. Она покрасилась в белый и пришла к ним. Она ее не узнали и приняли, но галка не выдержала и закричала по-галочьи. Голуби все поняли и прогнали ее. Возвращается она к своим, и те ее тоже прогнали* (2 гр., 45 слов).

2.3. В пересказах первой группы испытуемых с высокими оценками по количественному показателю длины текста наблюдается более или менее значительное снижение когерентности текста, проявляющееся в том, что во вторичном тексте:

а) сокращено количество действий героев (ср. текст, утративший первоначальное принятие галки голубями (действие № 3) и возвращение к галкам (действие № 7)): *Галка увидела, что голубей хорошо кормят, покрасила свои перья по-голубячьи и проникла в голубятню. Голуби ее не приняли, потому что она закричала по-галочьи, но галки ее тоже не приняли и выгнали* (1 гр.; 32 слова);

б) одно действие заменено другим (ср. текст, в котором галка дважды прилетает к голубям вместо возвращения к своим – галкам): *Ну жила-была галка, и она услышала, что голубей очень хорошо кормят, и она решила притвориться голубем, покрасила свои перья, пришла к ним, в голубятник прилетела, и они приняли ее за свою, но долго продержаться она не смог-*

ла. Стала по-своему, по-галочьи говорить, и они ее выгнали, и когда она прилетела второй раз, они поняли, что она и есть галка, и выгнали ее опять. Короче, чё-то такое (1 гр.; 66 слов);

в) изменен или утрачен мотив действия героев (ср. текст, не отражающий мотив получения большего количества корма): Ну, сначала галка прилетела к голубям, а голуби ее не узнали, и они ее приняли. Потом галка не вытерпела, и она закричала по-галичьи. Потом голуби поняли, что она галка, и выгнали ее. Галка вернулась к себе, к своим. Они ее не узнали и не поняли (1 гр.; 46 слов);

г) изменено или утрачено следствие действия героев (ср. текст, в котором галку не выгоняют повторно в конце истории): Галка узнала то, что голубей хорошо кормят, она перекрасилась в белый цвет, залетела к ним. Они ее, так сказать, не признали и выгнали ее из дома. Она вернулась к другим, что-то такое. Те ее тоже не узнали (1 гр.; 38 слов);

д) изменены или утрачены существенные детали описываемых событий (ср. текст, в котором голуби заменены воробьями, что изменяет и способ «маскировки» галки): Галка узнала, что воробьев кормят лучше, чем галок. Она покрасила крылья в бело... в бело-коричневый и пошла к ним. Те ее не приняли и выгнали. Тогда галка пошла к своим, но те тоже ее не приняли и выгнали (1 гр.; 39 слов); также получены тексты, в которых галка красится в серый, голубой или даже красный цвет.

В некоторых ответах обнаружено совмещение перечисленных вариантов снижения когерентности текста, что еще значительно размывает его изначальный смысл и затрудняет восприятие цельности рассказываемой истории и ее ценностного содержания.

## Заключение

Проведенный сопоставительный анализ позволяет сделать ряд выводов.

1. Средняя длина текстов в исследуемой и контрольной группах испытуемых существенно не отличается (39,06 и 40,63 слова).

2. Значимое количественное варьирование обнаруживается внутри групп текстов, получивших различные оценки по параметру длины текста: существенное сокращение исходного текста в его пересказе чаще наблюдается в группе испытуемых с ВПС.

3. Существует прямая зависимость между длиной пересказа и полнотой и точностью передачи содержания исходного текста: его сокращение приводит к утрате части значимых содержательных элементов, поэтому короткие тексты в обеих группах испытуемых характеризуются существенным снижением когерентности. Как следствие, сюжетно-тематическая целостность рассказываемой истории размывается, что, в свою очередь, затрудняет или делает невозможным извлечение ее ценностного содержания, предполагаемого жанром притчи.

4. Тексты контрольной группы испытуемых с высокой оценкой по параметру количества слов точнее воспроизводят содержание исходного текста и характеризуются большей когерентностью, чем тексты исследуемой группы испытуемых с прооперированным ВПС.

5. Снижение когерентности текстов с высокой оценкой по параметру количества слов, полученных от группы испытуемых с прооперированным ВПС, проявляется в сокращении количества действий героев; замене одного действия другим; искажении или утрате мотива действия героев; изменении или утрате следствия действия героев; изменении или утрате существенных деталей описываемых событий.

Дальнейшая перспектива исследования видится в поиске способов количественной параметризации и формализации когерентности текстов-пересказов, полученных в разных группах испытуемых, в анализе грамматических особенностей речи подростков, прооперированных по поводу ВПС.

## Список литературы

- Богатырёва О. П.** Функционально-семантическая характеристика учебного языкового текста (на материале английского языка) // Мир лингвистики и коммуникации: Электронный научный журнал. 2006. № 5. С. 83–101.
- Глазков А. В.** К вопросу о когерентности пары предложений // Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2022. № 6. С. 185–194. DOI 10.52452/19931778\_2022\_6\_185
- Жеребило Т. В.** Словарь лингвистических терминов. 5-е изд., испр. и доп. Назрань: Пилигрим, 2010. 486 с.
- Макаров М. Л.** Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
- Милевская Т. В.** Связность как категория дискурса и текста (когнитивно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспекты): Дис. ... д-ра филол. наук. Ростов н/Д, 2003. 390 с.
- Носова М. Б.** Содержание дискурсивной компетенции и процесс ее формирования при обучении русскому языку иностранных военнослужащих // Филология и культура. 2022. № 4. С. 192–201. DOI 10.26907/2782-4756-2022-70-4-192-201
- Олешков М. Ю.** Методологические основы анализа речевой ситуации // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2013. № 1. С. 234–237.
- Переверзева Д. С., Мамохина У. А., Давыдова Е. Ю., Лопухина А. А., Арутюнян В. Г., Хаустов А. В.** Особенности понимания речи у детей с расстройствами аутистического спектра младшего школьного возраста // Клиническая и специальная психология. 2021. Т. 10, № 4. С. 137–161. DOI 10.17759/cpse.2021100407
- Попова Н. В.** К вопросу о развитии дискурсивной компетенции учащихся // Иностранные языки в школе. 2011. № 7. С. 74–80.
- Рождественская Е. Ю.** Нарративная идентичность в автобиографическом интервью // Социология: Методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 30. С. 5–26.
- Салихова Э. А., Ситдикова М. Г.** Текстовое пространство сочинения выпускника школы как психолингвистическая реальность // Дидактическая филология. 2017. № 3. С. 78–96.
- Санжеева Л. Ц.** Прагматический аспект использования английских дискурсивных маркеров в разговорной речи // Вестник Бурятского гос. ун-та. 2017. № 6. С. 53–60. DOI 10.18101/1994-0866-2017-6-53-60
- Стародубова О. Ю.** Анатомия текста и дискурса. Ч. 1: Художественный дискурс и механизмы конструирования модели действительности. Чебоксары: Среда, 2021. 136 с.
- Стахова Л. В.** Репрезентация акциональной когеренции в текстовых фрагментах // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2014. № 3. С. 60–67.
- Турушева Ю. Б.** Особенности нарративного подхода как метода изучения идентичности // Психологические исследования. 2014. Т. 7, № 33. DOI <https://doi.org/10.54359/ps.v7i33.652>
- Фадеева Г. М.** «Лексикон – текст – дискурс» с позиций исследовательской практики // Вестник Московского гос. лингвист. ун-та. 2009. № 559. С. 90–99.
- Фотекова Т. А., Ахутина Т. В.** Диагностика речевых нарушений школьников с использованием нейропсихологических методов: пособие для логопедов и психологов. М.: АРКТИ, 2002. 136 с.
- Худяков А. А.** Теоретическая грамматика английского языка. 3-е изд., стер. М.: Академия, 2010. 256 с.
- Чернышов М. Ю.** Техника идентификации вербально выраженных мыслей-скрепов как медиаторов смысловой интегративности текста // Вестник Иркутского гос. лингвист. ун-та. 2010. № 4. С. 203–207.
- Fahed, A. C., Gelb, B. D., Seidman, J. G., Seidman, C. E.** Genetics of congenital heart disease: the glass half empty // Circulation Research. 2013. Vol. 112, № 4. P. 707–720. DOI 10.1161/CIRCRESAHA.112.300853

- Fourdain, S., St-Denis, A., Harvey, J. A., Birca, A., Carmant, L., Gallagher, A., Trudeau, N.** Language development in children with congenital heart disease aged 12–24 months // *European Journal of Paediatric Neurology*. 2019. Vol. 23, № 3. P. 491–499. DOI 10.1016/j.ejpn.2019.03.002
- Qurbonova, R. Sh.** The cultural basis of scenarios and semantic coherence in cognitive linguistics // *Journal of Foreign Language Teaching and Applied Linguistics*. 2021. Vol. 7, № 1. P. 84–88.
- Suh, J., Eigsti, I.-M., Naigles, L., Barton, M., Kelley, E., Fein, D.** Narrative performance of optimal outcome children and adolescents with a history of an Autism Spectrum Disorder (ASD) // *Journal of Autism and Developmental Disorders*. 2014. Vol. 44, № 7. P. 1681–1694. DOI 10.1007/s10803-014-2042-9
- Ybytayeva, A. K., Alshinbekova, G. K.** Ways to develop coherent speech in children with General speech underdevelopment // *Научный альманах*. 2020. № 4-2. С. 162–166.

### References

- Bogatyreva, O. P.** Functional and semantic characteristics of educational language text (based on the material of the English language). *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, 2006, no. 5, pp. 83–101. (in Russ.)
- Chernyshov, M. Yu.** The technique for identifying verbally expressed linking thoughts as mediators of text sense integration. *Bulletin of Irkutsk State Linguistic University*, 2010, no. 4, pp. 203–207. (in Russ.)
- Fadeeva, G. M.** Lexicon-text-discourse in research perspective. *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 2009, no. 559, pp. 90–99. (in Russ.)
- Fahed, A. C., Gelb, B. D., Seidman, J. G., Seidman, C. E.** Genetics of congenital heart disease: the glass half empty. *Circulation Research*, 2013, vol. 112, no. 4, pp. 707–720. DOI 10.1161/CIRCRESAHA.112.300853
- Fotekova, T. A., Akhutina, T. V.** *Diagnostics of speech disorders in schoolchildren using neuropsychological methods: manual for speech therapists and psychologists*. Moscow: ARKTI Publ., 2002. 136 p. (in Russ.)
- Fourdain, S., St-Denis, A., Harvey, J. A., Birca, A., Carmant, L., Gallagher, A., Trudeau, N.** Language development in children with congenital heart disease aged 12–24 months. *European Journal of Paediatric Neurology*, 2019, vol. 23, no. 3, pp. 491–499. DOI 10.1016/j.ejpn.2019.03.002
- Glazkov, A. V.** To the coherence of a sentence pair. *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod*, 2022, no. 6, pp. 185–194. (in Russ.) DOI 10.52452/19931778\_2022\_6\_185
- Khudyakov, A. A.** *Theoretical grammar of the English language*. 3th ed. Moscow: Academy Publ., 2010. 256 p. (in Russ.)
- Makarov, M. L.** *Fundamentals of discourse theory*. Moscow: Gnosis Publ., 2003. 280 p. (in Russ.)
- Milevskaya, T. V.** Connectivity as a category of discourse and text (cognitive-functional and communicative-pragmatic aspects): PhD Dis. Rostov-on-Don, 2003. 390 p. (in Russ.)
- Nosova, M. B.** The content of discourse competence and the process of its formation when teaching the Russian language to foreign military personnel. *Philology and culture*, 2022, no. 4, pp. 192–201. (in Russ.) DOI 10.26907/2782-4756-2022-70-4-192-201
- Oleshkov, M. Yu.** Methodological foundations for analyzing a speech situation. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2013, no. 1, pp. 234–237. (in Russ.)
- Pereverzeva, D. S., Mamokhina, U. A., Davydova, E. Yu., Lopukhina, A. A., Arutiunian, V. G., Khaustov, A. V.** Receptive language in primary-school-aged children with autism spectrum disorder. *Clinical Psychology and Special Education*, 2021, vol. 10, no. 4, pp. 137–161. (in Russ.) DOI 10.17759/cpse.2021100407
- Popova, N. V.** On the issue of developing students' discursive competence. *Foreign languages at school*, 2011, no. 7, pp. 74–80. (in Russ.)
- Qurbonova, R. Sh.** The cultural basis of scenarios and semantic coherence in cognitive linguistics. *Journal of Foreign Language Teaching and Applied Linguistics*, 2021, vol. 7, no. 1, pp. 84–88.

- Rozhdestvenskaya, E. Yu.** Narrative identity in an autobiographical interview. *Sociology: Methodology, methods, mathematical modeling*, 2010, no. 30, pp. 5–26. (in Russ.)
- Salikhova, E. A., Sitdikova, M. G.** Text space for the composition of a school graduate as a linguistic reality. *Didactic Philology*, 2017, no. 3, pp. 78–96. (in Russ.)
- Sanzheeva, L. Ts.** Pragmatic aspect of the use of English discourse markers in spoken language. *Bulletin of Buryat State University*, 2017, no. 6, pp. 53–60. (in Russ.) DOI 10.18101/1994-0866-2017-6-53-60
- Stakhova, L. V.** Representation of actional coherence in text fragments. *Bulletin of the Volga University named after V. N. Tatishcheva*, 2014, no. 3, pp. 60–67. (in Russ.)
- Starodubova, O. Yu.** Anatomy of text and discourse. Part 1: Artistic discourse and mechanisms for constructing a model of reality. Cheboksary: Sreda Publ., 2021. 136 p. (in Russ.)
- Suh, J., Eigsti, I.-M., Naigles, L., Barton, M., Kelley, E., Fein, D.** Narrative performance of optimal outcome children and adolescents with a history of an Autism Spectrum Disorder (ASD). *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 2014, vol. 44, no. 7, pp. 1681–1694. DOI 10.1007/s10803-014-2042-9
- Turusheva, Yu. B.** Features of the narrative approach as a method of studying identity. *Psychological Studies*, 2014, vol. 7, no. 33, pp. 6. (in Russ.) DOI <https://doi.org/10.54359/ps.v7i33.652>
- Ybytayeva, A. K., Alshinbekova, G. K.** Ways to develop coherent speech in children with general speech underdevelopment. *Science Almanac*, 2020, no. 4-2, pp. 162–166.
- Zherebilo, T. V.** Dictionary of linguistic terms. 5th ed. Nazran: Pilgrim Publ., 2010. 486 p. (in Russ.)

### Информация об авторах

- Оленев Станислав Владимирович**, кандидат филологических наук, доцент Северо-Восточного нефтяного университета
- Каменева Вероника Александровна**, доктор филологических наук, профессор Кемеровского государственного университета
- Рабкина Надежда Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент Кемеровского государственного университета
- Румянцева Александра Александровна**, кандидат медицинских наук, детский врач-кардиолог Научно-исследовательского института комплексных проблем сердечно-сосудистых заболеваний

### Information about the Authors

- Stanislav V. Olenev**, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Northeast Petroleum University, Daqing, China
- Veronika A. Kameneva**, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Kemerovo State University, Kemerovo, Russian Federation
- Nadezhda V. Rabkina**, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Kemerovo State University, Kemerovo, Russian Federation
- Alexandra A. Rumyantseva**, Candidate of Medical Sciences, pediatric cardiologist, Research Institute of Complex Problems of Cardiovascular Diseases, Kemerovo State University, Kemerovo, Russian Federation

Статья поступила в редакцию 19.02.2024;  
одобрена после рецензирования 05.04.2024; принята к публикации 12.04.2024

The article was submitted 19.02.2024;  
approved after reviewing 05.04.2024; accepted for publication 12.04.2024

Научная статья

УДК 81'25

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-46-59

## Особенности комплиментарных выражений молодежной среды в русском и китайском языках (лексико-семантический анализ)

Ду Цзыхань

Российский университет дружбы народов  
Москва, Россия

1042215283@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6290-4206>

### Аннотация

Статья посвящена изучению лексических единиц для выражения комплиментов в речи современной русской и китайской молодежи. В ходе исследования выявлены доминирующие части речи в лексическом составе и словообразовательные механизмы в комплиментарных выражениях молодежи. С помощью классификации лексико-семантической группы выявлены типичные когнитивно-семантические модели в комплиментах и отображающие фрагмент комплиментарной картины мира в речи молодежи, а также выявляются их общие и отличительные черты в лексико-семантических представлениях в двух языках.

### Ключевые слова

комплимент, молодежная речь, словообразование, ЛСГ, русский язык, китайский язык

### Для цитирования

Ду Цзыхань. Особенности комплиментарных выражений молодежной среды в русском и китайском языках (лексико-семантический анализ) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 46–59. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-46-59

## Compliment Phrases in Youth Environment in Russian and Chinese Languages (lexico-semantic analysis)

Du Zihan

Peoples' Friendship University of Russia  
Moscow, Russian Federation

1042215283@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6290-4206>

### Abstract

This article is devoted to the study of lexical units for expressing compliments in the speech of modern Russian and Chinese youth. The study reveals the dominant parts of speech in the lexical inventory and word-formation mechanisms in youth compliment slang. While building the compliment lexico-semantic group, typical cognitive-semantic models and a corresponding world view in youth speech communication have been revealed. Common and distinctive features in their lexico-semantic representations have also been specified.

© Ду Цзыхань., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3  
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

*Keywords*

compliment, youth speech, word formation, LSG, Russian language, Chinese language

*For citation*Du Zihan. Compliment Phrases in Youth Environment in Russian and Chinese languages (lexico-semantic analysis). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 46–59. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-46-59

## Введение

В рамках современной антропологической лингвистики возрастает интерес ученых к изучению живой разговорной речи, ее разновидностей, лексико-семантической структуры и национально-культурной специфики. В качестве лингвистического феномена комплимент является существенной частью повседневного речевого общения человека в разных лингвокультурах мира, в том числе в русской и китайской. Иными словами, комплимент ориентирован на человека и в определенной степени отражает то, как языковой коллектив (в данном случае – русский и китайский) воспринимает человеческую личность и объекты окружающего мира. Соответственно, комплимент нуждается в тщательном изучении на фоне антропологического подхода в рамках современной лингвистики.

В контексте современной лингвистики под комплиментом понимается положительно-оценочный речевой акт [Wolfson, 1980. P. 392], языковое воплощение которого нацелено, эксплицитно или имплицитно, на передачу чего-то хорошего при общении с собеседником. Как определяет Н. Д. Арутюнова, «оценка относится к числу собственно человеческих категорий» [Арутюнова, 1984. С. 5], она активно используется в процессе коммуникативной деятельности. Сущностью оценки является суждение о ценностях, ее семантику можно интерпретировать следующим образом: «А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший / плохой» [Вольф, 1985/2014. С. 5, 6]. Согласно В. фон Гумбольдту, язык служит хранилищем духа народа, его культуры, в нем концентрируется и хранится «объединенная духовная энергия народа, чудесным образом запечатленная в определенных звуках» [Гумбольдт, 1956. С. 349]. Через призму комплиментарных выражений раскрываются детали языковой картины мира и культурные ценности определенной лингвокультурной общности: это нравится людям, они считают это хорошим и положительным качеством словесного выражения.

Будучи особой социальной группой, молодое поколение рассматривается как будущее страны, активный и социально значимый слой общества и в этой связи исследуется в современных гуманитарных науках, в том числе с социолингвистических позиций. На уровне социолингвистики речь молодежи – это разновидность социолекта, способ самовыражения молодого поколения, в котором присутствует значительное количество элементов сленга и жаргонов, а также оригинальных словосочетаний. По мнению В. В. Химика, речь молодежи представляет собой достоверный и яркий показатель современного состояния общества, его культуры и его языка [Химик, 2004]. Безусловно, речь молодого поколения оказывает большое влияние на характер повседневного общения всего общества, фиксируя новейшие изменения в языке и одновременно отражая тенденцию развития языка в целом, и поэтому нуждается в дальнейшем изучении и описании.

В коммуникативной среде молодежи в отношении средств выражения семантического содержания комплиментов наблюдаются изменения, которые в определенной степени обусловлены стремлением к самовыражению и оригинальности. Кроме того, комплименты активно используются в молодежной речи в связи с психологической потребностью молодых людей в создании позитивного образа и стремлением к тому, чтобы их представление о себе было оценено и одобрено. Можно говорить о том, что анализ и описание комплиментов в молодежной коммуникативной среде позволяет выявить ценностные и эстетические ориентиры молодежи, которые являются важной составляющей частью языкового сознания и языковой личности.

Таким образом, сравнительно-сопоставительное рассмотрение комплиментов в речи русской и китайской молодежи как уникального языкового явления представляется актуальным, так как это, с одной стороны, дает возможность определить универсальные и национально-специфические характеристики комплиментов в обоих языках, а с другой – способствует повышению эффективности межкультурной коммуникации, поскольку широкие связи и контакты между Россией и Китаем в различных сферах в последние годы предполагают конструктивный диалог носителей современных лингвокультур.

Материалом для данного исследования послужили словари молодежного сленга и жаргонов в русском и китайском языках. С учетом постоянного пополнения новых слов в речи молодых людей, ресурсы русскоязычного и китайскоязычного сегментов Интернета, в которых сленговые и жаргонные выражения обновляются в режиме реального времени, также использовались как справочный языковой материал. На основе собранных групп лексических единиц (сплошная выборка) было разработано анкетирование с множественным выбором для получения статистических данных о том, как российские и китайские молодые люди представляют свое поведение в речевой ситуации комплимента.

Как отмечает Е. В. Уздинская, носители молодежного жаргона – «это социально-демографическая группа в составе народа, которую объединяет, прежде всего, возраст» [Уздинская, 1991. С. 28]. Если говорить о возрастных критериях выбора респондентов, то границы социальной группы, пользующейся молодежным жаргоном, приведенные в популярном определении М. А. Грачева, – от 7 до 35 лет [Грачев, 2006. С. 8], являются, по нашему мнению, крайне широким диапазоном для получения общности характеристик. Исходя из вышеизложенного, информантам в возрасте от 16 до 35 лет был предложен список комплиментарных выражений и поставлен вопрос: «Какие из перечисленных слов Вы можете использовать как комплимент?». После проверки были отобраны 250 полностью и корректно заполненных (125 на русском языке и на китайском языке). Достоверность отобранного языкового материала доказывается результатами эксперимента: все слова – варианты комплимента – были выбраны респондентами, т. е. собранные примеры действительно употребляются в контексте повседневного общения современной русской и китайской молодежи.

## Основная часть

В качестве языка субкультуры язык молодежи в широком смысле часто понимается как «порча языка», речь с негативной и агрессивной окраской. Вопреки такому стереотипному взгляду, комплимент, представляя собой форму похвалы, выражение одобрения и положительной оценки, широко присутствует в молодежном дискурсе в виде сленговых или жаргонных формул и активно употребляется молодежью в повседневном общении. Исследование специфики молодежных комплиментарных высказываний позволяет всесторонне изучить и описать современную молодежную речь в целом.

По результатам проведенного анкетирования и обработки полученных ответов была составлена эмпирическая база исследования, включающая в общей сложности 1398 комплиментарных выражений, которые выбрали русские респонденты, и 1268 комплиментарных выражений, выбранных китайскими опрошенными. Для обработки этих единиц был использован сервис AntConc<sup>1</sup>, который позволяет подсчитать частотность слов и упорядочить их. Результаты представлены в сводных графиках, на основании которых осуществлялся анализ (см. рис. 1 и 2).

<sup>1</sup> AntConc – один из самых популярных сервисов для корпусных исследований, разработанный профессором Лоуренсом Антони (Университет Васэда, Япония). Приложение AntConc доступен загрузиться с его официального сайта <http://www.antlab.sci.waseda.ac.jp/software.html>. В настоящей работе программа AntConc используется как инструмент для подсчета объема текста и анализа частотности слов.

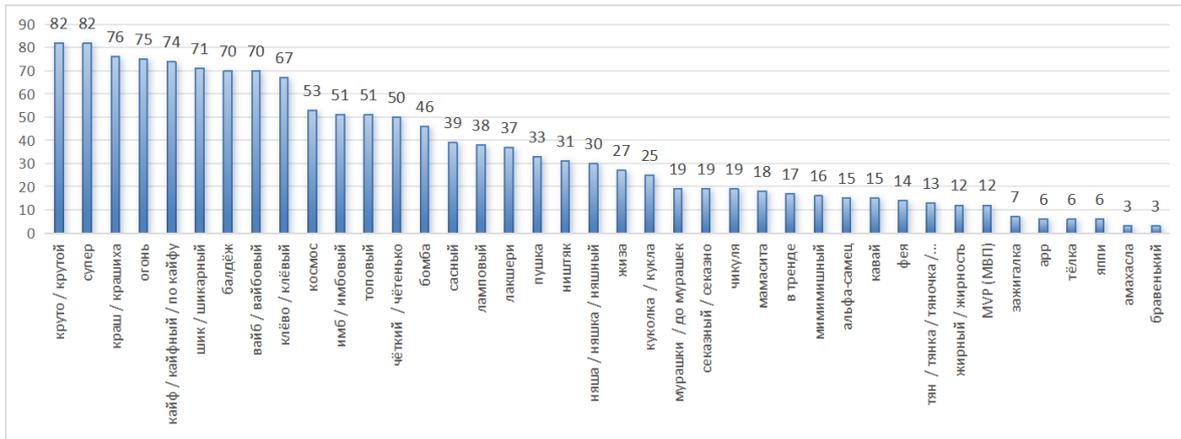


Рис. 1. Compliment phrases in the speech of Russian youth  
 Fig. 1. Compliment phrases in the speech of Russian youth

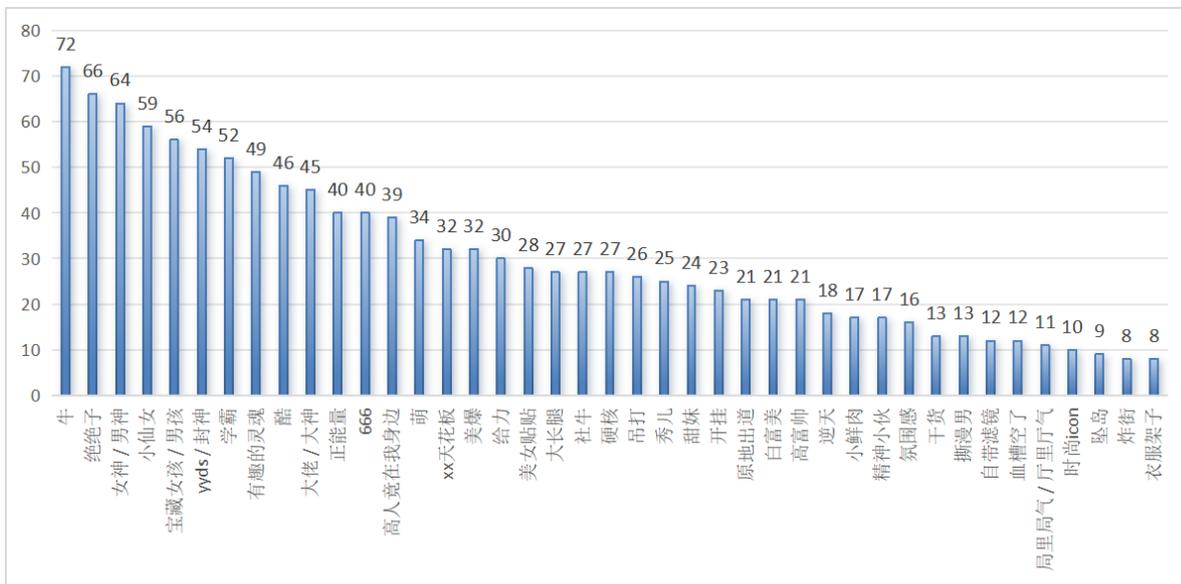


Рис. 2. Compliment phrases in the speech of Chinese youth  
 Fig. 2. Compliment phrases in the speech of Chinese youth

### Лексические особенности комплиментарных выражений молодежной среды в русском и китайском языках

Лексика является авангардом языковой системы и существенным показателем для выявления особенностей лингвистического феномена. По мнению В. В. Химики, молодежный социолект выделяется «уровнем субстандартных языковых проявлений, по преимуществу лексических, в речи молодых людей» [Химик, 2000. С. 34], поэтому исследование языка молодого поколения невозможно без изучения лексикона, который необходим для понимания и общения.

Как показал анализ материала, в речи российской и китайской молодежи отсутствуют слова-комплименты, которые использовались бы абсолютно всеми языковыми личностями, принадлежащими к данной лингвокультуре. Причина заключается в том, что язык молодежи

имеет множество источников (жаргоны субкультур – хиппи, панков, жаргон геймеров, жаргон любителей аниме и т. д.), общение в этих социальных группах иногда ограничивается кругом интересов. Кроме того, использование комплимента в условиях речевого акта, как правило, обусловлено экстралингвистическими факторами. Согласно выбору опрошенных, встречаются лексические единицы с высокой частотностью и относительно низкой частотностью, что позволяет анализировать универсальные и специфические лексические особенности выражения комплиментов в речи российской и китайской молодежи.

Если говорить о частеречной принадлежности конкретной лексемы или словосочетания, то в данной статье описаны первые 20 высокочастотных лексических единиц из графиков для сопоставительного анализа комплиментов в русской и китайской молодежной среде (см. таблицу).

Частеречная принадлежность молодежных комплиментов  
в русском и китайском языках

Part of speech ascription of youth compliments  
in Russian and Chinese languages

Часть речи	В русском языке	В китайском языке
Имя прилагательное	13	0
Наречие	4	4
Имя существительное	10	9
Глагол	0	2
Имя существительное + глагол	0	2
Имя существительное + имя прилагательное	0	2
Имя прилагательное + наречие	0	1

Из таблицы следует, что в комплиментарных выражениях, характерных для русской молодежи, наиболее востребованы прилагательные, а в молодежных комплиментах в китайском языке доминирующее место занимают существительные.

В русском языке «семантической основой имени прилагательного является понятие качества», при этом «качественность ищется в формах отношений между лицами, предметами, отвлеченными понятиями. Она выводится из отношения к предмету или действию» [Виноградов, 1986. С. 157], т. е. прилагательные всегда используются при передаче субъективного суждения о чертах объективного мира. Несмотря на то что «с помощью родительного определительного выражаются более сложные, тонкие и разнообразные свойства, характеристические признаки», русскоязычная молодежь более склонна использовать прилагательные для выражения положительной оценки, что, по нашему мнению, тесно связано с принципом экономии и упрощения речевых усилий.

В контексте китайского языка имена прилагательные обычно считаются наиболее часто используемыми в комплиментарных высказываниях [阮运, 2015. С. 73], хотя эта закономерность претерпевает существенные изменения: в китайском языке, в отличие от русского, источником сленгов молодежной среды является Интернет, в котором отношение к окружающим объектам выражается с помощью прямой и простой классификации и маркировки предметов, т. е. номинации. На этом основано большинство комплиментарных выражений, образованных с помощью имен существительных, в речи китайской молодежи. Вместе с тем нельзя не отметить, что морфологический состав комплиментарных выражений, используемых китайской молодежью, шире, чем в русской молодежной речи. Это также связано с источниками происхождения

и пополнения китайского молодежного сленга – в живую речь активно входят интернет-мемы, в том числе и фразы для высказывания комплиментов.

Далее обратимся к рассмотрению словообразовательных механизмов формирования комплиментарных выражений в среде общения русской и китайской молодежи. Анализ экспрессивности вышперечисленных лексических единиц в русском и китайском молодежных языках позволяет выявить и описать их сходства и отличительные черты.

Отметим, что среди русских комплиментов иноязычные заимствования оказываются наиболее распространенными, их количество составляет 18 от общего числа 41, а частотность – около 47 % от полученной выборки. Большинство из заимствованных единиц составляют англицизмы. Например, *круто* происходит от англ. *cool*; супер – от англ. *super*; *краш* – от англ. *crush*; *вайб* – от англ. *vibe*; *сасный* – от англ. *sassy*; *лакшери* – от англ. *luxury* и др. Однако встречаются и слова из других языков: такие как *няшка*, *кавай*, *тянка* формируются на основе японского; лексема *кайф* восходит к арабскому языку; слово *мамасита* берет свое начало в испанском.

Безусловно, заимствования присутствуют и в комплиментарных выражениях китайской молодежи, однако они находятся на периферии способов образования комплимента и не настолько популярны, как в русской молодежной речи. Во-первых, это связано с тем, что заимствование происходит «в неразрывной связи с общественной жизнью и различными культурными явлениями» [Лотте, 1982]. Экспансия англо-американской культуры и ведущая роль английского языка на международной арене оказывают мощное влияние на русский и китайский языки, что особенно отражено в речи молодежи в виде многочисленных заимствований, в том числе в комплиментарных высказываниях. Во-вторых, вследствие различий между иероглифической письменностью и алфавитной системой, а также в связи с относительно поздним расширением международных связей, число заимствованных из английского комплиментов в китайском языке существенно меньше, чем в русском.

Среди комплиментарных выражений, распространенных в речи китайской молодежи, обнаружены английские заимствования, которые содержат слово 酷 – эквивалент русского *круто* (от англ. *cool* с тем же звучанием). Зафиксированы также англицизмы 硬核 от англ. *hardcore* в дословном переводе; 氛围感 от англ. *vibe* в вольном переводе. Вместе с тем существуют и экзотизмы из других языков: например, созвучная с японским словом единица 萌 (мое) принадлежит именно к этой категории.

Следовательно, в коммуникативном пространстве китайской молодежи, в отличие от русской, доминирующим способом формирования новых комплиментарных компонентов является полисемия, которая включает в себя появление нового значения на базе изначального слова и переносного значения (неосемы). Причина состоит в том, что китайский язык является видом идеографического письма, носители китайского языка имеют особую привязанность к значению лексических единиц [王, 2016], поэтому китайские молодые люди предпочитают использовать уже существующие в языковой системе лексемы.

По мнению В. В. Елисеевой, «многозначность, или полисемия, слова – это наличие у языковой единицы более одного значения при условии семантической связи между ними или переноса общих либо смежных признаков или функций с одного денотата на другой» [Елисеева, 2003. с. 17]. Обнаружено, что 17 выражений из списка, предложенного нами в процессе опроса, относятся именно к явлению полисемии – их доля составляет более 49 % от общего числа выбранных вариантов 1268. В частности, слова 女神 ('богиня') и 男神 ('бог') первоначально появились в переводных древних буддийских сутрах в значениях 'женское божество' и 'мужское божество'. В современном языке молодежи они приобретают новые значения: 'красивая, привлекательная женщина' и 'парень мечты'.

Наименование 学霸 давно существует в древнекитайском письменном языке в значении 'ученый-тиран', обладая отрицательным оттенком. Сейчас китайская молодежь предпочитает выражать искреннее одобрение успешного в учебе человека выражением 学霸 ('гегемон

учебы'). Лексема 干货 ('сухие товары, еда') стала обозначать 'полезный контент' и используется в речи молодого поколения для похвалы человека, который показывает ценные знания или идеи.

Переносное значение часто связывается со стилистическими средствами, такими как метафора, метонимия, сравнение. Например, лексема 牛 (в прямом значении: 'бык') издревле символизирует силу в связи с внешним видом данного животного [Тан, 2022. С. 89]. При метафорической ассоциации образ «牛» (бык) развивается в качестве эквивалента значения 'сильный, могучий', выражая восхищение в речи современной китайской молодежи. Влияние метонимии проявляется в словосочетании 大长腿 ('длинные ноги'), основанном на стереотипном представлении о красавицах/красавчиках, обладающих идеальными пропорциями тела, особенно длинными ногами. Таким образом, данная фраза в речи молодежи становится номинацией человека с хорошей фигурой и длинными ногами. С помощью сравнения в наименовании 小鲜肉 (досл. 'свежее мясо') осуществляется олицетворение молодого красивого мужчины в коммуникативной среде китайской молодежи.

Явление полисемии является продуктивным способом формирования новых комплиментарных выражений и в речи русскоязычной молодежи. К примеру, лексема огонь в молодежном сленге используется в качестве аналога слова нравится для характеристики предмета или явления, производящего сильное впечатление. Появление дополнительного смыслового оттенка становится основой процесса метафорического переноса: огонь → жар → сжигает изнутри → воспламеняет желание → затрагивает душу → сильно нравится<sup>2</sup>. Метафорическое переосмысление подобного рода осуществляется и в таких словах, как космос, бомба, пушка и др.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что с точки зрения словообразовательных моделей комплиментарные выражения, используемые в русской и китайской молодежной речи, обладают как общими, так и специфическими характеристиками, в обоих языках особой популярностью пользуются заимствования и полисемия. «Возможно, потребность в новых словах появляется и тогда, когда старые перестают удовлетворять, как сказал один молодой человек, кажутся “недостаточно сочными, колоритными” для обозначения тех или иных (как правило, вызывающих сильные эмоции) вещей, явлений» [Запесоцкий, 1990. С. 57]. Вследствие этого комплименты, представляя собой эмоциональные выражения, требуют постоянного обновления в речи молодежи. С одной стороны, иноязычным заимствованиям придается большое значение в образовании неологизмов в комплиментах молодежной среды, что также способствует обогащению и динамичному развитию языка. С другой стороны, при создании комплиментов особенно отчетливо проявляется креативность молодого поколения: используя разнообразные стилистические средства, молодые люди дают новые интерпретации давно закрепленным в языках единицам, что в значительной степени усиливает экспрессивность, эмоциональность и образность молодежной речи.

### Семантические особенности комплиментарных выражений в коммуникативной среде молодежи (в русском и китайском языках)

Следует отметить, что в лингвистических исследованиях молодежной речи основное внимание уделяется ее формально-структурным особенностям, семантический ракурс изучается в меньшей степени. Лингвисты рассматривают оценку как особую семантическую категорию. По мнению И. А. Стернина, «... основная цель комплимента состоит не столько в объективной положительной оценке адресата или предметов, входящих в его личную сферу, сколько в оказании положительного воздействия на эмоции адресата» [Стернин, 2000]. Иными словами, словарный состав комплимента главным образом содержит в себе единицы для одобрения положительных объективных свойств человека (информационная функция) в одном случае,

<sup>2</sup> <https://xn----8sbfghf1bdjhf5a1j.xn--p1ai/4502-vasche-ogon-chno-znachit.html> (дата обращения: 17.10.2023).

а в другом – лексемы для выражения субъективной симпатии и восхищения кем-либо (фатическая функция). Поэтому комплиментарные выражения, представляя собой позитивное отношение говорящего к собеседнику, максимально воплощают видение молодежным языковым коллективом познаваемого объекта действительности и отражают ценностную и эстетическую ориентацию представителей молодого поколения.

Лексико-семантический анализ характеристик комплиментарных выражений, используемых российской и китайской молодежью в процессе общения, служит надежным средством осмысления меняющейся оценочной картины мира в языковом сознании современной молодежи. Вместе с тем во внутреннем значении «слова – это коллективная память носителя языка; осваиваемое слово – ключ к образу жизни соответствующего народа; ...слово, наряду с назначением быть средством общения, накапливает и хранит информацию о постигнутом мире» [Верещагин, 1980. С. 7–8]. Complimentу, как «зеркалу культурных ценностей», присущи национально-культурные семы, в которых содержится этнокультурная информация. Сопоставление комплиментарных высказываний в контексте молодежной речи двух лингвокультур позволяет определить национальную специфику, так сказать, культурно обусловленный семантический объем сравнительных формул комплиментов, выявить особенности менталитета и образа мышления молодых носителей сопоставляемых языков.

Семантический анализ отобранных единиц проводился на основе классификации по лексико-семантическим группам (далее – ЛСГ). Мнения ученых об ЛСГ сходятся в том, что она является классом слов одной части речи, имеющих в своем значении достаточно общий интегральный семантический компонент и типовые дифференциальные семы, а также характеризующихся сходством сочетаемости и широким развитием функциональной эквивалентности и речевой многозначности [Кузнецова, 1974. С. 4]. Объединение лексики в ЛСГ является продуктивным способом презентации характера определенной лексико-семантической системы и позволяет вскрыть фрагмент языковой и психологической реальности определенного народа. Специфика выражения комплиментов в речи российской и китайской молодежи, их модальные семантические интерпретации находят отражение именно в том, какие ЛСГ выделяются среди лексики данного типа.

В русском языке, как показали результаты опроса и обработки данных, наиболее употребительными в составе молодежных комплиментов являются такие слова, как *круто* / *крутой* (65 %/82), *супер* (65 %/82), *краш* / *крашиха* (61 %/76), *огонь* (60 %/75), *кайф* / *кайфный* / *по кайфу* (59 %/74), *шик* / *шикарный* (57 %/71), *балдеж* (56 %/70), *вайб* / *вайбовый* (56 %/70). Рассматривая существующие в молодежной речи комплиментарные выражения, в составе лексической макропарадигмы семантического поля «комплимент» можно условно выделить следующие ЛСГ:

1. ЛСГ «отлично / отличный; хорошо / хороший». В группу вошли такие выражения, как *круто*, *супер*, *кайф*, *шик*, *балдеж*, *клево*, *имбовый*, *топовый*, *четкий*, *пушка*, *ништяк*, *жирный*, *MVP(МВП)*, *амахасла*, *бравенький*. Они представляют собой общеупотребительные средства выражения положительной оценки, наименее зависимые от экстралингвистических факторов, таких как конситуация<sup>3</sup> и характер собеседника. По данным статистики, они являются самыми используемыми в комплиментарных высказываниях среди российской молодежи и составляют около 50 % всех ответов респондентов. Концентрация смысла в этих комплиментах позволяет установить, что семантические компоненты 'отличный' и 'хороший' рассматриваются как ядерная часть в языковой картине мира русскоязычной молодежи, которая актуализируется при создании комплиментов.

2. ЛСГ «выражение восторга / восхищения собеседником», в которую входят такие слова, как *круто*, *супер*, *огонь*, *балдеж*, *космос*, *бомба*, *мурашки*, *арр*. Как правило, в языке су-

<sup>3</sup> Непосредственную обстановку речи, в которой протекает общение, принято называть конситуацией [Земская, 2016. С. 8].

ществует тесная спаянность и неразрывность эмоционального и оценочного компонентов: «Оценочность ... и эмоциональность ... не составляют двух разных компонентов значения, они едины, как неразрывны оценка и эмоция на внеязыковом уровне» [Цоллер, 1996], поэтому в комплиментарных высказываниях для обозначения положительной оценки нередко используются эмоциональные слова, выражающие, например, одобрение, поощрение, удивление и т. п. Для комплимента русская молодежь предпочитает использовать слова со значением выражения восторга / восхищения собеседником – они составляют 31 % от общего числа выбранных респондентами вариантов, что свидетельствует о довольно большой популярности эмоциональных комплиментов в речи русской молодежи.

3. ЛСГ «приятные эмоции или ощущения, которые приносит собеседник». Следует отметить, что другим типом эмоционального комплимента, встречающегося в русской молодежной речи, является лексика для поднятия настроения собеседника, т. е. группа лексики с семантическим примитивом выражения приятных эмоций или ощущений по отношению к адресату. В состав данной ЛСГ включаются такие лексемы, как *кайф*, *вайб*, *ламповый*, *кавай*, среди которых слово *кайф* пользуется наибольшей популярностью и активно входит в общее употребление.

4. ЛСГ «выражение симпатии к собеседнику», в том числе слова *краш*, *арр*. Проявление симпатии всегда является важным способом прямого комплимента, однако в сленге русской молодежи слова с коннотацией передачи симпатии к слушающему оказались нетипичными – их количество ограничено лишь двумя вышеназванными.

5. ЛСГ «красивый парень / красивая девушка»). Одним из неотъемлемых комплиментарных признаков является внешний вид человека, в молодежных комплиментах он связан преимущественно с красивой внешностью в целом. Так, например, красивый парень и красивая девушка описываются с помощью следующих словарных единиц (по данным опроса): *сасный*, *куколка*, *чикуля*, *мамасита*, *фея*, *тянка*, *бравенький*. Хотя таких слов немало, они составляют лишь 9 % от числа всех ответов респондентов, т. е. одобрение внешности собеседника не очень характерно для повседневного общения молодежи.

6. ЛСГ «милый»). Семантическая категория «милый» в речи русской молодежи воплощается посредством следующих лексем: *ламповый*, *няшка*, *куколка*, *мимимишный*, *кавай*. За исключением самого прилагательного *милый*, большинство вышеперечисленных единиц ограничиваются рамками употребления для комплимента женщинам.

7. ЛСГ «привлекательный»). Представители молодого поколения, участвующие в опросе, разделили слова с семой 'привлекательный' на две подгруппы: первую входят *сасный*, *сексанный* и *телка*, которые используются для обозначения привлекательного человека; вторая содержит в себе единицу *жиза*, которая квалифицирована как наименование привлекательного явления.

8. ЛСГ «популярный»). К ней относятся слова *топовый*, *в тренде*, *амахасла*. Являясь наиболее активной социальной группой, молодежь охотно следует за популярными тенденциями, соответственно, в речи дает положительную оценку тому, кто пользуется популярностью в той или иной сфере жизни.

9. ЛСГ «роскошный»). Подобно предыдущей группе, появление ЛСГ «роскошный» также связано с модными, популярными явлениями. Вместо слов *роскошный* и *дорогой*, среди молодежи принято употреблять такие лексемы, как *шик*, *лакшери*, *япти*.

Помимо перечисленных выше, можно выделить еще несколько ЛСГ, состоящих, как правило, из одного элемента, однако они не являются типичными в семантическом плане для выражения комплиментов в молодежной речи: ЛСГ «важный» представлена прилагательным *жирный*; ЛСГ «активный и уверенный» включает существительное *альфа-самец*; ЛСГ «веселый и общительный» представлена существительным *зажигалка*.

При анализе семантического поля китайских комплиментарных выражений, согласно статистике ответов респондентов, были выделены 10 ЛСГ. Среди них есть и аналогичные описан-

ным выше группам лексики, характерной для русской молодежной речи, и уникальные ЛСГ, существующие только в языке китайской молодежи. Рассмотрим их последовательно.

1. ЛСГ «отличный». В нее вошли следующие единицы: 牛 (бык); YYDS / 封神 (вечный бог); 学霸 (гегемон учебы); 大佬 / 大神 (мастер / выдающийся человек); 坠岛 (谐音) (самый могучий); 666 (сильный, пленительный); 吊打 (несомненно победить при явном неравенстве сил); 高人竟在我身边 (оказывается, мастер рядом со мной); 开挂了 (победитель / имбовый геймер); XX天花板 (потолок / пик в определенных аспектах); 秀儿 (красноречивый человек); 绝绝子 (выражение превосходной степени, в смысле 'круто, клево'); 原地出道 (будущий идол). Они занимают доминирующее место среди всех описанных ЛСГ в китайской молодежной речи и составляют 41 % от общего числа ответов респондентов. Любопытно, что данная ЛСГ аналогична существующей в языке русской молодежи, тоже достаточно распространенной. Однако среди единиц, входящих в ЛСГ «отличный» в китайском, больше номинаций с семантикой «отличный», чем в русском. Кроме того, их использование во многом зависит от специфических характеристик адресата, например, 学霸 (гегемон учебы) используется для описания ученика или студента, получившего отличные оценки в учебе или умного и эрудированного человека; 原地出道 (будущий идол) понимается как отличный исполнитель, который имеет большие шансы в будущем стать звездой.

2. ЛСГ «красивый парень / красивая девушка». Compliments, выражающие похвалу внешности человека так же свойственны китайской молодежной речи, как и русской. Данная ЛСГ представлена таким образом: 女神 / 男神 (богиня / парень мечты); 小仙女 (фея); 美爆 (бомбовая красота); 氛围感 (вайб / вайбный); 白富美 (белокожая, богатая и красивая девушка); 高富帅 (высокий, богатый и красивый мужчина); 小鲜肉 (молодой красавчик); 自带滤镜 (красавица / красавчик, словно после обработки с фильтром для ретуши); 撕漫男 (школьный принц, выходящий из аниме); 原地出道 (будущий идол); 局里局气 / 厅里厅气 (степенный молодой человек, как госслужащий); XX贴贴 (美女贴贴) (поцелуй с красавицей); 大长腿 (длинные ноги); 衣服架子 (вешалка). В сравнении с русским частота употребления комплиментов внешности в китайском языке относительно выше и составляет 27 % от всех ответов респондентов, что частично отражает тот факт, что китайская молодежь обращает больше внимания на внешнюю красоту человека. Вместе с тем русская молодежь часто связывает сему 'красивый' с признаком 'сексуальный' (например, сасный, мамасита и т. д.), а в представлении китайских молодых людей красивая внешность человека связана с высоким ростом (高富帅; 大长腿), с молодостью (小鲜肉; 小仙女) и богатством (白富美, 高富帅).

3. ЛСГ «выражение восторга / восхищения собеседником». Аналогична русской ЛСГ «выражение восторга / восхищения собеседником». Включает следующие единицы: 血槽空了 (проценты жизни игрового персонажа опускаются до нуля в сражении с противником); 酷 (круто); 牛 (бык); 绝绝子 (выражение превосходной степени, в смысле 'круто, клево'), которые повышают эмоциональность молодежных комплиментов. Кроме того, китайская молодежь, как и русская, использует в комплиментах слова со смысловым компонентом 'высший; превосходный' для выражения восхищения или восторга, однако доля их намного меньше, чем в русском.

4. ЛСГ «милый». К ней принадлежат 萌 (мое) и 甜妹 (конфетка), которые, как и в русском молодежном языке, предназначены для выражения комплимента женщинам. Такое сходство доказывает, что в языковом сознании российской и китайской молодежи существует схожее представление об образе «милого».

5. ЛСГ «богатый». В связи с расширением связей с внешним миром ценностные взгляды китайской молодежи существенно изменились, новое поколение не скрывает своего тяготения к богатству. Поэтому в лексике молодежных комплиментов появилась ЛСГ «богатый», включающая лексемы 白富美 (белокожая, богатая и красивая девушка) и 高富帅 (высокий, богатый и красивый мужчина). В сравнении с ЛСГ «роскошный» в русском можно заметить, что в представлении китайской молодежи идеальный образ «богатого» касается телосложения:

белой кожи, высокого роста и т. п., а в сознании русских молодых людей «роскошный» связывается со светским образом жизни, дорогой одеждой и т. д.

6. ЛСГ «модный». Стремление к популярности, моде представляется, безусловно, «крутым» признаком среди молодежи. Кроме того, на молодых китайцев влияет субкультура уличной моды, поэтому в комплиментах китайской молодежи появляются такие слова, как 时尚 (икона, эталон моды), 炸街 (привлекательный и модный по внешности).

7. ЛСГ «важный». В китайском молодежном сленге для замены прилагательного *важный* создаются такие единицы, как 干货 (полезный контент, высказанный кем-то) и 硬核 (хардкор), используемые для оригинального выражения одобрения. В русском молодежном жаргоне это значение выражается словом *жирный*.

8. ЛСГ «энергичный». На фоне борьбы с распространением субкультуры «траура» в нынешнем Китае молодые люди, имеющие бодрый и энергичный облик, стали заслуживать одобрение окружающих, ведь бодрые приносят людям хорошее настроение и силу. В связи с этим появились такие положительно-оценочные выражения, как 正能量 (позитивная энергия); 精神小伙 (бодрый молодчик); 给力 (дать силу, что-то очень крутое, энергичное). В русском языке есть сходная ЛСГ «активный и уверенный», входящее в нее слово *альфа-самец* также используется для комплимента активному человеку.

9. ЛСГ «общительный / красноречивый». Современная китайская молодежь рассматривает признак «общественный» в качестве важного для социума качества. Единицы интернет-сленга 秀儿 (красноречивый человек) и 社牛 (общительный и разговорчивый человек) выражают восхищение способностью человека к коммуникации, его общительностью. Российская молодежь тоже оценивает характеристику «общительный»: в молодежном комплименте слово *зажигалка* зафиксировано именно с данным смыслом.

10. ЛСГ «интересный». Данная ЛСГ имеет в своем составе единицы, используемые для похвалы человека с богатым внутренним миром. Это 有趣的灵魂 (интересная душа), 宝藏女孩 / 男孩 (девушка / парень как сокровищница). В русской молодежной речи подобных слов не обнаружено.

### Заключение

Таким образом, проведенный нами лексический и семантический анализ комплиментарных высказываний, основанный на выделении лексико-семантических групп, позволяет описать те черты в картине мира российской и китайской молодежных культур, которые отражают эстетические ориентиры и жизненные ценности молодежи двух стран. Кроме того, компаративный анализ комплиментарных единиц в языках русской и китайской молодежи помогает выявить универсальные и этнокультурные семантические особенности двух лингвокультур, которые обусловлены своеобразным видением мира, менталитетом носителей сопоставляемых языков.

### Список литературы

- Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода // Звегонцев В. А. Хрестоматия по истории языкознания XIX–XX веков. М., 1956.
- Wolfson N. The compliment as a social strategy // Papers in Linguistics: International Journal of Human Communication. Vol. 13. London: Longman, 1980. P. 391–410.
- Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики: (сб. статей) 1982 / Ред. В. П. Григорьев. М.: Наука, 1984. С. 5–24.
- Вольф Е. М. Оценочное значение и соотношение признаков «хорошо/плохо» // Вопросы высказывания. 1986. № 5. С. 98–106.
- Химик В. В. Предисловие // Большой словарь русской экспрессивной речи. СПб., 2004. С. 3–7.

- Анищенко О. А.** Генезис и функционирование молодежного социолекта в языке национально-го периода. М.: Флинта: Наука, 2010.
- Грачев М. А.** Словарь современного молодежного жаргона. М., 2006.
- Уздинская Е. В.** Семантическое своеобразие современного молодежного жаргона // Активные процессы в языке речи. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1991. С. 28.
- Химик В. В.** Поэтика низкого, или Просторечие как культурный феномен. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000.
- Виноградов В. В.** Русский язык (Грамматическое учение о слове) / Под ред. Г. А. Золотовой. 3-е изд. М.: Высшая школа, 1986.
- 阮运. 基于对话语料的魏晋以来汉语恭维语历时变化研究. 2015. 暨南大学, MA thesis. = Жу-ань Юнь. Диахроническое исследование эволюций в китайских комплиментах с периода династий Вэй и Цзинь на основе корпуса диалогов. 2015. Магистерская диссертация.
- Лотте Д. С.** Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. М., 1982.
- Елисеева В. В.** Лексикология английского языка. Учебник. СПбГУ: 2003.
- Тан Ю.** Зооморфная метафора в речи современной китайской и российской молодежи // Вестник Моск. гос. лингв. ун-та. Гуманитарные науки. 2022. С. 84–92.
- Запесоцкий А. С., Файн А. П.** Эта непонятная молодежь...: Проблемы неформальных молодежных объединений. М.: Профиздат, 1990.
- 王秋萍, 崔海东. 中韩常用字母词使用情况调查. 辽宁工程技术大学学报(社会科学版), 2016, 18(02): 199–203. = Ван Цюпин, Цуй Хайдун. Исследование использования общеупотребительных буквенных слов в китайском и корейском языках // Журнал Ляонинского инженерно-технологического университета (Издание по общественным наукам). 2016. Вып. 18(02). С. 199–203.
- Верещагин Е. М., Костомаров В. Г.** Лингвострановедческая теория слова. М.: Русский язык, 1980.
- Стернин И. А.** Модели описания коммуникативного поведения. Воронеж, 2000.
- Кузнецова Э. В.** Русские глаголы «приобщения объекта» как функционально-семантический класс слов: Автореф. дис. ... филол. наук. Свердловск, 1974.
- Цоллер В. Н.** Экспрессивная лексика: Семантика и прагматика // Филологические науки. 1996. № 6. С. 63–71.
- Земская Е. А.** Русская разговорная речь. Лингвистический анализ и проблемы обучения. М.: Флинта, 2016. 240 с.
- 李京荣 等. 汉语流行语小词典. 北京: 新世界出版社, 2014.
- Онлайн-словарь: 小鸡词典 <https://jikipedia.com/> (дата обращения: 01.12.2022)
- Онлайн-словарь: 有梗鸭-网络流行语百科全书 <https://www.cuiuc.com/> (дата обращения: 01.12.2022)

## References

- Humboldt V.** (1956). O razlichii stroenija chelovecheskih jazykov i ego vlijanii na duhovnoe razvitie chelovecheskogo roda = On the difference in the structure of human languages and its influence on the spiritual development of the human race. Zvegoncev V. A. Hrestomatiya po istorii yazykoznaniya XIX–XX vekov. M., 1956. (In Russ.).
- Wolfson N.** (1980). The compliment as a social strategy. Papers in Linguistics: International Journal of Human Communication. London: Longman, 13, 391–410.
- Arutyunova N. D.** (1984). Aksiologiya v mekhanizmah zhizni i yazyka = Axiology in the mechanisms of life and language. In V. P. Grigoriev (ed.), Problemy strukturnoj lingvistiki: (sb. statej). Moscow: Nauka, 1982, 5–24. (In Russ.).
- Vol'f E. M.** (1986). Evaluative value and the relation of the signs “good/bad”. Voprosy vyskazyvaniya, 5, 98–106. (In Russ.).

- Khimik V. V.** (2004). Predislovie = Preface. *Bol'shoj slovar' russkoj ekspressivnoj rechi*. SPb, 3–7. (In Russ.).
- Anishchenko O. A.** (2010). Genesis and functioning of youth sociolect in the language of the national period. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russ.).
- Grachev M. A.** (2006). *Slovar' sovremennogo molodezhnogo zhargona*. Moscow. (In Russ.).
- Uzdinskaya E. V.** (1991). Semanticheskoe svoebrazie sovremennogo molodyozhnogo zhargona = Semantic uniqueness of modern youth slang. In Uzdinskaya E. V. (ed.), *Active processes in the language of speech*. Saratov: Saratov University Press, 28. (In Russ.).
- Khimik V. V.** (2000). Poetics of Low, or Substandard as a Cultural Phenomenon. SPb: SPbSU Publishing House. (In Russ.).
- Vinogradov V. V.** (1986). Russian language (Grammatical doctrine of the word). In G. A. Zolotova. (ed.), *Third Printing*. Moscow: Vysshaya shkola. (In Russ.).
- 阮运. 基于对话语料的魏晋以来汉语恭维语历时变化研究. 2015. 暨南大学, MA thesis. = Ruan Yun. (2015). *A Diachronic Research on the Evolution of Chinese compliments Bases on the discourse Corpus since Wei and Jin Era*. 2015. Jinan University, MA thesis. (In Chinese)
- Lotte D. S.** (1982). Issues of borrowing and ordering of foreign-language terms and term-elements. Moscow. (In Russ.).
- Eliseeva V. V.** (2003). *Lexicology of the English language*. St. Petersburg State University, Textbook. (In Russ.).
- Tan Y.** (2022). Zoomorphic metaphor in the speech of modern Chinese and Russian youth. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 4(859), 84–92. (In Russ.).
- Zapesotsky A. S., Fine A. P.** (1990). *This incomprehensible youth...: Problems of informal youth associations*. Moscow: Profizdat. (In Russ.).
- 王秋萍, 崔海东. 中韩常用字母词使用情况调查. *辽宁工程技术大学学报(社会科学版)*, 2016, 18(02): 199–203. = Wang, Q. Cui, H. (2016). *Survey on common letter words using in Chinese and Korean*. *Journal of Liaoning University of Engineering and Technology (Social Science Edition)*, 18(02), 199–203. (In Chinese)
- Vereshchagin E. M., Kostomarov V. G.** (1980). *Linguo-country theory of the word*. Moscow: Russian language. (In Russ.).
- Sternin I. A.** (2000). Models of description of communicative behaviour. Voronezh. (In Russ.).
- Kuznetsova E. V.** (1974). Russkie glagoly «priobshcheniya ob'ekta» kak funkcional'no-semanticheskij klass slov = Russian verbs of “object acquisition” as a functional-semantic class of words. Abstract of PhD in Philology. Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences. (In Russ.).
- Zoller V. N.** (1996). Ekspressivnaya leksika: Semantika i pragmatika = Expressive lexicon: Semantics and pragmatics. In V. P. Grigoriev (ed.), *Filologicheskie nauki*, 6, 63–71. (In Russ.).
- Zemskaya E. A.** (2016). *Russian colloquial speech. Linguistic analysis and learning problems*. Moscow: Flinta. (In Russ.).
- 李京荣 等. *汉语流行语小词典*. 北京: 新世界出版社, 2014. = Li J, et al. *A Dictionary of Popular Chinese Phrases in English*. Beijing: New World Press, 2014.
- Онлайн-словарь: 小鸡词典 <https://jikipedia.com/> (дата обращения: 01.12.2022) = Online dictionary: Jikitionary <https://jikipedia.com/> (Date of visit: 01.12.2022)
- Онлайн-словарь: 有梗鸭-网络流行语百科全书 <https://www.cuiuc.com/> (дата обращения: 01.12.2022) = Online dictionary: Yougengya-An Encyclopedia of Internet Buzzwords <https://www.cuiuc.com/> (Date of visit: 01.12.2022)

### Информация об авторе

**Ду Цзыхань**, аспирант филологического факультета Российского университета дружбы народов

---

### Information about the Author

**Du Zihan**, Postgraduate Student Peoples' Friendship University of Russia

*Статья поступила в редакцию 05.03.2024;  
одобрена после рецензирования 01.05.2024; принята к публикации 10.05.2024*

*The article was submitted 05.03.2024;  
approved after reviewing 01.05.2024; accepted for publication 10.05.2024*

Научная статья

УДК 811.134.2

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-60-72

## Лексический повтор как ресурс речевого воздействия в дискурсе испанского монарха Филиппа VI

Ирина Владимировна Селиванова

НИУ «Высшая школа экономики»  
Москва, Россия

iselivanova@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1578-0620>

### Аннотация

Задачи повторов разного уровня в публичном политическом дискурсе – связывать текст в единое целое, упрощать его понимание и служить средством расширения смыслового, эмоционального и интонационного пространства сообщения. В настоящей статье лексические повторы рассматриваются как одно из наиболее эффективных средств убеждения в публичном дискурсе испанского монарха Филиппа VI, а также приводится их классификация с точки зрения семантики повторяющихся элементов, синтаксического макроконтекста и прагматического контекста. В ходе исследования было выявлено, что данное средство языковой выразительности находится в прямой зависимости от сложившегося исторического и современного социально-политического контекста и служит инструментом реализации стратегий и тактик речевого воздействия прежде всего в публичных речах *внутренней адресации*, в которых активно продвигаются идеи и мнения с помощью эмоционального и оценочного сопровождения. При этом повторы выполняют *суггестивную* (убеждение), *коммуникативную* (структурирование информации) и *экспрессивную* (интенсификация эмоциональной поддержки) функции. В текущем социально-политическом контексте (с 2017 г. по настоящее время) обозначилась тенденция к более частотному употреблению лексем-эмотивов *негативной коннотации* в рамках стратегии формирования эмоционального настроения адресата, что связано с необходимостью демонстрации участия монарха в жизни общества в остро кризисные периоды в целях понижения градуса эмоциональной напряженности (в рамках тактики обращения к эмоциям адресата). Наряду с ними особое значение приобретают *тавтологические повторы* (а) идеологем, отражающих государственное устройство, (б) идеологем интегративной семантики, а также (в) местоимений интегративной семантики (*todos, nuestro, nosotros*), что обусловлено необходимостью продвижения идеи единства нации и неделимости государства.

### Ключевые слова

лексический повтор, политический дискурс, публичный дискурс, испанская монархия

### Для цитирования

Селиванова И. В. Лексический повтор как ресурс речевого воздействия в дискурсе испанского монарха Филиппа VI // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 60–72. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-60-72

© Селиванова И. В., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3  
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

# Lexical Repetition as a Resource for Speech Impact in the Discourse of the Spanish Monarch

Irina V. Selivanova

National Research University, Moscow, Russian Federation

iselivanova@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1578-0620>

## Abstract

Repetitions in public political discourse are necessary to make a text more coherent, facilitate its comprehension and expand its significance. The article examines lexical repetitions as one of the most effective means of persuasion in Felipe VI's public discourse and provides their classification in accordance with the *semantics* of repeated elements, *syntactic macro context* and *pragmatic context*. It has been revealed that this means of linguistic expressiveness directly depends on the prevailing historical and modern socio-political context and serves as a tool for implementing communicative strategies and tactics, primarily in public *speeches of internal addressing*, where it is necessary to actively promote certain ideas and opinions. At the same time, repetitions perform *suggestive* (to convince the addressee), *communicative* (to structure information) and *expressive* functions (to intensify emotional impact). Besides, in the socio-political context (from 2017 to the present), the *lexemes with negative emotional connotation* are used more frequently and help to carry out the *strategy for shaping an emotional state of the addressee*. This tendency can be explained by the need to demonstrate, as part of the tactics of appealing to the addressee's emotions, the participation of the Spanish monarch in the life of the society, especially in times of crisis and instability to reduce the degree of emotional and social tension. Nowadays *tautological repetitions* of (a) *ideologemes describing the state structure*, (b) *ideologemes of integrative semantics*, and (c) *pronouns of integrative semantics* (such as *todos, nuestro, nosotros*) play a significant role since they help to promote certain ideas such as the necessity for national unity and the indivisibility of the state.

## Keywords

lexical repetition, political discourse, public discourse, Spanish monarchy

## For citation

Selivanova I. V. Lexical repetition as a resource for speech impact in the discourse of the Spanish Monarch. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 60–72. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-60-72

## Введение

В последнее время подробно изучается вопрос об использовании лексического повтора в различных типах дискурса [Симонян, 2005; Багана, Бочарова, 2009; Матвеева, 2013; Никашина, Попова, 2015; Уланова, 2015]. По словам Л. М. Лосевой, «чтобы речь была ясной, логически стройной, мы не можем обойтись без повторения слов, их форм и производных от этих слов, так как использование их связано со структурной организацией речи. Важность лексического повтора заключается и в том, что он является выразителем актуального, или смыслового, членения речи» [Лосева, 1980. С. 42].

В публичном дискурсе повторы (на синтаксическом, лексическом, фонетическом или просодическом уровнях речевой организации) «сообщают речи движение, управляют сменой ее тональности, сообщают ей напряженность, страстность, убедительность» [Еремин, 1966. С. 159]. В политическом дискурсе (в том числе в институциональном) лексический повтор занимает особое место, поскольку выполняет не только синтаксическую функцию связи, но и может одновременно со строевой ролью служить «стилистическим приемом, акцентирующим внимание читателя на семантике повторяющихся слов и содержании предложений» [Лосева, 1980. С. 45].

Е. В. Афанасенко предлагает следующую классификацию лексических повторов: а) *тавтологические повторы*, возникающие при неоднократном употреблении языковых единиц – морфем, слов, словосочетаний или предложений; б) *семантически эквивалентные повторы*, под которыми понимается повтор языковых единиц в словосочетании, предложении или на обозримом участке текста, обладающих семантической общностью при различиях в плане выражения [Афанасенко, 2006].

Повторы в публичном политическом дискурсе являются средством установления композиционной связи отдельных частей сообщения (*связующая функция*), акцентирования внимания аудитории на особо значимых моментах сообщения (*выделительная функция*), трансляции определенных идей с целью усиления сообщения темы (*суггестивная функция*) [Симонян, 2005]. Зачастую в коммуникации такого рода в качестве повторяющихся элементов выступают единицы содержательного плана, что позволяет добиться общего усилительно-выделительного эффекта [Никашина, Попова, 2015. С. 207]. В этой роли могут использоваться *идеологемы*, имеющие особое значение в обращениях государственных лидеров, стремящихся с их помощью закрепить в сознании адресата ключевые идеи своего выступления и повлиять на его картину мира [Селиванова, 2022]. Наряду с идеологемами могут повторяться и другие элементы, в связи с этим требуется привести их типологию с точки зрения *семантики, синтаксиса и прагматики*.

### Типология лексического повтора в публичном дискурсе испанского монарха Филиппа VI

В устной политической коммуникации лексический повтор является, прежде всего, инструментом реализации *суггестивной функции* [Симонян, 2005], суть которой заключается в продвижении необходимых оратору идей при помощи продуманных нарративов и рекуррентной терминологии. Данный прием активно используется в публичном дискурсе политиков и государственных деятелей, которые с его помощью отстаивают свою позицию и акцентируют внимание аудитории на особо важных моментах. В случае короля Филиппа VI в первую очередь продвигаются идеи единства нации, равенства всех перед законом, сотрудничества, солидарности и взаимопомощи. Наряду с метафорой лексические повторы являются частотным элементом дискурса испанского монарха [Раевская, Селиванова, 2023]. В связи с этим следует привести их классификацию с учетом *семантики повторяющихся элементов, синтаксического макроконтекста и прагматики высказывания* (табл. 1).

Таблица 1

Виды повтора в публичных речах Филиппа VI

Параметры рассмотрения повтора	Виды повторяющихся элементов
Семантика повторяющихся лексем	а) существительные (идеологемы, эмотивные лексемы) б) прилагательные (дескриптивные и оценочные) в) местоимения (интегративной семантики)
Синтаксический макроконтекст	а) повторы в составе параллельных конструкций б) повторы в составе анафорических конструкций в) повторы в составе парцелированных конструкций
Прагматический контекст	а) повторы, выполняющие функцию расширения образа реалии-референта (информативная функция) б) повторы, выполняющие функцию презентации различных граней образа реалии-референта (репрезентативная функция) в) повторы, выполняющие функцию интенсификации эмоционального участия говорящего в состоянии собеседника (контактоустанавливающая функция)

С точки зрения *семантики* повторяющихся элементов в публичном дискурсе испанского монарха Филиппа VI встречаются (а) *существительные (идеологемы и эмотивные лексемы)*; (б) *прилагательные (дескриптивные и оценочные)*; (в) *местоимения интегративной семантики*.

В выступлениях перед национальной аудиторией особое значение приобретают *тавтологические (полные) повторы идеологем, отражающих государственное устройство (Consitución,*

*democracia, Estado de Derecho*), и идеологем интегративной семантики (*convivencia*<sup>1</sup>, *unidad*), которые непосредственно связаны с **аргументативной стратегией** (монарх ставит перед собой задачу аргументированного представления информации):

*Respetar y preservar los principios y valores de nuestro Estado social y democrático de Derecho es imprescindible para garantizar una **convivencia** que asegure “la libertad, la igualdad, la justicia y el pluralismo político”, tal y como señala nuestra Constitución. Porque cuando estos principios básicos se quiebran, la **convivencia** primero se deteriora y luego se hace inviable. Уважение и сохранение принципов и ценностей нашего социального и демократического правового государства необходимы для гарантии **существование**, которое гарантирует «свободу, равенство, справедливость и политический плюрализм», как гласит наша Конституция. Потому что, когда эти основные принципы нарушаются, мирное **существование** сначала ослабевает, а затем становится нежизнеспособным [24.12.2017, рождественское послание];*

*En un tiempo en el que la pandemia y sus consecuencias económicas y sociales provocan tanta incertidumbre, nuestra **Constitución** nos garantiza nuestro modo de entender la vida... Una **Constitución** que todos tenemos el deber de respetar... Когда пандемия и ее экономические и социальные последствия вызывают чувство неопределенности, наша **Конституция** гарантирует нам наш способ понимания жизни... **Конституция**, которую мы все обязаны соблюдать... [24.12.2020, рождественское послание].*

Кроме того, в публичных речах внутренней адресации в роли повторяющихся элементов могут также выступать в рамках **стратегии формирования эмоционального настроения адресата** лексемы-эмотивы негативной коннотации [Шаховский, 2019], транслирующие чувства грусти, отчаяния, озабоченности, страха, неопределенности (*angustia, desánimo, tristeza, preocupación, temor, incertidumbre*) и позволяющие оратору в современном социально-политическом контексте проявить сочувствие и сопереживание согражданам:

*Muchos ciudadanos y familias vivís la **angustia** del desempleo o la precariedad; la **angustia** de apenas llegar a cubrir las necesidades básicas; o sentís la **tristeza** de tener que abandonar un negocio al que habéis dedicado vuestra vida. Por todo ello es lógico y comprensible que el **desánimo** o la desconfianza estén muy presentes en tantos hogares. Y sin embargo, la respuesta a una crisis tan seria como la que estamos viviendo no puede venir de la mano de más desánimo o de más desconfianza. Многие из вас и семьи испытывают **тревогу** из-за безработицы или нестабильности, поскольку едва удовлетворяются базовые потребности, или **грусть** в связи с необходимостью оставить дело, которому посвятили свою жизнь. При всем этом логично и понятно, что уныние и недоверие присутствуют во многих семьях. И все же решение такого серьезного кризиса, который мы переживаем, не может сопровождаться еще большим унынием и недоверием (см. [24.12.2020, рождественское послание]).*

Таблица 2

Повтор прилагательных в публичных речах испанского монарха

Параметры рассмотрения повтора	Виды повторяющихся элементов	Примеры
описательные	а) прилагательные, характеризующие основы государственности ( <i>democrático, constitucional</i> )	Пример 1
	б) прилагательные, обозначающие новый этап развития страны ( <i>nuevo, renovado, renovador</i> )	Пример 2 Пример 3
оценочные	в) прилагательные, описывающие образ нации ( <i>gran, extraordinario</i> )	Пример 4 Пример 5
	г) прилагательные, транслирующие проблемность ситуации ( <i>grave, complejo, complicado, difícil</i> )	Пример 6 Пример 7

<sup>1</sup> Идеологема *convivencia* приобретает особое значение в условиях существования многонационального и многокультурного испанского социума, поэтому обязательно присутствует в каждом рождественском послании монарха [Раевская, Селиванова, 2020].

Имя прилагательное в политическом дискурсе выполняет миромоделирующую и суггестивную функции, давая характеристику событиям, их участникам или явлениям и таким образом формируя определенное отношение к ним. Способность к семантическому варьированию и выражению оценочных характеристик позволяет ему служить оптимальным средством реализации прагматической интенции оратора [Вольф, 1985]. Прилагательные в королевских публичных речах внутренней адресации подразделяются на две разновидности, каждая из которых в свою очередь имеет два подвида (табл. 2).

#### Пример 1

[...] quiero reiterarles que desde hace décadas vivimos en un Estado **democrático** que ofrece las vías **constitucionales** para que cualquier persona pueda defender sus ideas dentro del respeto a la ley. Porque, como todos sabemos, sin ese respeto no hay convivencia **democrática** posible en paz y libertad, ni en Cataluña, ni en el resto de España, ni en ningún lugar del mundo. En la España **constitucional y democrática**, saben bien que tienen un espacio de concordia y de encuentro con todos sus conciudadanos. [...] я хочу повторить, что на протяжении десятилетий мы жили в **демократическом** государстве, которое предлагает **конституционные** способы защиты своих идей в рамках закона. Потому что, как все мы знаем, без соблюдения этих норм становится невозможным **демократическое** сосуществование в условиях мира и свободы ни в Каталонии, ни в остальной части Испании, ни где-либо в мире. В **конституционной и демократической** Испании они хорошо знают, что у них есть возможность гармоничного и мирного сосуществования со всеми своими согражданами [03.10.2017, речь по случаю каталонского кризиса];

#### Пример 2

Éstas son, Señorías, mis convicciones sobre la Corona que, desde hoy, encarno: una Monarquía **renovada** para un tiempo **nuevo**. Y afronto mi tarea con energía, con ilusión y con el espíritu abierto y **renovador** que inspira a los hombres y mujeres de mi generación. [...] Pero sobre todo, Señorías, hoy es un día en el que me gustaría que miráramos hacia adelante, hacia el futuro; hacia la España **renovada** que debemos seguir construyendo todos juntos al comenzar este **nuevo** reinado. Таковыми, уважаемые господа, являются мои убеждения в отношении института монархии, который с сегодняшнего дня я воплощаю: **обновленная** монархия для **нового** времени. И я подхожу к выполнению своих обязанностей с энергией, с энтузиазмом и в рамках открытого и **обновленного** подхода, который вдохновляет мое поколение. [...] Но прежде всего, уважаемые господа, сегодня день, когда я хотел бы, чтобы мы смотрели вперед, в будущее; в сторону **обновленной** Испании, которую мы должны продолжать строить вместе с самого начала **нового** правления [19.06.2014, коронационная речь];

#### Пример 3

De esas bases fundacionales nacía una **nueva** España, un **nuevo** Estado, diferente de los anteriores y que rompía con el pasado. На основе этих фундаментальных принципов родилась **новая** Испания, **новое** государство, отличное от предыдущих и порвавшее связь со своим прошлым [06.12.2018, речь по случаю 40-летия принятия Конституции];

#### Пример 4

Señorías, tenemos un **gran** País; Somos una **gran** Nación... Уважаемые господа, мы – **великая** страна, мы – **великая** нация... [19.06.2014, коронационная речь];

#### Пример 5

Porque España es un **gran** país; un **gran** pueblo que no se rinde ante las dificultades. Потому что Испания – это **великая** страна, **великий** народ, который не сдается перед сложностями [18.03.2020, речь в связи с пандемией коронавируса];

## Пример 6

*Son momentos **difíciles**, pero los superaremos. Son momentos **complejos**, pero saldremos adelante.* Сейчас **тяжелые** времена, но мы их преодолеем. Сейчас **сложные** времена, но мы сможем идти вперед [03.10.2017, речь по случаю каталонского кризиса];

## Пример 7

*A lo largo de los años hemos pasado por situaciones muy **difíciles**, muy **graves**; pero, como las anteriores, esta también la superaremos. На протяжении этих лет мы пережили **сложные**, очень **тяжелые** ситуации; однако, как и ранее, этот кризис мы также преодолеем* [18.03.2020, речь в связи с пандемией коронавируса].

В примерах 6 и 7 явление семантической эквивалентности (частичные повторы) связано с тактикой признания существования проблемы и трансляцией их эмоционального восприятия.

Таким образом, лексический повтор дескриптивных и оценочных прилагательных в дискурсе монарха призван обозначить релевантные для испанского социума явления. При этом он также выступает вспомогательным средством реализации **информационно-интерпретационной стратегии** или **стратегии формирования эмоционального настроения** [Селиванова, 2020].

Еще одним повторяющимся элементом выступают местоимения интегративной семантики (*todos, nuestro, nosotros*), которые в речах внутренней адресации продвигают идею коллективных усилий и ответственности с целью достижения общих задач и связаны в первую очередь с тактикой единения в рамках **стратегии формирования эмоционального настроения адресата**:

*Una España, en fin, que es de **todos**, construida por **todos**, y sentida y compartida por **todos**. Испания, которая принадлежит **всем**, построена **всему**, ощущается и разделяется **всему*** [06.12.2018, речь по случаю 40-летия принятия Конституции];

*Recuperaremos la normalidad de **nuestra** convivencia, la vida en **nuestras** calles, en **nuestros** pueblos y ciudades; la economía, los puestos de trabajo, **nuestras** empresas, **nuestros** comercios, **nuestros** talleres... Мы восстановим нормальный ритм **нашего** сосуществования, жизнь на **наших** улицах, в **наших** городах и селах; экономику, рабочие места, **наши** компании, **наши** магазины, **наши** мастерские...* [18.03.2020, речь в связи с пандемией коронавируса].

С точки зрения синтаксического макроконтекста лексический повтор реализуется в (а) параллельных (за счет дистантного повтора), (б) анафорических (также за счет дистантного повтора) и (в) парцеллированных (за счет контактного повтора) конструкциях (см. табл. 1).

Дистантные повторы в приведенных ниже примерах выступают в роли средства реализации параллельных конструкций (в роли распространяющих их элементов выступают придаточные определительные) и характерны для королевских речей внутренней адресации, допускающих активное использование сложных (сложноподчиненных) распространенных предложений:

(a) *Aspiramos a **una España** en la que se puedan alcanzar acuerdos entre las fuerzas políticas sobre las materias y en los momentos en que así lo aconseje el interés general. [...] Deseamos **una España** en la que los ciudadanos recuperen y mantengan la confianza en sus instituciones y una sociedad basada en el civismo y en la tolerancia, en la honestidad y en el rigor, siempre con una mentalidad abierta y constructiva y con un espíritu solidario. Y deseamos, en fin, **una España** en la que no se rompan nunca los puentes del entendimiento... Мы стремимся к такой **Испании**, в которой могут достигаться соглашения между политическими силами по различным вопросам и во времена, когда этого требуют общие интересы. [...] Мы хотим видеть **Испанию**, в которой граждане восстановят и сохранят доверие к ее институтам, видеть общество, основанное на гражданской ответственности и терпимости, на честности и строгом выполнении законов, с широкими взглядами и конструктивным мышлением, объединенное духом*

солидарности. И, наконец, мы желаем видеть **Испанию**, в которой никогда не разрушаются мосты взаимопонимания... [19.06.2014, коронационная речь].

(б) *Nuestra Constitución es la culminación de un **proceso** que supone el mayor éxito político de la España contemporánea. Un **proceso** del que todos podemos sentirnos auténticamente orgullosos porque en el **espíritu**, en los **valores** y en los **ideales** que inspiró este periodo de nuestra historia se encuentra la mejor España. Y ese **espíritu**, esos **valores** y esos **ideales**, no podemos ni olvidarlos ni desvirtuarlos... Наша Конституция является кульминацией **процесса**, который представляет собой величайший политический успех современной Испании. **Процесса**, которым мы все можем поистине гордиться, потому что лучшая версия Испании основана на **духе времени**, **ценностях** и **идеалах**, которые вдохновляли этот период нашей истории. И этот **дух времени**, эти **ценности** и эти **идеалы** мы не можем ни забыть, ни исказить...* [06.12.2018, речь по случаю 40-летия принятия Конституции];

(в) *No olvidemos que los avances y el progreso conseguidos en democracia **son el resultado** del reencuentro y el pacto entre los españoles después de un largo periodo de enfrentamientos y divisiones. **Son el resultado** de querer mirar juntos hacia el futuro, **unidos** en los valores democráticos; **unidos** en un espíritu siempre integrador; en el respeto a la pluralidad y a las diferencias, y en la capacidad de dialogar y alcanzar acuerdos. Не будем забывать, что успехи и прогресс, достигнутые в области демократии, являются **результатом** воссоединения и примирения между испанцами после длительного периода конфронтации и разногласий. Они являются **результатом** желания испанцев вместе смотреть в будущее, **объединенных** демократическими ценностями, **объединенных** духом единства, уважения плюрализма и различий, а также способностью вести диалог и достигать согласия* [24.12.2020, рождественское послание].

Таким образом, прагматическая цель дистантного повтора заключается в конструировании детализированных образов объектов или явлений с помощью распространяющих их атрибутивных элементов (придаточных определительных или прилагательных).

Кроме того, повторы могут использоваться в составе *анафорических конструкций* (повторение начальных элементов в параллельных отрезках речи) и прежде всего характерны для речей внутренней адресации:

*Un diálogo que debe ser sincero y leal... Un diálogo que se vea fortalecido e impulsado por el espíritu fraternal entre todos los españoles. Диалог, который должен быть честным и искренним... Диалог, который должен быть подкреплен чувством братского единства всех испанцев* [17.11.2016, речь на открытии XII сессии Парламента];

*Una sociedad que ha experimentado una transformación muy profunda... Una sociedad que ha hecho frente –y ha superado– situaciones muy difíciles con una serenidad y entereza admirables, demostrando una gran resistencia y madurez. Una sociedad, en fin, emprendedora y generosa, que desarrolla una gran creatividad y un liderazgo indiscutible en muchos campos... Общество, которое претерпело очень глубокую трансформацию... Общество, которое столкнулось – и преодолело – очень сложные ситуации с похвальным спокойствием и стойкостью, проявив большое сопротивление и зрелость. Общество, предприимчивое и щедрое, которое развивает большие творческие способности и бесспорное лидерство во многих областях...* [24.12.2019, рождественское послание].

Парцеллированные конструкции создаются за счет контактных повторов, которые образуют с точки зрения риторики анадиплозис (повторение элементов на границе двух речевых единиц), также свойственных в первую очередь публичным речам внутренней адресации:

(1) *Y me gustaría insistir esta noche también en la necesidad de que cuidemos y mejoremos en todo momento nuestra **convivencia**. Y la **convivencia** exige siempre, y ante todo, respeto. Я бы хотел в эту рождественскую ночь также подчеркнуть, что нам необходимо постоянно заботиться о нашем **мирном сосуществовании** и улучшать его. А **мирное сосуществование** всегда требует в первую очередь уважения* [24.12.2016, рождественское послание];

(2) *Permítanme comenzar expresándoles el gran honor que es para mí dirigirme a sus señorías y a todos ustedes en este acto conmemorativo del 40 aniversario de nuestra **Constitución**. Una **Constitución** cuya celebración merece el mayor reconocimiento de todas las instituciones del Estado...* Позвольте мне для начала сказать, что для меня является большой честью обратиться к многоуважаемым членам двух Палат и ко всем участникам этого памятного мероприятия, посвященного празднованию 40-летию нашей **Конституции**. **Конституции**, принятие которой заслуживает высочайшего признания всех государственных институтов [06.12.2018, речь по случаю празднования 40-летия принятия Конституции];

(3) *Nos va a hacer más fuertes como **sociedad**; una **sociedad** más comprometida, más solidaria, más unida. Мы станем более сильным **обществом**; **обществом** более ответственным, солидарным и сплоченным* [18.03.2020, речь в связи с пандемией коронавируса].

Контактные повторы могут также быть составной частью хиазматических конструкций (риторическая фигура, заключающаяся в крестообразном изменении последовательности элементов в двух параллельных рядах слов с целью обозначения ключевых слов сообщения). В приведенном ниже примере наречие интегративной семантики *juntos* (наряду с метафорической моделью «ИСПАНИЯ – это НАШ ДОМ») является инструментом реализации *тактики единения*:

*Es mucho, así pues, lo que hemos construido **juntos**, lo que **juntos** hemos avanzado. Мы многое построили **вместе**, **вместе** мы многого достигли* [24.12.2019, рождественское послание].

Кроме того, возможен вариант совмещения парцелляции и параллелизма в рамках одного смыслового единства (сочетание контактных и дистантных повторов):

*Y me gustaría insistir esta noche también en la necesidad de que cuidemos y mejoremos en todo momento **nuestra convivencia**. Y **la convivencia** exige siempre, y ante todo, **respeto**. **Respeto y consideración** a los demás, a los mayores, entre hombres y mujeres, en los colegios, en el ámbito laboral; **respeto** al entorno natural que compartimos y que nos sustenta. **Respeto y consideración** también a las ideas distintas a las nuestras. В эту рождественскую ночь мне хочется также подчеркнуть необходимость постоянного следования принципам **мирного сосуществования**. А **мирное сосуществование** прежде всего требует **уважения**. **Уважения** к окружающим, к старшим, между мужчиной и женщиной, в школе, на работе; **уважения** к окружающей среде, которая обеспечивает наше существование. **Уважения и признания** идей, отличных от наших* [24.12.2016, рождественское послание].

Таким образом, при дву- или трехкратном употреблении повторяемая лексема сопровождается распространяющими ее элементами. При этом основная прагматическая цель повтора (контактного и дистантного) в рамках парцеллированных, анафорических и параллельных конструкций заключается в более детальном представлении адресату важной для оратора информации.

С точки зрения прагматики высказывания повторы служат для а) расширения функционального образа реалии-референта (информативная функция); б) презентации различных граней образа реалии-референта (репрезентативная функция); в) интенсификации эмоционального участия говорящего в состоянии собеседника (контактоустанавливающая функция) (см. табл. 1).

В публичных речах внутренней адресации повторы, использующиеся для расширения функционального образа реалии-референта, являются средством реализации *стратегии самопрезентации*, при этом в качестве распространяющих данный образ элементов выступают прилагательные и придаточные определительные, которые, как указано в приведенном ниже примере, представляют функции современного монарха:

*[...] comienza el reinado de un **Rey constitucional**. Un **Rey** que accede a la primera magistratura del Estado de acuerdo con una **Constitución** que fue refrendada por los españoles y que es nuestra norma suprema desde hace ya más de 35 años. Un **Rey** que debe atenerse al ejercicio de las funciones que constitucionalmente le han sido encomendadas y, por ello, ser símbolo de la unidad y permanencia*

*del Estado, asumir su más alta representación y arbitrar y moderar el funcionamiento regular de las instituciones. Un Rey, en fin, que ha de respetar también el principio de separación de poderes... [...] начинается правление конституционного короля. Короля, который приходит к верховной власти в соответствии с Конституцией, одобренной испанцами и являющейся нашим главным законом более 35 лет. Короля, который должен выполнять функции, возложенные на него Конституцией, быть символом единства и стабильности государства, быть верховным представителем власти, контролировать и регулировать функционирование институтов. Короля, который также должен уважать принцип разделения властей...* [19.06.2014, коронационная речь].

Реалиями-референтами, чей образ получает функциональную детализацию в публичном дискурсе современного испанского монарха в рамках **информационно-интерпретационной стратегии** (тактика комментирования), могут также выступать Генеральные кортесы (нижняя и верхняя палаты Парламента Испании) или Конституция:

*Un acto solemne que supone el encuentro en las Cortes Generales, depositarias de la soberanía nacional en nuestra Monarquía Parlamentaria, entre los representantes del pueblo español y el Jefe del Estado... Unas Cortes Generales, aquí reunidas, que representan a todo el pueblo español... Торжественный акт, предполагающий встречу в Генеральных кортесах, являющихся оплотом национального суверенитета в нашей парламентской монархии, встречу представителей испанского народа и главы государства... Собравшиеся здесь Генеральные кортесы представляют весь испанский народ...* [03.02.2020, речь на открытии XIV сессии Парламента];

*Para caminar por esa senda tenemos la base más firme con la que España ha contado en nuestra más reciente historia: nuestra Constitución, que ha sido el lugar de encuentro de todos los españoles, de diferentes modos de entender y sentir España, con una inequívoca vocación integradora e incluyente a la vez que respetuosa con nuestra pluralidad y diversidad territorial. Una Constitución que nació del diálogo y el acuerdo, y también para el diálogo y el acuerdo; que nació proyectándose hacia el futuro como un marco político pactado y compartido para el desarrollo de nuestra vida colectiva en plenitud democrática. Чтобы идти по этому пути, мы имеем самую прочную основу за всю новейшую историю Испании: нашу Конституцию, которая стала местом встречи всех испанцев, по-разному понимавших и чувствовавших Испанию... Конституцию, которая появилась в результате диалога и согласия, а также ради диалога и согласия, которая появилась с проекцией на будущее в качестве согласованной и общей основы развития нашей коллективной жизни в зрелой демократии* [03.02.2020, там же].

Кроме того, в публичных речах внешней и внутренней адресации повторы служат для презентации различных граней образа реалии-референта (в этой роли выступают страна и общество) и соотносятся со **стратегией презентации страны**. При этом распространяющие образ элементы (прилагательные и придаточные определительные) представляют его – преимущественно аксиологические – характеристики с целью их констатации:

*[...] contar con una España leal y responsable hacia el proyecto europeo; con una España unida y orgullosa de su diversidad; con una España solidaria y respetuosa con el Estado de Derecho. [...] рассчитывать на Испанию, которая верна идеалам и несет ответственность перед европейским проектом; на Испанию, которая едина и гордится своим разнообразием; на Испанию, которая проявляет солидарность и уважает принципы правового государства* [07.10.2015, речь перед Европарламентом];

*Y todo ese gran cambio, todo ese gran salto sin precedentes en nuestra historia, ha sido posible gracias a una España abierta y solidaria, no encerrada en sí misma; una España que reconoce y respeta nuestras diferencias, nuestra pluralidad y nuestra diversidad...; una España inspirada en una irrenunciable voluntad de concordia. И все эти великие изменения, весь этот великий беспрецедентный скачок в нашей истории стал возможен благодаря Испании, открытой, солидарной, не замкнутой в себе Испании, которая признает и уважает наши различия, наш плюрализм*

*и наше разнообразие...; Испании, вдохновленной неизменной волей к гармонии* [24.12.2017, рождественское послание];

*Hemos sentido el pulso de **nuestra sociedad** que, pese a todo, ha mantenido a España en pie. Los dos tenemos en nuestra memoria la imagen viva de esos miles de ciudadanos que representan a **una sociedad** que se ha sentido más unida que nunca en su lucha y resistencia frente a una situación tan adversa; **una sociedad** que cuenta con organizaciones solidarias y eficaces para que nadie se sienta solo o desamparado; **una sociedad** que ha sobrellevado estos meses tan duros con entereza, responsabilidad y serenidad. Contamos, por tanto, con **una sociedad fuerte y también con un Estado sólido**. Мы почувствовали пульс **нашего общества**, которое, несмотря ни на что, позволяет Испании держаться на ногах. Королева и я храним в памяти живой образ тех тысяч граждан, представляющих **общество**, которое смогло, как никогда ранее, объединиться в борьбе и сопротивлении перед лицом такой неблагоприятной ситуации; **общество**, в котором есть эффективные функционирующие и помогающие другим организации, не позволяющие никому чувствовать себя одиноким или беспомощным; **общество**, которое выдержало эти тяжелые месяцы достойно, ответственно и спокойно. Соответственно, мы являемся частью **сильного общества**, а также мощного государства* [24.12.2020, рождественское послание].

В кризисные времена возникает необходимость интенсификации эмоционального участия государственного лидера в жизни нации, что находит отражение в публичных речах внутренней адресации. Примечательно, что эмотивы с положительной коннотацией (*orgullo, alegría, satisfacción*) употребляются лишь в исключительных случаях и не являются повторяющимися элементами. В представленном ниже примере лексический повтор является важнейшим ресурсом реализации *тактики обращения к эмоциям* (за счет эмотивов негативной коннотации *dolor* и *duelo*, явно выделяющихся в период пандемии коронавируса и представляющих собой феномен семантической эквивалентности) в рамках *стратегии формирования эмоционального настроения адресата* (при этом следует отметить и *тактику единения* – *no están solos, compartimos, el nuestro, todos nos reconocemos*):

*No están solos en su dolor; es un dolor que compartimos; su duelo es el nuestro, que aquí se hace presente ante todos los españoles. Dolor y duelo en los que también todos nos reconocemos... Они не одиноки в своей боли; мы разделяем их боль; их боль – наша боль, которую мы переживаем здесь вместе со всеми испанцами. Это боль и горе, которые мы испытываем все вместе...* [16.07.2020, речь памяти жертв коронавируса].

Кроме того, в публичном дискурсе испанского монарха к числу повторяющихся лексем-эмотивов негативной семантики относятся *preocupación* и *inquietud*, служащие еще одним примером явления семантической эквивалентности:

*Sé muy bien que en Cataluña también hay mucha preocupación y gran inquietud con la conducta de las autoridades autonómicas. Я прекрасно знаю, что в Каталонии сейчас тоже наблюдается серьезное беспокойство и волнение в связи с поведением местных властей* [03.10.2017, речь по случаю каталонского кризиса];

*[...] pero los actuales son, sin duda, tiempos de mucha incertidumbre, de cambios profundos y acelerados en muchos ámbitos que provocan en la sociedad preocupación e inquietud, tanto dentro como fuera de nuestro país... [...] нынешние времена, без сомнения, отличаются большой неопределенностью, глубокими и стремительными изменениями во многих областях, которые вызывают беспокойство и волнение как внутри, так и за пределами нашей страны* [24.12.2019, рождественское послание].

С учетом сделанных наблюдений становится очевидным, что лексические повторы являются характерной чертой выступлений испанского монарха в первую очередь перед национальной аудиторией. В речах внешней адресации данный ресурс является не средством речевого воздействия, а лишь инструментом когезии текста. С точки зрения прагматики лексические повторы помогают в процессе реализации коммуникативных стратегий и тактик прежде всего в публичных речах внутренней адресации, нацеленных на активное продвижение конкретных

идей и образов при помощи соответствующего эмоционального и оценочного сопровождения (особую роль приобретают дескриптивные и оценочные прилагательные).

Все вышеперечисленные функции лексических повторов (информативная, репрезентативная и контактоустанавливающая) представляют собой вариации более общих значимых для политического дискурса функций: *суггестивной*, *коммуникативной* и *экспрессивной*. Основной функцией в публичном дискурсе испанского монарха является *суггестивная* – в ее реализации принимают участие все рассмотренные ранее виды повтора. *Коммуникативная* функция осуществляется за счет тавтологических повторов в составе параллельных, анафорических и парцелированных синтаксических конструкций; их задача заключается в структурировании устного текста и упрощении его восприятия. В реализации *экспрессивной* функции (за счет тавтологического повтора и семантически эквивалентных повторов) принимают участие в основном лексемы-эмотивы, призванные передать эмоциональное напряжение общества, находящее сочувствие у оратора, разделяющего переживания сограждан.

### Заключение

В публичном дискурсе испанского монарха Филиппа VI лексические повторы являются традиционным ресурсом речевого воздействия. В статье предлагается их типология с точки зрения *семантики повторяющихся лексем*, *синтаксического макроконтекста* и *прагматического контекста*. Особая роль принадлежит *идеологемам, отражающим государственное устройство*, и *идеологемам интегративной семантики*, использование которых непосредственно соотносится с *аргументативной стратегией*, призванной обосновать традиционно установленные нормы и модели поведения, а также ценности, обеспечивающие стабильность государства. Еще одним важным повторяющимся элементом выступают *местоимения интегративной семантики*, которые подчеркивают идею необходимости коллективных усилий с целью достижения общих задач по развитию страны в рамках *тактики единения* (составляет *стратегию формирования эмоционального настроения адресата* согласно терминологии О. Н. Паршиной).

Повторяющиеся в королевских публичных речах *внутренней адресации* прилагательные, используемые в рамках *информационно-интерпретационной стратегии и стратегии формирования эмоционального настроения*, можно разделить на две группы, каждая из которых включает две разновидности: *дескриптивные* (1) характеризующие основы государственности; 2) обозначающие новый этап развития страны) и *оценочные* (1) описывающие образ нации; 2) транслирующие проблемность ситуации). Среди них особо выделяются *оценочные прилагательные*, моделирующие отношение адресата к событиям и фактам (согласие или неприятие) и создающие основу для однозначного восприятия действительности.

С точки зрения *синтаксического макроконтекста*, лексический повтор используется в параллельных (за счет дистантного повтора), анафорических (за счет дистантного повтора) и парцелированных (за счет контактного повтора) конструкциях. При этом *дистантные* и *контактные повторы* свойственны в первую очередь публичным речам внутренней адресации, в которых сложноподчиненные предложения задают синтаксическую рамку для реализации коммуникативного намерения оратора (уточнение, разъяснение, аргументация и убеждение).

Цели использования лексического повтора в публичных выступлениях Филиппа VI сводятся к (а) *расширению функционального образа реалии-референта* (монарха в рамках *стратегии самопрезентации*, Генеральных кортесов и Конституции в рамках *информационно-интерпретационной стратегии*), (б) *презентации различных граней образа реалии-референта* (страны и общества) в рамках *стратегии презентации страны* и (в) *интенсификации эмоционального участия говорящего в состоянии собеседника* (проявление сочувствия и поддержки) в рамках *стратегии формирования эмоционального настроения адресата*.

## Список литературы

- Афанасенко Е. В.** Семантический повтор в политическом дискурсе (на материале русского и английского языков): Дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2006. 265 с.
- Багана Ж., Бочарова Э. А.** Языковые средства персуазивной коммуникации в предвыборном политическом дискурсе (на материале предвыборных кампаний в России и США 2007–2008 гг.) // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика, 2009. № 2. С. 5–10.
- Вольф Е. М.** Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985. 228 с.
- Лосева Л. М.** Как строится текст. М.: Просвещение, 1980. 98 с.
- Матвеева Е. А.** Лексический повтор в рекламном тексте: особенности использования, стилистические возможности // Омск. науч. вестник. Серия: Филологические науки, 2013. № 3 (119). С. 144–146.
- Никашина Н. В., Попова А. О.** Типология повторов в выступлениях Маргарет Тэтчер // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2015. № 4. С. 202–207.
- Раевская М. М., Селиванова И. В.** Рождественские речи испанских монархов как ритуальный жанр институционального дискурса в сопоставительном аспекте // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2020. Т. 18. № 1. С. 57–70.
- Раевская М. М., Селиванова И. В.** Метафорическое моделирование действительности в публичном дискурсе испанского монарха Филиппа VI // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2023. Т. 21. № 1. С. 131–144.
- Селиванова И. В.** Идеологемы как ресурс речевого воздействия в публичном дискурсе испанской монархии // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2022. Т. 20. № 3. С. 51–63.
- Селиванова И. В.** Коммуникативные стратегии в публичных выступлениях испанского монарха Филиппа VI перед международным сообществом // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2020. Т. 18. № 4. С. 122–132.
- Симонян А. А.** Лексический повтор в свете теории политического дискурса // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки, 2005. № S7. С. 104–111.
- Уланова К. Л.** Значение повтора как речевой формы категории тождества в ораторской речи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2015. № 10-2. С. 221–223.
- Шаховский В. И.** Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М.: URSS, 2019. 206 с.
- García-Ramos A.** Los mensajes navideños de la monarquía española en el siglo XXI: ¿un reflejo de los principales problemas del país? *SOCIOLOGIADOS. Revista de Investigación Social*, 2016, no. 2, p. 15–50. (in Span.)
- Ventero Velasco M.** Los mensajes de Navidad del Rey. Madrid, La Ley, 2010, 440 p. (in Span.)

## References

- Afanasenko E. V.** Semantic repetition in political discourse: exemplified through Russian and English: Dissertation ... PhD in Linguistics. Saratov, 2006, 265 p. (in Russ.)
- Bagana J., Bocharova E. A.** The linguistic means of persuasive communication in the election campaign discourse. *Vestnik RUDN. Series: Linguistics*, 2009, no. 2, pp. 5–10. (in Russ.)
- García-Ramos A.** Los mensajes navideños de la monarquía española en el siglo XXI: ¿un reflejo de los principales problemas del país? *SOCIOLOGIADOS. Revista de Investigación Social*, 2016, no. 2, pp. 15–50. (in Span.)
- Loseva L. M.** How to build a text. Moscow, Prosveshchenie Publ., 1980. 98 p. (in Russ.)
- Matveeva E. A.** Lexical repetition in advertising texts: usage and stylistic possibilities. *Omsk Scientific Bulletin. Series: Philological Sciences*, 2013, no. 3 (119), pp. 144–146. (in Russ.)

- Nikashina N. V., Popova A. O.** Typology of repetitions in Margaret Thatcher's political speeches. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2015, no. 4, pp. 202–207. (in Russ.)
- Raevskaya M. M., Selivanova I. V.** Metaphorical Modeling of Reality in Public Discourse of the Spanish Monarch Felipe VI. *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2023, vol. 21, no. 1, pp. 131–144. (In Russ.)
- Raevskaya M. M., Selivanova I. V.** The Spanish King's Christmas Messages as a ritual genre of institutional discourse: a comparative study. *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 1, pp. 57–70. (in Russ.)
- Selivanova I. V.** Communicative Strategies and Tactics in the Spanish King Felipe VI's Public Speeches. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 4, p. 122–132. (in Russ.)
- Selivanova I. V.** Ideologemes as a speech influence tool in public discourse of the Spanish monarchy. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2022. vol. 20, no. 3, pp. 51–63. (in Russ.)
- Shakhovsky, V. I.** Categorization of emotions in the lexico-semantic system of language. Moscow, URSS Publ., 2019. 206 p. (in Russ.)
- Simonyan A. A.** Lexical repetition in the theory of political discourse. *University news. North-Caucasian region. Series: Humanities*, 2005, no. S7, pp. 104–111. (in Russ.)
- Ulanova K. L.** The importance of repetition as a speech form of the identity category in public discourse. *Humanitarian, socio-economic and social sciences*, 2015, no. 10-2, pp. 221–223. (in Russ.)
- Ventero Velasco M.** Los mensajes de Navidad del Rey. Madrid, La Ley, 2010, 440 p. (in Span.)
- Volf E. M.** Functional Evaluation Semantics. Moscow, Nauka Publ., 1985. 228 p. (in Russ.)

### Информация об авторе

**Селиванова Ирина Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент Школы иностранных языков НИУ ВШЭ

### Information about the Author

**Irina V. Selivanova**, Associate Professor, National Research University “Higher School of Economics”, Moscow, Russian Federation

*Статья поступила в редакцию 23.02.2023;  
одобрена после рецензирования 14.01.2024; принята к публикации 12.04.2024*

*The article was submitted 24.05.2023;  
approved after reviewing 14.01.2024; accepted for publication 24.05.2024*

Научная статья

УДК 81.255

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-73-83

## Вербальные составляющие киноафиши как единицы межкультурной коммуникации

Анна Леонидовна Соломоновская<sup>1</sup>

Хэ Цзиньюй<sup>2</sup>

Новосибирский государственный университет

Новосибирск, Россия

<sup>1</sup>asolomonovskaya@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8300-6691>

<sup>2</sup>1499142603@qq.com, <https://orcid.org/0009-0003-9062-5273>

### Аннотация

Статья посвящена изучению вербальных составляющих киноафиш как единиц межкультурной коммуникации. Рассматриваются основные способы трансформации различных вербальных составляющих киноафиш при переносе в другую лингвокультуру. Вербальные составляющие киноафиши включают название фильма, подзаголовок, перечисление создателей фильма и актеров, иногда указание на награды, полученные режиссером и наиболее успешные фильмы. Центральным вербальным компонентом киноафиши является название фильма, поэтому его адекватная передача является наиболее важной задачей переводчика.

### Ключевые слова

вербальные составляющие, киноафиша, межкультурная коммуникация, перевод, трансформация

### Для цитирования

Соломоновская А. Л., Хэ Цзиньюй. Вербальные составляющие киноафиши как единицы межкультурной коммуникации // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 73–83. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-73-83

## Verbal Components of Movie Posters as Units of Intercultural Communication

Anna L. Solomonovskaya<sup>1</sup>, He Jingyu<sup>2</sup>

Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation

<sup>1</sup>asolomonovskaya@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8300-6691>

<sup>2</sup>1499142603@qq.com, <https://orcid.org/0009-0003-9062-5273>

### Abstract

The article discusses verbal components of movie posters as units of intercultural communication. We consider the main means of transformation of various verbal components of movie posters in the process of intercultural transfer. The verbal components of a movie poster include the title of the film, the subtitle, the main participants of the film crew and sometimes the information about the director's previous achievements (blockbusters and awards). The central verbal component of a movie poster is the title of the film, that is why its adequate translation proves to be extremely important.

© Соломоновская А. Л., Хэ Цзиньюй., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3  
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

*Keywords:*

verbal components; movie posters; intercultural communication; transformation; translation

*For citation*

Solomonovskaya A. L., He Jingyu. Verbal Components of Movie Posters as Units of Intercultural Communication. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 73–83. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-73-83

## Введение

Киноафиша рассматривается как единица межкультурной коммуникации, если фильм является иноязычным и принадлежит другому лингвокультурному сообществу. Вербальные составляющие киноафиши представляют собой заголовочный текст, реализующий авторский замысел и обладающий цельностью и связностью. Заголовочный текст обеспечивает связи текста, т. е. связь составляющих текста друг с другом, и связь между автором и реципиентом [Крылова, 2006. С. 218].

Название фильма рассматривается как сложный образно-семантический центр, связанный с эмоциональным, психологическим, культурным фактором, оно также является компрессией и генерализацией содержания фильма, при переводе названия фильмов российские переводчики наиболее часто используют прямой перевод, трансформацию названия и замену названий фильмов. Подзаголовок на киноафише чаще всего интерпретирует название и обозначает сюжет фильма. При переводе подзаголовка применяется буквальный перевод в соответствии с оригинальным подзаголовком или адаптируется оригинальный подзаголовок, основываясь на содержании фильма. Элементами киноафиши также являются поименные списки создателей фильма и актеров, при переводе которых переводчик чаще всего выбирает транскрипцию в качестве основного переводческого приема. Названия выпускающей фильм кинокомпании не переводятся, а используются в оригинальной форме. Обычно выпускающие фильм кинокомпании имеют свои собственные постоянные символы.

## Киноафиши в межкультурной коммуникации

Понятие «межкультурная коммуникация» впервые появилось в работе Г. Трейгера и Э. Холла «Культура и коммуникация. Модель анализа». В случае межкультурной коммуникации адресант и адресат информации принадлежат разным лингвокультурным сообществам. Межкультурное различие понимается как различия вербальных и невербальных кодов представителей разных лингвокультурных сообществ. Теория межкультурной коммуникации считается относительно новой областью изучения, хотя сам межкультурный контакт восходит к древним временам, когда насильственные меры часто использовались для преодоления межкультурных различий [Леонтович, 2003. С. 5]. Межкультурная коммуникация может быть непосредственной, т. е. осуществляться в прямом контакте между представителями разных культур, и опосредованной, например при чтении представителем одной культуры произведения, написанного в рамках другой, или при просмотре кинофильма из другой лингвокультуры. Отдельным видом межкультурной коммуникации является перевод, так как переводчик выступает посредником между культурами и должен обладать знанием об обеих культурах и уметь переключать коды с сохранением прагматической цели высказывания, а в идеале и эстетического аспекта переводимого текста.

«В современной межкультурной коммуникации постоянно возрастает роль креолизованных текстов, где иконические средства наряду с вербальными воспроизводят картину мира, шкалу ценностей, эстетические идеалы нации» [Анисимова, 2003. С. 94]. Несомненно, что киноафиша представляет собой типичный креолизованный текст, состоящий из вербаль-

ного и невербального компонентов [Сорокин, Тарасов, 1990. С. 180–181], однако вербальный компонент может существовать и рассматриваться автономно.

Вербальные составляющие киноафиши представляют собой комплекс текстов, включающий в себя название фильма, слоган фильма или подзаголовок, фамилии создателей фильма и актеров. Все эти элементы вместе с изображением на афише и паравербальными элементами (формой и цветом шрифта) отражают авторский замысел и обладают цельностью и связностью [Анисимова, 2003. С. 17]. Этот комплекс далее мы будем называть «заголовочным текстом» вслед за О. И. Александровой. Заголовочный текст обеспечивает связность текста, т. е. связь составляющих текста между собой и контакт между автором и реципиентом. Автор передает информацию посредством слов, изображений, цвета и т. д. Реализация передачи требует соответствия фоновых знаний автора и реципиента [Александрова, 2017. С. 1193]. При перемещении киноафиши в другую культуру такого соответствия не наблюдается и может привести к неадекватному прочтению сообщения киноафиши или ее изменению.

Как уже упоминалось, киноафиша рассматривается как единица межкультурной коммуникации, если фильм является иноязычным и принадлежит другому лингвокультурному сообществу. В процессе перевода самого фильма (декодирования и рекодирования в новой лингвокультурной среде) интерпретант (переводчик) прежде всего декодирует текст фильма и вносит собственное понимание содержания и героя, после этого он кодирует это понимание вербальными и невербальными средствами переводящей лингвокультуры и передает его зрителю. Качество перевода основывается на фоновых знаниях, уровне переводческого профессионализма и языковом вкусе интерпретанта [Александрова, 2017. С. 1194].

В киноафише при принадлежности представителей к разным лингвокультурным сообществам смыслы, представления и интенция автора необходимо передавать с помощью промежуточного звена – переводчика, который декодирует и адаптирует их в соответствии с языковыми и культурными знаниями реципиента. В процессе передачи переводчик прежде всего является реципиентом, что может привести к изменению смыслового центра, однако перевод обычно соответствует содержанию фильма. Функция киноафиши – создать мотивацию к просмотру фильма, а значит – подчеркнуть его наиболее привлекательную сторону. Читая афишу, зритель из иного лингвокультурного сообщества получает информацию о малой части содержания, декодирует ее и в результате решает, смотреть или не смотреть фильм. Если потенциальный зритель, принадлежащий к иной лингвокультуре, решил смотреть фильм, это значит, смыслы, представления и интенция автора киноафиши (а в идеале и автора фильма) переданы верно, таким образом, осуществлен акт межкультурной коммуникации.

Принципы выборки были следующими: рассматривались фильмы, имеющие подзаголовок за 100 лет. Выбрано 162 названия фильмов с подзаголовками, которые разделены на группы по способу перевода. Основные результаты размещены в заключительной части статьи и представлены в виде диаграммы. Самые интересные случаи будут рассмотрены подробно.

### **Перевод названий фильмов на киноафишах**

Перевод рассматривается как процесс межъязыковой и межкультурной коммуникации [Бреус, 2001. С. 31]. Межкультурная коммуникация реализуется благодаря переводу вербальных компонентов с опорой на буквальный и вольный перевод. Центральным вербальным компонентом является название фильма. Иногда для названия фильма существует прототип, например пословица, поговорка, крылатое выражение на исходном языке или другой прецедентный феномен. Такой прототип облегчает процесс восприятия названия фильма реципиентом из того же культурного сообщества, являясь пересечением фоновых знаний автора с фоновыми знаниями реципиента, а также вовлекает реципиента в своего рода языковую игру, повышая тем самым интерес к рекламируемому фильму. При переносе киноафиши в другую

культуру такое пересечение может быть утрачено, что может привести к необходимости изменить название, устранив наблюдаемую лакуну.

Популярность фильма в большой степени зависит от его названия, поскольку запоминающееся название может привлечь внимание аудитории больше, чем само содержание или список актеров [Сакаева, Ермоленко, 2020. С. 4].

Название фильма рассматривается как сложный образно-семантический центр, связанный с эмоциональным, психологическим, культурным факторами, оно также является компрессией и генерализацией содержания фильма, как правило, оно обладает емкой формой, выражает тему фильма и фокусирует внимание адресата, реализуя рекламную функцию. Название фильма напрямую связано с его содержанием, и в свою очередь, самостоятельно образует смысловой центр.

Название фильма рассматривается как имя собственное в результате его особой знаковой природы, оно не только отражает содержание фильма, жанровые характеристики, но и имеет автономность, т. е. обобщает содержание фильма и опирается не только на сюжет, но и на картину мира потенциального зрителя.

Название фильма, по сути, имеет специфику: «...оно может существовать отдельно от фильма и обладать относительной автономией, оно представляет собой своего рода квинт-эссенцию образа-смысла, которое в значительной степени определяет его важность для самого фильма и значимость его адекватного перевода для инокультурной аудитории» [Горшкова, 2014. С. 32].

Перевод названий кинофильмов, как правило, относится к сфере художественного перевода, в то же время перевод должен быть максимально приближен к оригинальному тексту, чтобы носитель языка и иноязычный зритель понимали фильмы одинаково. В рамках перевода названий кинофильмов иногда одновременно существуют некоторые неофициальные варианты.

При переводе названия фильмов российские переводчики наиболее часто используют четыре стратегии: 1) транслитерация и транскрипция; 2) прямой перевод; 3) трансформация; 4) комбинации разных типов (например транскрипция и прямой перевод, транскрипция и замена).

### 1. Транслитерация и транскрипция

В настоящее время большое количество английских лексических единиц заимствуется русским языком. К одним из основных способов введения иноязычных слов относятся транскрипция и транслитерация [Ибрагимова, 2015. С. 90]. При переводе названия применяются транслитерация и транскрипция с английского на русский (иногда с минимальными изменениями). Среди 162 отобранных нами киноафиш 33 единицы относятся к транслитерации и транскрипции, что составляет 20,4 %.

При транслитерации передается средствами переводящего языка графическая форма (буквенный состав) слова исходного языка, а при транскрипции – его звуковая форма [Бархударов, 1975. С. 96]. Часто название фильма представляет собой имя главного героя, как правило, это знакомое зрителю прецедентное имя («Evita» – «Эвита», «Hannah Arendt» – «Ханна Арендт», «Steve Jobs» – «Стив Джобс», «Anna Karenina» – «Анна Каренина»), иногда с небольшой адаптацией, например *Amadeus* – «Амадей». В этих случаях предполагается знакомство потенциального зрителя с данным персонажем и определенный интерес к нему, хотя и не всегда этот расчет оправдывается. Например, фильм «Warcraft» (русс. «Варкрафт») адаптирован по одноименной игре, и это может привлечь зрителя, хотя сам фильм разочаровал поклонников этой игры, если судить по их отзывам в Интернете, а также скромному финансовому успеху картины – по данным сайта <https://www.boxofficemojo.com/title/tt3748528/>, он собрал 439 миллионов долларов, тогда как вышедший в том же году фильм «Rogue 1: A Star Wars Story» собрал в мировом прокате более миллиарда долларов.

По мере укрепления связей между представителями разных лингвокультурных сообществ языка обогащаются заимствованиями из более влиятельной на данный момент лингвокультуры. В русском языке, в частности, существует множество заимствований из английского языка. В нынешнее время большое количество перевода названий западных фильмов основывается на транслитерации, например, «Avatar» – «Аватар» (это слово в значении «персонаж компьютерной игры» и еще более раннем – «инкарнация божества» появилось в русском языке раньше, чем был снят одноименный фильм). Другой пример – «The Lobster» – «Лобстер». Перевод с помощью такого заимствования обеспечивает точность восприятия, а также снижает ущерб общему смыслу, тем самым воссоздавая единство содержания и формы оригинала.

## 2. Прямой перевод

Прямой перевод – это перевод, воспроизводящий содержание оригинала на одном из уровней эквивалентности [Комиссаров, 2002. С. 148]. В нашем исследовании прямой (или точный) перевод составляет 59 единиц (36 %). Таким образом, можно предположить, что это наиболее часто используемая переводчиками стратегия при переводе названий фильмов. В процессе перевода переводчик находит соответствующие слова, словосочетания или предложения на языке перевода, основываясь на значении исходного текста. Такая стратегия перевода обычно используется в ситуации, когда представители разных лингвокультурных сообществ обладают общими фоновыми знаниями. Например, название фильма «Unsanе» переведено в русском названии «Не в себе», название «The Green Inferno» передано как «Зелёный ад», «The Day After Tomorrow» – «Послезавтра», «The Words» – «Слова», «Jurassic World: Fallen Kingdom» – «Мир юрского периода: Павшее королевство», «Mad Max: Fury Road» – «Безумный Макс: Дорога ярости», «Get out» – «Прочь», «Inception» – «Начало», «The Favourite» – «Фаворитка» и т. д.

## 3. Трансформация

Трансформация – основа большинства приемов перевода. Она заключается в изменении формальных или семантических компонентов исходного текста при сохранении информации, предназначенной для передачи [Миньяр-Белоручев, 1999. С. 74]. Часто авторы названия рассчитывают на знакомство потенциального зрителя с прецедентным именем, текстом, высказыванием или ситуацией, которые легли в основу названия фильма. При переносе кинопродукта в новую лингвокультурную среду этот расчет не всегда оправдан. Поэтому переводчикам приходится изменять название фильма таким образом, чтобы оно отвечало фоновым знаниям реципиента принимающей культуры.

На основе рассмотренных примеров (162 киноафиши) мы выявили, что трансформация составляет 24 % (38 единиц). Трансформацию можно разделить на частичную, включая добавления (10 единиц) и расшифровки (1 единица), и полную (27 единиц).

*Частичная трансформация.* В процессе перевода в названии переводчик может добавлять некоторые элементы к прямому (точному) переводу. В частности, добавление других элементов способствует быстрому восприятию и пониманию аудиторией или отражению жанровых характеристик. Например, название фильма «Skyfall» переведено в русском названии «007: Координаты "Скайфолл"», добавление лексических элементов (общеизвестный код *Джеймса Бонда*, («агент 007»), а также слова «координаты», связанного с разного рода военными операциями) обусловлено необходимостью объяснения названия для привлечения русского зрителя. Английское название «City Lights» переведено на русский язык как «Огни большого города», переводчик добавляет прилагательное «большой», передавая таким образом значение английского слова *city*.

Иногда интерпретант не переводит оригинальное название, а добавляет слоган, который объясняет название фильма и обрисовывает его сюжет, в данном случае чаще всего оригинальное название в фильме имеет особенное значение. Например, название американского фильма «CODA» (аббревиатура *Child of deaf adult*) передается с расшифровкой-переводом: «CODA: Ребёнок глухих родителей». Такое название не только передает содержание фильма, но и указывает на существование особой группы детей.

В процессе перевода в целях более эффективного ознакомления зрителя с содержанием и жанром фильма переводчику необходимо заменять название оригинала именами собственными или несколько видоизменять имена собственные в составе названия. Например, название фильма на английском языке «*Becoming Jane*», при переводе в русском прокате звучит как «Джейн Остин». Вероятно, для англоязычной аудитории, сочетание вербальной части афиши (имя Джейн, имя как самой писательницы, так и одной из героинь ее самого знаменитого романа «Гордость и предубеждение») и иконического элемента постера (изображение мужчины и женщины в одежде конца XVIII века) однозначно указывают на содержание фильма – биографию Джейн Остин. Русскоязычному зрителю понадобилось более четкое указание – полное имя писательницы.

В названии «*The Shawshank Redemption*», слово *redemption* имеет двоякое значение. С одной стороны, главный герой Энди помогает своим друзьям в тюрьме, обучает их, строит библиотеку. С другой стороны, хотя он и не убивал свою жену, он чувствует себя виновным в ее смерти, это его собственное искупление. На русский язык переведено как «Побег из Шоушенка», замена *redemption* (на русском «искупление, спасение, выкуп»), словом «побег» точнее описывает сюжет фильма.

*Полная трансформация.* Подобная стратегия наблюдается и при передаче на русский язык названия фильма «*The Theory of Everything*», которое в русском прокате передается как «Вселенная Стивена Хокинга». В переводе присутствует имя героя (по-видимому, очевидное для британского зрителя, так как название фильма само по себе отсылает к одной из книг британского физика и философа). Книга Стивена Хокинга «*The Theory of Everything*» на русском переведена как «Теория Всего». Переводчик не рассчитывает на знакомство зрителя с этой книгой, поэтому в русском названии фильма присутствует и сам автор книги, и главный герой фильма, и собственно предмет его исследований (Вселенная).

Фильм «*Before the Devil Knows You're Dead*» на русский язык переведен как «Игры дьявола», «*Before the Devil Knows You're Dead*» – часть старого ирландского выражения-пожелания «*May you be in heaven a full half-hour before the devil knows you're dead*», в переводе она звучит так: «Постарайся проскочить в рай за полчаса до того, как о твоей смерти узнает дьявол». Это пословица не знакома российской аудитории, поэтому переводчик трансформирует название в «Игры дьявола», и таким образом переведенное название отражает жанровую характеристику – криминальный триллер. Комедия «*Flipped*» на русском звучит как «Привет, Джули!». Английское слово *flipped* на сленге означает «прийти в экстаз» или «очень взволноваться», для восприятия русским зрителем переводчик вносит имя героини в название фильма, а также добавляет неформальное приветствие. Однако этот перевод нельзя считать удачным, так как утрачена важная часть смысла, а именно апелляция к эмоциям героини. Триллер «*Zero Dark Thirty*» в русском прокате фильм известен как «Цель номер один», «*Zero Dark Thirty*» – это военный термин, использующийся для обозначения точного времени, вероятно, времени осуществления операции, однако не известен большинству зрителей, поэтому использовано название «Цель номер один», которое указывает на центральную фигуру.

#### 4. Комбинации разных типов

Иногда при переводе названий выбирается комбинированный подход, который включает в себя две различные стратегии перевода, чтобы переведенный текст был максимально прибли-

жен к оригиналу и понятен представителям разных лингвокультурных сообществ. Комбинированный подход насчитывает 32 единицы (20 %) в выбранных нами киноафишах. Например: название фильма «Ant-Man and the Wasp: Quantumania» переведено на русский язык как «Человек-муравей и Оса: Квантомания», при переводе сочетается транскрипция (quantumania – квантомания) с прямым переводом (Ant-Man and the Wasp – Человек-муравей и Оса). «Meg 2: The Trench» в русском прокате звучало как «Мег 2: Бездна», используются транскрипция (Meg – Мег) и замена (*the trench* («ров») на русское слово «бездна», основным значением которого является «пропасть, крутой, глубокий обрыв»), также название «Uncharted» на русский переведено как «Анчартед: на картах не значится», в данном случае переводчик объединяет транскрипцию (Uncharted – Анчартед) и перевод с дополнением (добавляется «на картах не значится») и т. д.

### Перевод подзаголовков на киноафишах

На киноафише также может находиться подзаголовок в качестве важной составляющей заголовочного текста. Подзаголовок выполняет информационную, аттрактивную и рекламную функции, а также функцию антиципации. Использование подзаголовка на киноафише чаще всего интерпретирует название и указывает на сюжет фильма. При переводе применяется буквальный перевод в соответствии с оригинальным подзаголовком или адаптируется оригинальный подзаголовок, основываясь на содержании фильма.

#### 1. Прямой перевод

В нашей выборке (162 комбинации названия и подзаголовка) в 17 % случаев (28 единиц) при переводе подзаголовка использован прямой перевод. Приведем несколько примеров:

- 1) подзаголовок *Welcome to a world without rules* на киноафише «The Dark Knight» в русском варианте звучит как *Добро пожаловать в мир без правил*;
- 2) подзаголовок биографического фильма «Spotlight»: *Read between the lines* переводится на русский как *Читай между строк*;
- 3) подзаголовок триллера «The Invasion»: *Do not trust anyone do not show emotion do not fall asleep* на русский язык переведен как *Никому не верь, ни на что не реагируй и не спи*;
- 4) на киноафише биографического фильма «The Social Network» его подзаголовок *You don't get to 500 million friends without making a few enemies* на русский переведен как *Нельзя завести 500 миллионов друзей, не нажив ни одного врага*;
- 5) подзаголовок фильма ужасов «Hereditary» *Every family tree hides a secret* в русском прокате переведен как *У каждой родословной есть свои тайны* и т. д. В данном случае при переводе не происходит смещения образа и смыслового центра подзаголовка в значительной степени, и в процессе трансляции точно отражаются авторская интенция и оригинал.

#### 2. Трансформация

Пересечение подзаголовка с образно-смысловым центром фильма основывается на реализации авторского замысла. В случае если принадлежность текста к другой культуре препятствует пониманию замысла автора, то данный текст должен интерпретироваться переводчиком для зрителя; в процессе декодирования и адаптации образ и смысловой центр подзаголовка может измениться, но переведенный подзаголовок будет четко выражать содержание фильма (в нашем материале всего 134 единицы, составляет 83 %).

Возьмем, к примеру, киноафишу к научно-фантастическому фильму «Interstellar». Ее подзаголовок *The end of earth will not be the end of us* трансформируется на русский как *Следующий*

*шаг человечества станет величайшим*. В английском варианте смысловой центр достаточно пессимистического подзаголовка – слово *us* (русс. *нас*), земля разрушена, но мы, человечество, еще живы, применение отрицательной конструкции акцентирует внимание на том, что конец планеты не означает окончательной гибели человечества. При переводе на русский язык наблюдается замена отрицательной конструкции оригинала («не будет») утверждением («станет»), а также другое лексическое наполнение («конец» (земли, человечества) меняется на «величайший шаг») меняет идеологическое наполнение киноафиши – напоминание об ответственности человека за благополучие планеты становится «гимном» его достижениям.

Рассмотрим фильм «42». Его название является отсылкой к номеру майки героя, и на афише представляется подзаголовок на английском *In a game divide by color, he made us see greatness*, в котором два смысловых центра – слова *color* (отсылающее к борьбе с расизмом) и *greatness* (русс. *величие*), показывающее успехи главного героя. В фильме может рассказываться как о спортивных достижениях, так и об успехах героя в борьбе с расизмом. В русском прокате подзаголовок адаптируется как «Вы снова поверите в героизм», в данном случае субъект изменяется с *he* (русс. *он*) на «вы», т. е. «зрители», смысловым центром становится «героизм», интерпретант (переводчик) не обнаруживает дальнейший сюжет фильма (связанный с проблемой расизма), а особое внимание обращает на личные качества главного героя.

Подзаголовком криминального триллера «Before the Devil Knows You're Dead» является *No one was supposed to get hurt*, в английском подзаголовке использовано побудительное предложение, эксплицитно выражающее «каждому следует быть добрым к другим» (модальная форма *was supposed to* имплицитно указывает на нереализованность таких «благих намерений»), а в русском прокате подзаголовок трансформируется: *Мы убиваем тех, кем дорожим...*, переводчик эксплицитно указывает содержание английского подзаголовка. Применение глагола «убивать» отражает жанровые характеристики фильма (фильм ужасов). Переводчик в данном случае применяет антонимический перевод.

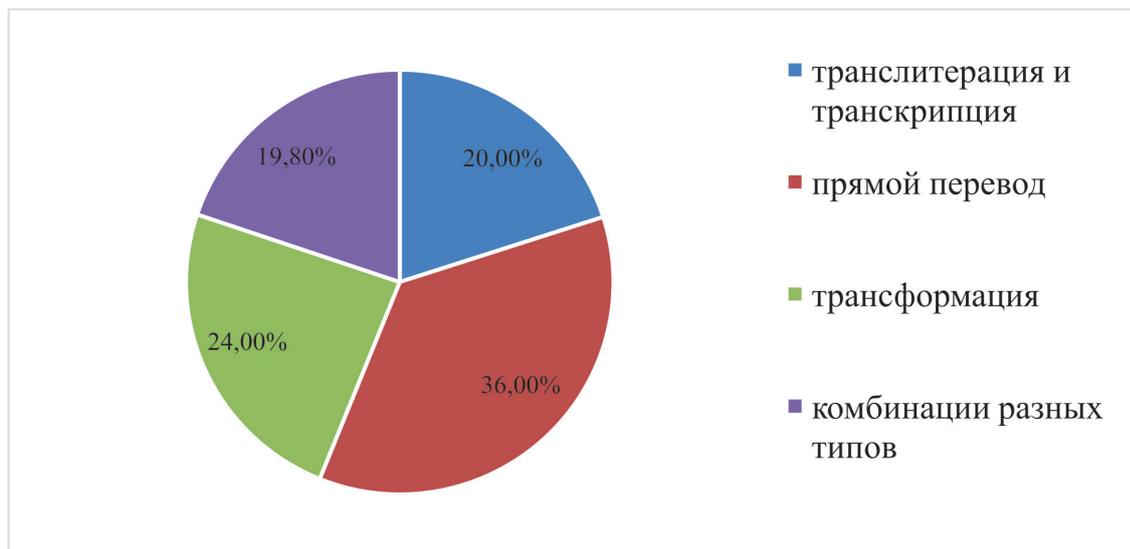
Как было изложено выше, при переводе подзаголовка образ и смысловой центр может измениться, что приводит к искаженному отражению авторского замысла на афише. Как правило, в соответствии с культурной принадлежностью реципиента и жанровыми характеристиками переводчик вносит собственное понимание в текст, но, в целом, адаптируемый подзаголовок соответствует содержанию фильма.

### Перевод списков создателей фильма и актеров на киноафишах

Элементом киноафиши также является перечисление создателей фильма и актеров, однако эти составляющие киноафиши чаще всего не являются объектом исследований лингвистов. Перечисление создателей фильма и актеров на киноафише выполняет аттрактивную и рекламную функции, успех фильма в значительной степени зависит не только от сценария, но и от популярности и известности актеров и режиссеров. Популярность и известность подчеркивается апелляцией к предыдущим успешным фильмам или наградам, полученным режиссером или актерами. Например, на киноафише фильма «Zero Dark Thirty», представлено предложение *From the academy award – winning writer and director of The Hurt Locker*, которое описывает достижения сценариста и режиссера, и выполняет аттрактивную функцию, так как описание предшествующих заслуг авторов фильма – своего рода гарантия качества нового продукта.

Группа создателей фильма и актеров присутствует на афише вместе с названием и подзаголовком, соответственно, переводчику приходится их декодировать. В данном случае при переводе имен актеров и режиссеров, как правило, переводчик чаще всего выбирает транскрипцию в качестве основного переводческого приема, но часто сокращая имя до такого варианта, который принят в принимающей культуре. Например, *Anne Jacqueline Hathaway* на русский часто переводится как *Энн Хэтвэй*, *Leonardo Wilhelm DiCaprio* – *Леонардо ДиКаприо*, *Robert John*

*Downey Jr – Роберт Дауни мл.* Также стоит отметить, что названия выпускающих фильм кинокомпаний не переводятся, а использованы в оригинальной форме. Например, *Sony Pictures, Marvel Studios, Universal Pictures* и т. д. На киноафише эти выпускающие фильм кинокомпаний имеют свои собственные постоянные символы.



Стратегии перевода названий художественных фильмов

Таким образом, из 162 рассмотренных нами названий фильмов с подзаголовками наиболее распространенной стратегией перевода является прямой перевод (36 %), переводчики используют прямой перевод, когда представители разных лингвокультурных сообществ обладают общими фоновыми знаниями. Поскольку укрепление связей между представителями разных лингвокультурных сообществ способствует заимствованию из английского языка в русский, а также наличию общего фонда имен собственных, транслитерация и транскрипция составляет 20 %. Используются также комбинации разных типов (например, транскрипция и расширение, транскрипция и прямой перевод, транскрипция и замена) (19,8 %) для того, чтобы переведенный текст был максимально приближен к оригиналу. Еще одной, достаточно часто используемой стратегией (24 %) является трансформация, переводчик помогает русскоязычному зрителю более эффективно ознакомиться с содержанием и жанром фильма посредством данной стратегии (см. рисунок).

### Заключение

Вербальные составляющие киноафиши представляют собой комплекс текстов, состоящий из собственно заголовка, подзаголовка и перечисления основных создателей фильма (главным образом, режиссера и актеров), которые в работе называются «заголовочным текстом». Название фильма – это компрессия и генерализация содержания фильма, выражающих тему фильма, отражающих его жанр. Одновременно название фильма должно апеллировать к потенциальному зрителю на эмоциональном и когнитивном уровнях. Если к эмоциям зрителя в основном обращается иконический элемент афиши, то на когнитивном уровне название должно вовлечь зрителя в своего рода языковую игру – зритель расшифровывает отсылку к тому или иному прецедентному явлению или высказыванию, разгадывает игру слов и т. д. Естественно, для этого нужны фоновые знания и языковое чутье носителя языка. Подзаголовок обычно используется

в качестве толкования и объяснения названия фильма. В некоторых случаях подзаголовки иногда указывает на достижения режиссера или сценариста для того, чтобы выполнять рекламную функцию афиши.

При переносе в новую культурную среду не всегда возможно перевести название фильма и его подзаголовки буквально, так как в принимающей культуре часто вообще отсутствуют соответствующие фоновые знания или для их актуализации требуется более точное указание. Соответственно, при переводе названия фильма и/или подзаголовка на киноафишу происходит трансформирование и смещение образно-смыслового центра. Такая трансформация в целом не влияет на восприятие зрителями содержания фильма.

Когда речь идет о переводе списков создателей фильма и актеров, как правило, используются транскрибирование и транслитерация, однако некоторые имена могут быть переданы несколько иначе – так, как это принято в принимающей культуре.

### Список литературы

- Анисимова Е. Е.** Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Академия, 2003. 129 с.
- Александрова О. И.** Оригинальные и переводные названия кинофильмов как особые функциональные единицы // Вестник Российского ун-та дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. № 4. С. 1191–1199.
- Бархударов Л. С.** Язык и перевод. М.: Международные отношения, 1975. 240 с.
- Бреус Е. В.** Теория и практика перевода с английского на русский. М.: УРАО, 2001. 104 с.
- Горшкова В. Е.** Название фильма как единица перевода и составляющая образа-смысла // Вестник Пермск. политехн. ун-та. Проблемы языкознания и педагогики. 2014. № 10. С. 26–37.
- Ибрагимова З. А., Магамдаров Р. Ш., Казиахмедова С. Х.** Транскрипция и транслитерация как способы пополнения лексической базы русского языка (на материале современной англоязычной прозы) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 12–1. С. 90–92.
- Комиссаров В. Н.** Современное переводоведение. М.: ЭТС. 2002. 424 с.
- Крылова О. А.** Лингвистическая стилистика. М.: Высшая школа, 2006. 313 с.
- Леонтович О. А.** Россия и США: Введение в межкультурную коммуникацию: Учеб. пособие. Волгоград: Перемена, 2003. 399 с.
- Миньяр-Белоручев, Р. К.** Как стать переводчиком? М.: Готика, 1999. 176 с.
- Сакаева Л. Р., Ермоленко А. Ю.** Проблемы перевода фильмонимов на материале английского и русского языков. Казанский лингвистический журнал, 2020. Т. 3. № 1. С. 41–51.
- Сорокин Ю. А., Тарасов, Е. Ф.** Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. С. 180–186.

### References

- Anisimova, E. E.** Linguistics of text and intercultural communication (based on the material of creolized texts). Moscow: Publishing Center "Academy", 2003. 129 p. (in Russ.)
- Alexandrova O. I.** Original and translated titles of films as special functional units. / *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. The series "Theory of language. Semiotics. Semantics"*, 2017, no. 4, pp. 1191–1199. (in Russ.)
- Barkhudarov L. S.** Language and translation. Moscow, International Relations, 1975. 240 p. (in Russ.)
- Breus E. V.** Theory and practice of translation from English into Russian. Moscow, URAO, 2001. 104 p. (in Russ.)

- Gorshkova V. E.** The title of the film as a unit of translation and a component of the image-meaning. *Bulletin of Perm Polytechnic University. Problems of linguistics and pedagogy*, 2014, no. 10, pp. 26–37. (in Russ.)
- Ibragimova Z. A., Magamdarov R. Sh., Kaziakhmedova S. H.** Transcription and transliteration as ways to replenish the lexical base of the Russian language (on the material of modern English-language prose). *Philological Sciences. Voprosy teorii i praktika*, 2015, no. 12-1, pp. 90–92.
- Komissarov V. N.** Modern translation studies. Moscow, ETS, 2002. 424 p. (in Russ.)
- Krylova O. A.** Linguistic stylistics. Moscow, Higher School, 2006. 313 p. (in Russ.)
- Leontovich O. A.** Russia and the USA: Introduction to intercultural communication: Textbook. Volgograd, Peremena, 2003. 399 p. (in Russ.)
- Minyar-Beloruchev R. K.** How to become a translator? Moscowm Gothic, 1999. 176 p. (in Russ.)
- Sakaeva L. R., Ermolenko A. Yu.** Problems of translation of filmonyms on the material of English and Russian languages. *Kazan Linguistic Journal*, 2020, vol. 3, no. 1, pp. 41–51. (in Russ.)
- Sorokin Yu. A., Tarasov, E. F.** Creolized texts and their communicative function. In: *Optimization of speech influence*. Moscow, Nauka publ., 1990, pp. 180–186. (in Russ.)

### Информация об авторах

**Соломоновская Анна Леонидовна**, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой межкультурной коммуникации Гуманитарного института Новосибирского государственного университета

**Хэ Цзиньюй**, аспирант кафедры межкультурной коммуникации Гуманитарного института Новосибирского государственного университета

### Information about the Authors

**Anna L. Solomonovskaya**, Candidate of Science (Linguistics), Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation

**He Jingyu**, PhD Student at the Department of Intercultural Communication, Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation

*Статья поступила в редакцию 05.10.2023;  
одобрена после рецензирования 13.05.2024; принята к публикации 24.05.2024*

*The article was submitted 05.10.2023;  
approved after reviewing 13.05.2024; accepted for publication 24.05.2024*

Научная статья

УДК 81-13

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-84-97

## Оценка надежности лексических списков для автоматизированной оценки уровня владения русским языком как иностранным

Антон Юрьевич Вахранев

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
Москва, Россия

ag15barto@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0006-8721-1872>

### Аннотация

Оценка языковой грамотности играет важную роль в образовании, но она часто оценивается субъективно, что может внести предвзятость и несоответствия в результаты оценки. В связи с этим многие исследователи предлагают использовать автоматизированные и полуавтоматизированные методы оценки на основе лингвистических характеристик текстов. В данном исследовании рассматривается применимость доступных списков лексики в качестве инструментов для автоматической оценки уровня владения русским языком студентами.

Существует несколько различных видов лексических списков, такие как списки по частотности слов и минимальные списки лексики. В этом исследовании анализируются четыре популярных русскоязычных лексических списка, которые используются в образовании и анализе лексических знаний. Предполагается, что тексты студентов, оцененные на более низких уровнях языковой грамотности, будут в большей степени содержать часто употребляемые слова и слова низкого уровня, соответствующие распределению лексических элементов по частотности или уровню владения языком, представленному в этих списках. Студенты, оцененные на более высоких уровнях грамотности, наоборот, будут использовать менее часто встречающиеся и более сложные лексические единицы. Анализ корреляции между этими ресурсами и текстами, созданными студентами, позволяет получить понимание о целесообразности использования лексических списков для оценки уровня владения русским языком.

Для анализа корреляции между выбранными лексическими списками и текстами студентов используются собственные скрипты Python. Кроме того, был применен метод кластерного анализа, известный как анализ главных компонент (PCA), чтобы проверить гипотезу о том, что тексты студентов на одном и том же уровне грамотности имеют тенденцию использовать схожий базовый словарь с некоторой степенью вариации.

Исследование поднимает важные вопросы о том, насколько эффективно можно использовать лексические списки для оценки языковой грамотности. Полученные результаты могут стать основой для создания более точных и всесторонних методов оценки лексической грамотности студентов, изучающих русский язык.

### Ключевые слова:

языковая грамотность, автоматическая оценка, лексический анализ, русский язык, образование

### Для цитирования

Вахранев А. Ю. Оценка надежности лексических списков для автоматизированной оценки уровня владения русским языком как иностранным // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22. № 3. С. 84–97. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-84-97

© Вахранев А. Ю., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3  
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

# Assessment of the Reliability of Lexical Lists for Automated Evaluation of Proficiency in Russian as a Foreign Language

Anton Y. Vakhranov

National Research University Higher School of Economics  
Moscow, Russian Federation

ag15barto@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0006-8721-1872>

## Abstract

The assessment of language proficiency plays a crucial role in education, but it often relies on subjective evaluation methods, which can result in bias and inconsistencies in the results. To address this challenge, many researchers advocate for the use of automated and semi-automated assessment methods based on linguistic characteristics of texts. In this study, we explore the applicability of available vocabulary lists as tools for automatically evaluating the proficiency levels of students learning Russian.

There exist several types of lexical lists, including frequency-based word lists and minimum vocabulary lists. In this research, we analyze four popular Russian-language lexical lists commonly employed in education and lexical knowledge analysis. We hypothesize that texts produced by students assessed at lower language proficiency level will predominantly contain frequently used words and low-level vocabulary items corresponding to the distribution of lexical elements by frequency or language proficiency level represented in these lists. Conversely, students assessed at a higher proficiency level are expected to employ less commonly used and more complex lexical units. By examining the correlation between these resources and student-generated texts, we aim to gain insight into the suitability of using lexical lists for evaluating proficiency in Russian.

For the analysis of correlations between the selected lexical lists and student texts, we employ custom Python scripts. Additionally, we utilize a cluster analysis method known as Principal Component Analysis (PCA) to test the hypothesis that students at the same proficiency level tend to use a similar basic vocabulary with some degree of variation.

This study raises important questions about the effectiveness of using lexical lists for assessing language proficiency. The findings may serve as a foundation for developing more accurate and comprehensive methods for evaluating lexical proficiency among students learning the Russian language.

## Keywords:

language proficiency, automated assessment, lexical analysis, Russian language, education

## For citation

Vakhranov A. Y. Assessment of the reliability of lexical lists for automated evaluation of proficiency in Russian as a foreign language *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 84–97. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-84-97

## Введение

Оценка языковой компетенции является важной и ответственной задачей в образовании. Однако практика оценки часто полагается на качественные общие описания и субъективные оценки, что может внести предвзятость и несогласованность в результаты оценки. Для преодоления критики субъективности и обеспечения более объективной и надежной оценки ряд исследователей предложили использовать протоколы автоматической и полуавтоматической оценки языка на основе предположения о том, что тексты разного качества и/или разных уровней владения языком характеризуются узорами использования и распределения объективных языковых признаков (см. [Lu, 2010]). Несмотря на то что объем исследований, направленных на выявление конкретных коррелятов уровня владения языком или критериальных признаков, растет (см. [Hawkins & Buttery, 2010; Callies & Götz, 2015]), остается много теоретических и методологических вопросов. В данном исследовании мы рассматриваем пригодность доступных словарных списков (включая списки частотности и списки минимального словаря) как инструментов для автоматической оценки уровней владения русским языком студентами.

Списки слов могут различаться по своей природе и назначению. Списки частотности составляются на основе частоты встречаемости слов в корпусе общего языка, в то время

как списки минимального словаря являются педагогическими инструментами, разработанными для иностранных/вторых языков (L2) с целью направления обучения и оценки на разных уровнях владения языком. Используемые не только в образовательных целях, таких как разработка учебных программ и материалов, эти ресурсы также широко используются при анализе лексических знаний; однако их эффективность как объективных показателей владения языком должна быть проверена и протестирована на практике.

В данном исследовании анализируются четыре русских словарных списка, обычно используемых в образовательных целях, и оцениваются эти списки с точки зрения их использования в (полу)автоматической оценке лексической сложности. Эти списки включают: Visualize Russian Tool (далее VRT; см. [Clancy, 2014–2023]), SMARTool (см. [Janda et al., 2018–2023]), «Лексический минимум для русского как иностранного языка» (далее LM; см. [Golubeva, 2015]) и KELLY (см. [Kilgarriff et al., 2014]). Предполагается, что тексты студентов, оцененные на более низком уровне владения, будут в основном содержать чрезвычайно частые и низкоуровневые лексические элементы, соответствующие распределению лексических элементов по частотности или уровням владения в списке. В отличие от этого, тексты студентов, оцененные на более высоких уровнях владения, предположительно будут содержать менее частые и более высокоуровневые лексические элементы. Исследование корреляции между этими ресурсами и реальными письменными текстами, созданными студентами, позволяет получить представление об эффективности словарных списков при оценке владения языком.

В данном исследовании используются скрипты Python, разработанные внутри учреждения, для анализа корреляции между выбранными словарными списками и текстами учащихся; кроме того, исследование использует метод кластеризации, известный как анализ главных компонент (PCA), чтобы проверить гипотезу о том, что тексты учащихся на одном уровне владения склонны использовать схожий базовый словарь с некоторой степенью вариации.

Исследование связи между словарными списками и владением языком, возможно, позволит внести вклад в область оценки языка и предоставить информацию об ограничениях и потенциале использования автоматических методов для оценки владения языком. Эти результаты помогут разработать более точные и всесторонние инструменты измерения лексической сложности и владения русским языком студентами.

## 1. Обзор литературы

Данный раздел предоставляет обзор соответствующих исследований, связанных с оценкой владения русским языком и использованием русских частотных списков и списков минимального словаря. Он также выявляет невыясненные вопросы в этой области и подчеркивает важность текущего исследования.

Автоматическая оценка владения языком, включая оценку лексической компетенции, представляет собой сложную задачу, которая зависит от объективных и надежных мер. А. Н. Лапошина (2018) сосредоточилась на исследовании возможностей автоматизации определения сложности текста на русском языке для студентов, изучающих его как второй язык. В эксперименте результаты математической модели были сравнены с оценками экспертов, мнениями студентов, результатами тестов и официальными требованиями к владению русским языком. Автоматизация процесса определения уровня текста предоставляет быстрый и удобный доступ к подходящим материалам для чтения как для учителей, так и для студентов. Результаты эксперимента показали, что средняя скорость чтения для уровня В1 составляла от 40 до 50 слов в минуту при чтении в процессе обучения и от 80 до 100 слов в минуту для общего понимания содержания. Процент слов, отсутствующих в минимальном лексиконе для уровня В1 (5–7%), значительно превышал норму, однако последующая обратная связь от студентов и учителей указывала на то, что им встречается меньше незнакомых слов, чем можно было бы ожидать.

Исследование предполагает, что умение применять модели словообразования и предыдущий языковой опыт студентов могут способствовать их способности понимать сложные слова.

А. Н. Лапошина и М. Ю. Лебедева (2021) изучили языковую доступность текстов для студентов, изучающих русский как второй язык, на разных уровнях владения, сравнив их с минимальными лексиконами. Тексты, классифицированные как уровень CEFR A1, показали более высокий процент слов, которых не было в минимальных лексиконах, чем ожидалось. Они разработали инструмент Текстометр для автоматического анализа сложности текста на шкале CEFR, предоставляя полезную информацию для адаптации текстов к образовательным задачам, словарным спискам и другим целям. Инструмент учитывает более 800 текстов и использует машинное обучение и обработку естественного языка. Текстометр может быть полезен учителям, авторам и издателям при выравнивании текстов по уровням владения и образовательным целям. Модель опирается на практический опыт и материалы из реального мира, с которыми сталкиваются студенты. Несмотря на многообещающий характер, все еще существуют некоторые ограничения, среди которых зависимость от словарных списков, которые не были подвергнуты эмпирической проверке.

Предыдущие исследования (см. [Ляшевская и др., 2010]) по автоматическому анализу текстов и морфологическим парсерам для русского языка рассматривают различные вызовы, которые возникают при попытке автоматически измерить различные параметры текстов, такие как категоризация частей речи, оптимальный размер словарей, стратегии обработки многозначных слов. К этому списку вызовов следует добавить вопрос о том, насколько надежны имеющиеся словарные списки для автоматической оценки лексической сложности текста на русском языке. В этом исследовании анализируются корреляции между лексическими элементами, охваченными имеющимися словарными списками, и уровнями владения языком, присвоенными студенческим текстам, оцененными людьми-оценщиками; через это будет определяться эффективность словарных списков в понимании уровня владения языком.

## 2. Данные и методы

В данном исследовании была собрана выборка экзаменационных работ студентов, обучающихся в Миддлбери Летней Русской школы и изучающих русский язык как второй язык. Выборка включает более тысячи эссе, категоризированных на восемь уровней владения экспертами, начиная с уровня Novice Mid и заканчивая Advanced High в соответствии с шкалой ACTFL (см. рекомендации American Council on the Teaching of Foreign Languages по оценке уровня владения языком), что соответствует уровням с A1 по B2 в шкале CEFR (см. шкалу владения языком в рамках Общеввропейских рекомендаций по языкам). Эссе распределены по уровням ACTFL следующим образом:

Таблица 1

Распределение студенческих работ по уровням ACTFL

Table 1

Distribution of student work by ACTFL level	
Уровень	Количество эссе
Novice Mid	13
Novice High	50
Intermediate Low	70
Intermediate Mid	371
Intermediate High	254
Advanced Low	218
Advanced Mid	114
Advanced High	13

Несмотря на то что полное совпадение между уровнями владения на шкалах ACTFL и CEFR отсутствует, в предыдущих исследованиях были зарегистрированы положительные соответствия [см. Tschirner et al., 2012]. В данном исследовании выделяются четыре набора данных обучающихся, по одному на каждый уровень CEFR, от A1 до B2 (63, 441, 472 и 127 эссе в каждом наборе соответственно).

Для оценки уровня владения лексикой русского языка студентами на уровнях A1-B2 сравниваются четыре лексических ресурса: VRT, SMARTool, LM и KELLY.

Список VRT содержит более 28 000 лемм и служит ценным ресурсом для студентов из США. Однако этот список не сбалансирован по жанрам и стилям.

Список SMARTool включает в себя 6214 существительных, прилагательных и глаголов, представляющих уровни A1, A2, B1 и B2 по шкале CEFR. Этот ресурс является компиляцией лексических элементов из Нового частотного словаря русского языка [см. Lyashevskaya & Sharoff, 2009] и существующих списков минимального лексикона [LM, см. Golubeva, 2015]. Он был тщательно оценен профессиональными учителями и исследователями.

Список минимального лексикона для русского как иностранного языка (LM) включает 5 734 слова, выбранных на основе их использования в повседневном общении. Он охватывает широкий спектр тем и служит стандартным ресурсом для тестирования уровня владения языком в России.

Списки KELLY основаны на большом объеме текстов, доступных для этих языков в сети «Интернет». Эти списки дают представление об использовании языка и его особенностях, учитывая частоту встречаемости различных частей речи в корпусе текстов.

Хотя эти списки различаются по структуре и предполагаемой цели, они все созданы с учетом потребностей изучающих русский язык и ориентированы на определенные уровни владения. Возникает вопрос о том, какой из этих списков может служить надежным инструментом для автоматической оценки лексической сложности текста.

На первом этапе данного исследования были проанализированы корреляции между словами в четырех словарных списках. Для этой задачи использован коэффициент Сёренсена – Дайса (далее – коэффициент S&D) [см. Sorensen, 1948; Dice Lee R., 1945]. Этот непараметрический коэффициент корреляции подходит для ординальных данных, таких как списки слов разной длины. Он измеряет степень сходства и согласования между рейтингами двух списков, учитывая как направление, так и расстояние несогласий:

$$K_{0,-1} = \frac{2P(A \cap B)}{P(A) + P(B)}. \quad (1)$$

Эффективность коэффициента S&D в анализе отношений между различными аспектами производства текста была продемонстрирована в ряде исследований [см. Looman & Campbell, 1960; Ondov, et al., 2016].

Затем были сопоставлены фактические словари, используемые студентами в эссе на разных уровнях владения, с соответствующими словарными списками. Это сравнение позволило понять, насколько списки отражают фактическое использование лексики на каждом уровне владения.

Наконец, была проверена гипотеза о том, что студенты на определенных уровнях владения склонны использовать сходные «резервуары» словарного запаса. Для этой части анализа был использован метод главных компонент (PCA) для каждого уровня CEFR. Этот процесс позволил визуализировать, формируют ли экзаменационные работы отдельные кластеры, коррелирующие с уровнями владения языком.

В целом, собранные данные и методология включают в себя экзаменационные работы студентов, четыре словарных списка, коэффициент Сёренсена – Дайса для анализа корреляции слов и визуализацию с использованием РСА. Эти методы позволяют оценивать уровни владения языком, понимать использование лексики и выявлять закономерности в данных.

### 3. Анализ и результаты для каждого метода отдельно

Цель этого раздела – представить результаты, полученные с помощью каждого метода, использованного в исследовании. Рассмотрим основные результаты и их последствия, а также оценим, подтверждаются ли или опровергаются исследовательские гипотезы.

Табл. 2 предоставляет обзор размеров списков, использованных в анализе. Эти размеры варьировались в зависимости от уровня владения, изменяясь от 581 до 12 596 элементов.

Таблица 2

Размеры словарных списков, разделенные по уровню владения языком

Table 2

The size of the vocabulary lists split for proficiency level

Уровни	VRT	Kelly	SMARTool	LM
1	1879	938	754	994
2	2713	1060	1048	581
3	11249	1563	1081	941
4	12596	3424	3331	3218
	28437	6985	6214	5734

#### 3.1. Корреляция Сёренсена – Дайса между словарными списками

В этом разделе сравниваются между собой списки, использованные в исследовании. Было обнаружено пересечение между списками, особенно между SMARTool и LM, как показано на рис. 1. Эти перекрытия, вероятно, объясняются тем, что SMARTool частично основан на LM. Однако важно отметить, что использованные в анализе списки не были исчерпывающими и могли не полностью отражать словарь, используемый студентами, так как студенты могут использовать лексику, не входящую в данные списки. Размеры списков были относительно небольшими и предоставляли лишь частичное представление фактического словаря.

Учитывая сильные и слабые стороны каждого ресурса, рекомендуется, чтобы учащиеся и учителя тщательно рассмотрели свои конкретные потребности и цели при выборе ресурса. В этом отношении SMARTool представляется наиболее полным и полезным. Совмещение нескольких ресурсов может обеспечить более глубокое понимание словаря, необходимого для обучения или оценки.

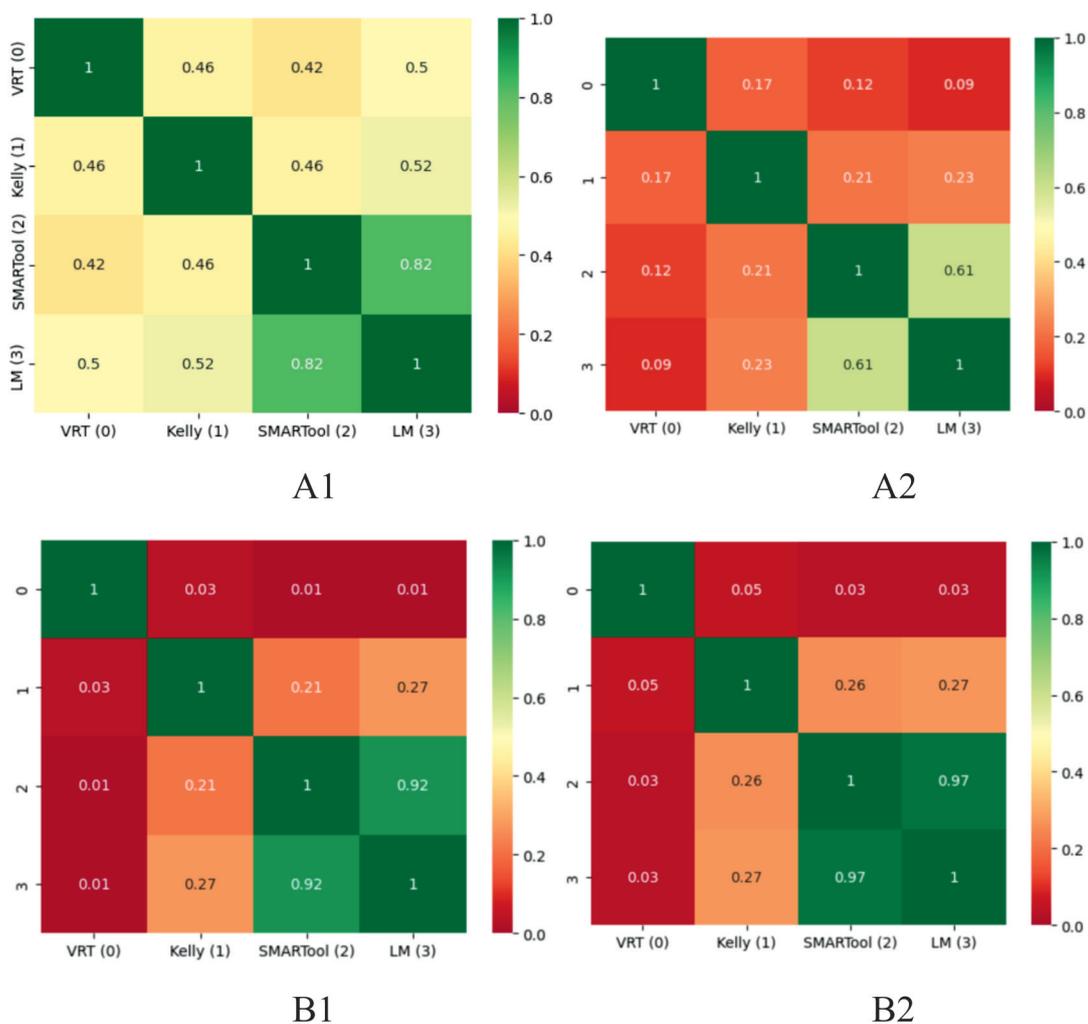


Рис. 1. Корреляция Сёрнсена – Дайса между словарными списками для всех четырех уровней  
 Fig. 1. Sørensen – Dice correlation between vocabulary lists for all the four levels

### 3.2. Списки слов как инструменты для оценки лексической сложности в текстах студентов

Второй исследуемый вопрос заключается в следующем: хотя списки не коррелируют между собой, может ли быть найден такой список, который наилучшим образом охватывает лексическое использование студентов, изучающих русский как второй язык? Будучи найден, он мог бы служить хорошей отправной точкой при измерении лексической грамотности. Для обеспечения достоверности результатов было проведено тщательное ручное исследование экстремальных выбросов, в которых менее 45 % лемм принадлежали всем соответствующим уровням. Эти выбросы оказались реальными русскими словами.

Во-первых, был обнаружен ряд неподходящих лемм, которые не фигурировали в каком-либо из списков, но присутствовали в данных студентов. Количество этих лемм варьируется от средних 5,55 до 48,69 %, в зависимости от списка, как показано в табл. 3.

Таблица 3

Среднее количество несоответствующих лемм для каждого уровня, %

Table 3

An average number of unmatched lemmas for each level, %				
Уровень	KELLY	VRT	SMARTool	LM
A1	5,81	5,55	16,6	5,71
A2	7,2	7,29	28,38	6,74
B1	10,57	11,87	37,29	10,09
B2	17,08	22,13	48,69	17,66

Во-вторых, анализ корреляции между словарем продвинутых студентов и нашими списками показал степень согласованности, изменяющуюся от 50 до 100 % в зависимости от конкретного списка. Эти результаты позволяют сделать вывод, что списки слов могут быть ценными инструментами для оценки уровня владения языком студентов, изучающих русский как второй язык, на продвинутом уровне. Имеет смысл использовать списки слов совместно с другими потенциальными показателями уровня владения языком, которые планируется изучить в дальнейшем (средняя длина токена, количество служебных частей речи, TTR и т. д.), на всех уровнях. Для студентов с нижними уровнями владения степень согласованности была значительно ниже, варьируя от 25 до 93 %. Таким образом, несмотря на практичность списков слов, они могут быть менее надежным методом оценки для студентов с более низким уровнем владения. Включение дополнительных показателей улучшит точность и всесторонность оценки уровня владения языком для студентов на всех этапах изучения русского языка.

В то же время распределение слов из заранее составленных списков среди текстов разных уровней владения позволяет предположить, что слова действительно характеризуют уровни владения, хотя и не линейно. Ниже показаны диаграммы (рис. 2), представляющие четыре текста на четырех разных уровнях владения. Как видно, доля слов уровня А1 постепенно уменьшается, в то время как количество слов, отнесенных к более продвинутым уровням владения, показывает восходящий тренд.

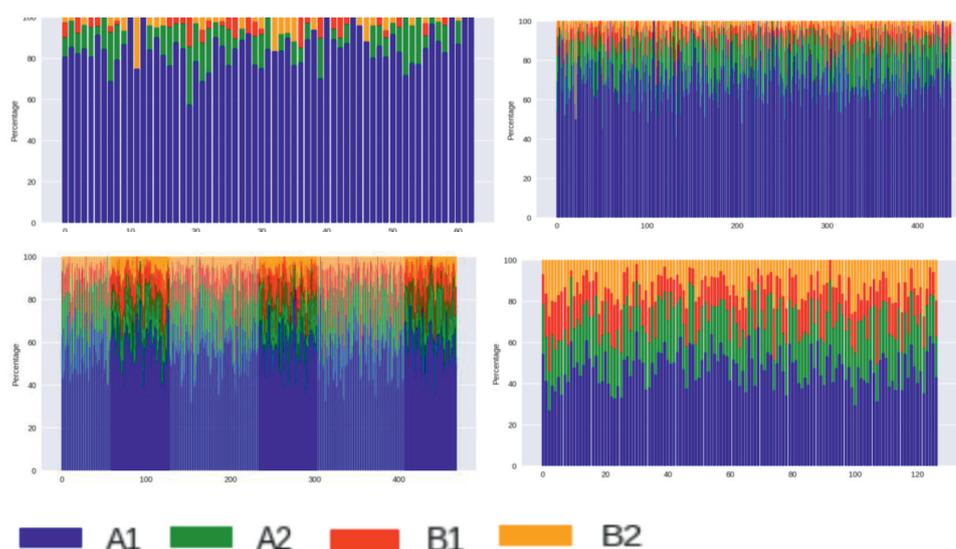


Рис. 2. Соответствие слов между реальными текстами (вверху слева – работы уровня А1, вверху справа – А2, внизу слева – В1, внизу справа – В2) и списком Келли

Fig. 2. Word match between real works (top left – A1 works, top right – A2, bottom left – B1, bottom right – B2) and Kelly's list

Остается вопрос: как можно выявить разницу в словарном запасе между разными уровнями, если списки не полностью коррелируют друг с другом и не отражают в полной мере фактически используемые студентами слова? Этот вопрос будет рассмотрен в следующем разделе.

### 3.3. Анализ главных компонент текстов студентов

Теоретически можно предположить, что лексические репертуары студентов настолько разнообразны, что невозможно обнаружить какие-либо связи. Однако это предположение выглядит невероятным, и в данном исследовании делается попытка доказать, что тексты, написанные студентами на одном и том же уровне владения, похожи по использованию лексики. Для проверки этой гипотезы был использован метод главных компонент (PCA) [см. Abdi и Williams, 2010], который, в целом, направлен на выявление кластеризации гетерогенных и многомерных данных. Данная гипотеза состоит в том, что студенты на уровне X не используют одни и те же слова, но их использование следует определенному тренду, который можно уловить с помощью PCA. Этот аналитический инструмент принципиально выгоден своей способностью интерпретировать данные, сохраняя максимальное количество информации, что впоследствии облегчает визуализацию многомерных данных. В соответствии с этой гипотезой текстовые композиции, написанные студентами на одном и том же уровне владения, демонстрируют сходство в использовании лексики. Однако это сходство многомерно, так как каждый студент неизбежно использует свой собственный набор слов. Таким образом, нет ни одной пары текстов, которые обнаруживают полное сходство, даже на начальном уровне.

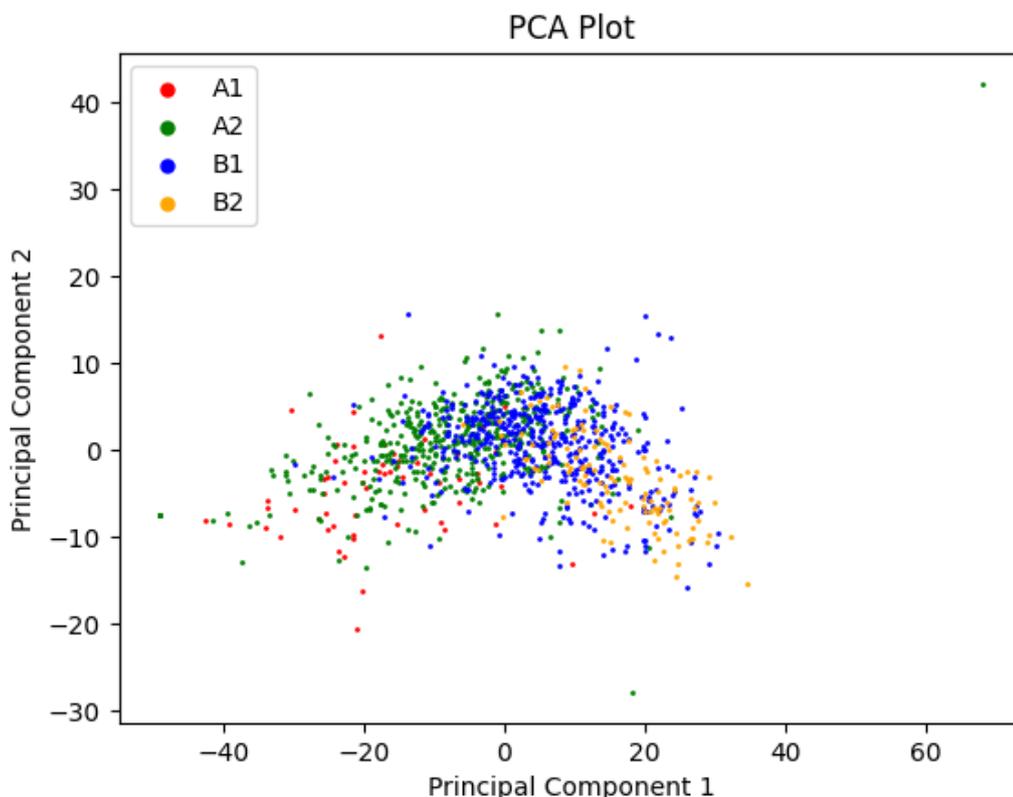


Рис. 3. Главные компоненты (PCA) для списка Келли  
Fig.3. PCA for Kelly's list

Представленная на рис. 3 диаграмма PCA отображает разброс эссе и предполагает явное смещение в использовании лексики в этих эссе. Очевидно, что различные уровни владения, такие как A1 (обозначены красными точками) и B2 (обозначены желтыми точками), проявляют выраженное разделение с небольшим количеством выбросов. Тем временем уровни A1-A2, A2-B1 и B1-B2 демонстрируют последовательное перекрытие.

В целом результаты частично подтверждают исследовательскую гипотезу. Несмотря на то что график представляет собой континуум, было замечено явное различие между двумя наборами уровней владения (A1 и A2 против B1 и B2), но не было обнаружено четкого различия между A1 и A2 или между B1 и B2. Это указывает на необходимость дальнейшего исследования и изучения факторов, влияющих на использование лексики и уровни владения у студентов, изучающих русский как второй язык.

Анализ и результаты, представленные в этом разделе, способствуют пониманию оценки словаря и уровней владения языком среди студентов, изучающих русский как второй язык. Они подчеркивают важность учета нескольких показателей и ресурсов при оценке уровня владения языком и демонстрируют представления для разработки новых учебных материалов и ресурсов для изучения языка.

#### 4. Обсуждение и перспективы

Сравнение списков показало слабые корреляции, кроме списков SMARTool и LM. Это находит удивление, так как базовая лексика должна быть относительно схожей в этих списках. Кроме того, отсутствие сильных корреляций указывает на то, что эти списки лексики могут быть не прямо связаны с текстами эссе, используемыми в исследовании, так как значительное количество слов в текстах не входит в эти списки, что подчеркивает необходимость комплексного подхода к оценке языковой компетенции, который включает различные лингвистические признаки, помимо словаря.

Анализ реальных студенческих эссе с использованием графиков PCA продемонстрировал возможность кластеризации, но только в том смысле, что можно различить уровни A и B. Создание отдельных кластеров для A1-A2, A1-B1 и B1-B2 при сравнении их с каждым из четырех списков оказалось невозможным, хотя можно сделать вероятностное предположение. Эти результаты указывают на то, что существующие списки не являются надежными инструментами для оценки языковой компетенции.

Включение педагогических соображений:

##### 1. Роль списков лексики в обучении языку.

Несмотря на то что данное исследование вызывает вопросы о надежности списков лексики для оценки языковой компетенции, важно учитывать их роль в обучении языку. Списки лексики, подобные тем, которые были проанализированы, давно являются стандартом в обучении языку. Они служат руководствами для педагогов, помогая им разрабатывать учебные планы, выбирать учебные материалы и устанавливать учебные цели. Эти списки предоставляют структурированный каркас, который позволяет учащимся систематически расширять свой словарь.

##### 2. Баланс между лексической компетенцией и навыками общения.

Одним из ключевых вызовов в обучении языку является поиск правильного баланса между лексической компетенцией и навыками общения. Результаты исследования показывают, что применение только списков лексики может быть недостаточным для точной оценки языковой компетенции. Это означает, что преподавателям языка следует применять более целостный подход к обучению.

##### 3. Интеграция списков лексики в учебный план.

Несмотря на то что списки лексики плохо подходят для оценки языковой компетенции, преподавателям стоит продолжать использовать эти списки, например, в качестве справочных материалов при планировании уроков и оценок.

#### 4. Будущие направления в методике обучения языку.

В будущих исследованиях планируется исследовать другие параметры, которые могут обеспечить более точную оценку уровней компетенции студентов. К таким параметрам можно отнести длину слова, количество морфем, количество слогов, разнообразие частей речи, использованных слов и другие. Создав меру, учитывающую каждый из этих параметров с определенными весами, следует стремиться получить многофакторную и, следовательно, более точную оценку языковой компетенции.

Исследования будут направлены на решение ограничений данной работы и расширение методов оценки языковой компетенции.

Хотя списки лексики сами по себе могут быть недостаточными для автоматизированной оценки языковой компетенции, нет никаких сомнений, что они остаются ценными инструментами для обучения языку. Преподавателям языка стоит продолжать использовать их как справочные материалы, внедряя при этом более холистический подход к обучению, который акцентирует практическое использование языка и навыки общения. Выводы этого исследования ценны для развития практик оценки языковой компетенции и учебных материалов для поддержки учащихся на пути к освоению языка

#### *4.1. Ссылки и будущие исследования в области методики обучения*

В будущих исследованиях важно глубже интегрировать педагогические соображения. Это может включать в себя следующее.

Исследование эффективных стратегий обучения лексике: изучение и разработка стратегий обучения, способствующих усвоению и применению лексики.

Оценка влияния списков лексики на обучение языку: проведение исследований, направленных на оценку того, как использование списков лексики влияет на результаты обучения языку. Это может включать в себя сравнение прогресса учащихся, которые интенсивно используют списки лексики, с теми, кто полагается на другие методы.

Интеграция технологий: исследование того, как технологии, такие как языковые приложения и онлайн-платформы, могут улучшить эффективность списков лексики в обучении языку. Это может включать в себя создание цифровых инструментов, которые динамически адаптируют списки лексики в зависимости от успехов учащегося.

Интегрируя эти педагогические соображения в будущие исследования, возможно в будущем создать инструмент, который позволит автоматически оценивать уровень знания языка и отдельные языковые параметры, что в конечном итоге будет полезно как преподавателям, так и учащимся.

### **Заключение**

Цель настоящей работы заключалась в исследовании эффективности списков частотных слов и лексических минимумов в качестве надежных инструментов автоматизированной оценки языковой компетенции. Через всесторонний анализ выбранных списков лексики и их сравнение с фактическим использованием языка в текстах, написанных студентами, изучающими русский язык, данное исследование стало отправной точкой к дальнейшему развитию точных и всесторонних методов оценки языковой компетенции.

Результаты данного исследования показывают, что существующие списки лексики не являются полностью надежными для оценки языковой компетенции. Слабые корреляции между списками и их несоответствие фактическим текстам вызывают вопросы об их пригодности в качестве инструментов оценки. Анализ кластеризации с использованием PCA продемонстрировал потенциал различения между уровнями А и В, но оказался вызовом для более детализированных различий, таких как А1 и А2 или В1 и В2. Это указывает на необходимость более

тщательного подхода к подсчету и оценке словаря для достижения более точной оценки языковой компетенции.

Очевидно, что исключительно списки лексики недостаточны для автоматизированной оценки языковой компетенции. Вместо этого в дальнейшем необходимо исследовать альтернативные параметры и меры для улучшения процесса оценки. Интегрировав дополнительные лингвистические признаки, такие как длина слова, количество морфем, количество слогов и разнообразие частей речи, следует разработать более нюансный и всесторонний метод оценки. Эти исследования помогут выявить оптимальный способ подсчета и оценки словаря, что в конечном итоге приведет к улучшению инструментов оценки языковой компетенции.

Несмотря на то что исследование вносит свой вклад в понимание корреляций в словаре, оно подчеркивает необходимость многофакторного подхода, который учитывает различные лингвистические признаки. Проведение дальнейших исследований и усовершенствование методов оценки позволит лучше оснастить преподавателей и учащихся эффективными инструментами для более точной оценки языковой компетенции. Результаты и выводы данного исследования ценны для развития практик оценки языковой компетенции и учебных материалов для поддержки учащихся на пути к достижению компетенции в языке, так как позволяют оценить актуальность современных лексических списков для русского языка.

### Список литературы

- Андрюшина Н. П., Козлова Т. В.** Лексический минимум по русскому языку как иностранному. Элементарный уровень. Общее владение. 5-е изд. СПб.: Златоуст, 2015.
- Андрюшина Н. П., Козлова Т. В.** Лексический минимум по русскому языку как иностранному. Базовый уровень. Общее владение. 5-е изд. СПб.: Златоуст, 2013.
- Андрюшина Н. П. и др.** Лексический минимум по русскому языку как иностранному. Первый сертификационный уровень. Базовое владение. 7-е изд. СПб.: Златоуст, 2015.
- Андрюшина Н. П. и др.** Лексический минимум по русскому языку как иностранному. Второй сертификационный уровень. Общее владение. 5-е изд. СПб.: Златоуст, 2015.
- Дайс Ли Р.** Меры экологической ассоциации между видами. *Экология*, 1945. 26 (3): 297–302. [Online] DOI:10.2307/1932409. JSTOR 1932409
- Джанда Лора А. и Фрэнсис М.** Тайерс. Меньше – значит лучше: почему все парадигмы дефектны, и почему это хорошо. *Корпусная лингвистика и лингвистическая теория*, 2018. 14(2), 33 стр. [Online] DOI.org/10.1515/cilt-2018-0031
- Килгаррифф А. и др.** (Списки лексики на основе корпуса для изучающих язык в девяти языках. Языковые ресурсы и оценка, 2014. 48 стр. 121–163. [Online] DOI 10.1007/s10579-013-9251-2
- Лапошина А.** Опыт экспериментального исследования сложности текстов по РКИ // Конференция «Динамика языковых и культурных процессов в современной России» [Электронный ресурс]. Вып. 6. Материалы VI Конгресса РОПРЯЛ (г. Уфа, 11–14 октября 2018 года) В: СПб.
- Лапошина А. Н., & Лебедева М. Ю.** Текстометр: онлайн-инструмент определения уровня сложности текста по русскому языку как иностранному // *Русская языковая студия*, 2021. 19(3), 331–345. [Online] DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-3-331-345
- Лу Ши.** Автоматический анализ синтаксической сложности вторичного языка // *Международный журнал корпусной лингвистики*, 2010. 15(4), 474–496.
- Луман Дж., Кэмпбелл Дж. Б.** Адаптация К Соренсена (1948) для оценки аффинитета элементов в степных растительных сообществах // *Экология*. 1960, 41 (3): 409–416. DOI:10.2307/1933315. JSTOR 1933315

- Ляшевская О. Н., и др.** Оценка методов автоматического анализа текста: морфологические парсеры русского языка // Вычислительная лингвистика и интеллектуальные технологии. Труды ежегодной международной конференции «Диалог», 2010. Т. 9. Вып. 16. С. 318–326. М.: РГГУ.
- Ляшевская О. Н., Шарофф С. А.:** Частотный словарь современного русского языка (на основе материалов Национального корпуса русского языка). М.: Азбуковник, 2009.
- Совет Европы.** Общеввропейские рекомендации по владению иностранными языками: схема. [Online] Доступно: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages/level-descriptions>
- Соренсен Т.** Метод формирования групп с равными амплитудами в растительной социологии на основе сходства видов и его применение для анализа растительности датских общин // Kongelige Danske Videnskabernes Selskab, 1948. 5 (4): 1–34.
- Чирнер Э., Беренфенгер О., Ваннер И.** Оценка доказательств обоснованности присвоения рейтингов CEFR собеседованию по устной речи ACTFL (OPI) и собеседованию по устной речи с помощью компьютера (OPIc) // Лейпциг: Университат Лейпциг, Институт Гердера. 2012.
- American Council on the Teaching of Foreign Languages (ACTFL)** proficiency guidelines, [Online] Доступно: <https://www.actfl.org/resources/actfl-proficiency-guidelines-2012>
- Abdi H., Lynne J. Williams.** Principal component analysis // Wiley interdisciplinary reviews: computational statistics 2, no. 4 (2010): 433–459.
- Hawkins J. A., & Buttery P.** Criterial features in learner corpora: Theory and illustrations // English Profile Journal, 2010. 1, e5.
- Bast R., et al.** (2018–2023). SMARTool. [Online] Доступно: <https://smartool.github.io/smartool-rus-eng/> (дата обращения: 26.06.2023).
- Callies M., & Götz S.** Learner corpora in language testing and assessment: Prospects and challenges. Learner corpora in language testing and assessment, 2015. 1–9.
- Clancy S.** (2014–2023). Visualizing Russian. [Online] Доступно: <https://digitalhumanities.fas.harvard.edu/project/visualizing-russian/> (дата обращения: 26.06.2023).
- Ondov Brian D. et al.** Mash: fast genome and metagenome distance estimation using MinHash // Genome biology 17.1 (2016): 1–14.
- UDPipe 1 Models.** 2021. <<https://ufal.mff.cuni.cz/udpipe/1/models>> (дата обращения: 30.06.2021).

## References

- Abdi, Herve, and Lynne J. Williams.** “Principal component analysis.” Wiley interdisciplinary reviews: computational statistics 2, no. 4 (2010): 433–459.
- American Council on the Teaching of Foreign Languages (ACTFL)** proficiency guidelines, [Online] Available: <https://www.actfl.org/resources/actfl-proficiency-guidelines-2012>
- Bast, R., et al.** (2018–2023). SMARTool. [Online] Available: <https://smartool.github.io/smartool-rus-eng/>. (Retrieved June 26, 2023).
- Callies, M., & Götz, S.** (2015). Learner corpora in language testing and assessment: Prospects and challenges. Learner corpora in language testing and assessment, 1-9.
- Clancy, S.** (2014–2023). Visualizing Russian. [Online] Available: <https://digitalhumanities.fas.harvard.edu/project/visualizing-russian/>. (Retrieved June 26, 2023).
- Common European Framework of Reference for Languages (CEFR, Council of Europe)** proficiency scale, [Online] Available: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages/level-descriptions>
- Dice, Lee R.** (1945). “Measures of the Amount of Ecologic Association Between Species”. Ecology. 26 (3): 297–302. [Online] doi:10.2307/1932409. JSTOR 1932409.

- Golubeva, A.** (2015). *Leksičeskij minimum po rusckomu kak inostrannomu* [Lexical Minimum for Russian as a Foreign Language]. Zlatoust: Saint Petersburg.
- Hawkins, J. A., & Buttery, P.** (2010). Criterial features in learner corpora: Theory and illustrations. *English Profile Journal*, 1, e5.
- Lyashevskaya, O.N., Sharoff, S.A.**: *Frequency Dictionary of Modern Russian Language* (based on materials from the National Corpus of the Russian Language). M.: Azbukovnik, 2009.
- Janda, Laura A. & Francis M. Tyers.** 2018. Less is More: Why All Paradigms are Defective, and Why that is a Good Thing. *Corpus Linguistics and Linguistic Theory* 14(2), 33pp. [Online] doi org/10.1515/cllt-2018-0031
- Kilgarriff, A., et al.** (2014). Corpus-based vocabulary lists for language learners for nine languages. *Language Resources and Evaluation*, 48, pp. 121–163. [Online] DOI 10.1007/s10579-013-9251-2
- Laposhina, A.** (November 2018). Opyt éksperimental'nogo issledovaniya slozhnosti tekstov po RKI [Experience of Experimental Research of Text Complexity in RFL]. Conference: Dinamika yazykovykh i kul'turnykh protsessov v sovremennoy Rossii [Electronic resource]. Vyp. 6. Materialy VI Kongressa ROPRYAL (g. Ufa, 11–14 oktyabrya 2018 goda) At: SPB.
- Laposhina, A. N., & Lebedeva, M. Y.** (2021). Tekstometr: onlayn-instrument opredeleniya urovnya slozhnosti teksta po rusckomu yazyku kak inostrannomu [Textometr: online tool for determining the complexity level of texts in Russian as a foreign language]. *Russian Language Studies*, 19(3), 331-345. [Online] DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-3-331-345.
- Looman, J.; Campbell, J.B.** (1960). "Adaptation of Sorensen's K (1948) for estimating unit affinities in prairie vegetation". *Ecology*. 41 (3): 409–416. doi:10.2307/1933315. JSTOR 1933315.
- Lu, X.** (2010). Automatic analysis of syntactic complexity in second language writing. *International journal of corpus linguistics*, 15(4), 474–496.
- Lyashevskaya, O. N., et al.** (2010). Otsenka metodov avtomaticheskogo analiza teksta: morfologicheskie parsery rusckogo yazyka [Assessment of Text Analysis Methods: Morphological Parsers of the Russian Language]. *Computational Linguistics and Intellectual Technologies. Proceedings of the Annual International Conference "Dialogue" (2010), Volume 9, Issue 16*, pp. 318-326. Moscow: RSUH.
- Ondov, Brian D., et al.** "Mash: fast genome and metagenome distance estimation using MinHash." *Genome biology* 17.1 (2016): 1–14.
- Sorensen, T.** (1948). "A method of establishing groups of equal amplitude in plant sociology based on similarity of species and its application to analyses of the vegetation on Danish commons". *Kongelige Danske Videnskabernes Selskab*. 5 (4): 1–34.
- Tschirner, Erwin, Bärenfänger, Olaf & Wanner, Irmgard.** 2012. *Assessing Evidence of Validity of Assigning CEFR Ratings to the ACTFL Oral Proficiency Interview (OPI) and the Oral Proficiency Interview by Computer (OPIc)*. Leipzig: Universitat Leipzig, Herder-Institut.
- UDPipe 1 Models.** 2021. <<https://ufal.mff.cuni.cz/udpipe/1/models>> (30 June 2021).

### Информация об авторе

**Вахранев Антон Юрьевич**, аспирант Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

### Information about the Author

**Anton Y. Vakhranov**, PhD postgraduate student, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation

*Статья поступила в редакцию 30.09.2023;*

*одобрена после рецензирования 23.04.2024; принята к публикации 26.04.2024*

*The article was submitted 30.09.2023;*

*approved after reviewing 23.04.2024; accepted for publication 26.04.2024*

Научная статья

УДК 81'33

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-98-111

## Бинарный классификатор для экспериментального поиска триггеров в шутках на английском языке

Евгения Максимовна Заковоротная

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
Москва, Россия

haylin65@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3655-4369>

### Аннотация

Описывается создание модели, которая решает задачу распознавания юмористических и неюмористических текстов. Была обучена гибридная модель с предобученной нейронной сетью BERT в качестве эмбедингового слоя и Bi-LSTM для классификации последовательностей. В качестве основного материала использовался обучающий и тестовый корпусы из 76 тысяч текстов, шуток и не-шутки. Особое внимание уделено идентичности лексики; данный критерий необходим, чтобы модель не распознавала разные категории текстов по лексике. В работе также описывается применение гибридной нейросети в серии экспериментов по лингвистическим преобразованиям юмористических и неюмористических текстов. Цель данных экспериментов заключается в поиске ключевых частей и слов, без которых шутка перестает быть юмористической. В рамках некоторых междисциплинарных теорий юмора подобные слова и выражения называют триггерами [Attardo S., 1994]. По результатам количественного и качественного анализа можно сделать вывод, что 78 из 100 шуток в валидационном датасете хотя бы один раз меняют метку класса на противоположную при использовании системы правил преобразований. При этом в 16 из оставшихся 22 шуток содержится явная или неявная экстралингвистическая информация. Т-критерий распределения Стьюдента, измеренный на вероятностных оценках исходного и измененного текста для каждого типа преобразования, позволил выявить преобразования, при которых чаще всего шутки из валидационного датасета перестают быть юмористическими: удаление панчлайна, удаление от 1 до 3 токенов с начала текста, удаление от 1 до 3 токенов с середины текста, удаление всех существительных.

### Ключевые слова

автоматическая обработка естественного языка, изучение юмора, эксперименты, компьютерная лингвистика

### Для цитирования

Заковоротная Е. М. Бинарный классификатор для экспериментального поиска триггеров в шутках на английском языке // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 98–111. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-98-111

© Заковоротная Е. М., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3  
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

# Binary Classifier for Experimental Search of Triggers in Jokes in English

Eugeniia M. Zakovorotnaia

National Research University Higher School of Economics,  
Moscow, Russian Federation

haylin65@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3655-4369>

## Abstract

This paper describes the development of a binary classifier differentiating humorous and non-humorous texts. The proposed seq2seq model consists of a pre-trained BERT embedding layer and a Bi-LSTM layer used for sequence classification. Training and validation corpora include 76,000 jokes and non-jokes with identical vocabulary; this is essential in preventing vocabulary choice from being employed as a distinguishing factor between humor and non-humor. Further, this paper also describes the application of the trained neural network in a series of experiments on linguistic transformations of humorous and non-humorous texts. The purpose of these experiments is to identify the essential parts and words, without which the joke ceases to be humorous. Some interdisciplinary theories of humor specify such expressions as triggers [Attardo S., 1994]. Based on the results of quantitative and qualitative analyses, 78 of the jokes from the validation dataset changed the label to the opposite at least once when the text was transformed. At the same time, 16 of the remaining 22 jokes contain explicit or implicit extralinguistic information. T-test, which measured probabilistic estimates of the original and modified texts for each type of linguistic transformation, revealed (keep tense consistent) the most common types of them: deletion of the punchline, deletion of the setup, deletion of 1 to 3 tokens from the beginning of the text, deletion of 1 to 3 tokens from the middle of the text and deletion of all the nouns.

## Keywords

automatic natural language processing, humor study, experiments, computational linguistics

## For citation

Zakovorotnaia E. M. Binary classifier for experimental search of triggers in jokes in English. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 98–111. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-98-111

## Введение

Компьютерная лингвистика объединяет множество направлений междисциплинарных исследований, в том числе humor studies, где в качестве рабочих данных выступают тексты юмористического, иронического или саркастического характера. Источником подобного материала являются форумы и социальные сети, такие как Twitter, Reddit, Facebook и др. Собранные вместе, шутки составляют корпусы и коллекции данных, обладающие разметкой разной природы: например, юмористические тексты могут содержать оценку степени наличия комического эффекта [Blinov V. et al., 2019; Wang M. et al. 2020] либо оценку пригодности применения для решения различных задач [Hasan M. et al., 2020]. Исследовательские работы по юмору в основном описывают подходы к решению трех типов задач: классификация (определение, является ли текст шуткой), генерация (порождение новых шуток), создание корпусов (сбор, упорядочивание и разметка шуток), которые могут быть реализованы в рамках отдельных статей, либо участия в соревнованиях по изучению юмора, например, SemEval, 2021, SemEval2020, IberLEF2019. Отдельно стоит еще одна группа работ, направленная на изучение юмористических текстов с точки зрения формальных описаний либо уровней языка. Например, в работе [Karande A., 2006] авторы проводят практический разбор теоретических концепций того, насколько различные дискурсивные модели подходят для описания юмора. В статье [He H. et al., 2019] исследователи описывают подходы для измерения уровней семантического несоответствия в каламбурах и измененных с помощью омофонов текстах. В работах [Annamoradnejad I., 2022; Wang M. et al., 2020] описывается классификация шуток по наличию семантического несоответствия (сдвига) между частями шуток, а также обучение модели на разных частях шутки. В статье [Chen Y. et al., 2023] авторы использовали правиловую методологию Дж. Топлина

[Toplyn, J., 2023] для написания комедийных текстов в стиле “Late Night Show” и применения их в качестве промптов (prompt) на вход генеративной нейронной сети GPT-3. Данный подход позволил не только генерировать шутки с помощью GPT-3, но и регулировать тематику и стиль шуток. В работе [Tang L. et al., 2023] исследователи разработали классификатор юмористических текстов Naughtyformer на основе архитектуры Transformer, который хорошо распознает наличие оскорбительных паттернов в шутках.

Тем не менее, даже несмотря на использование инструментов искусственного интеллекта в данной области, среди исследователей теории юмора отсутствует формализация самой природы шуток, а также их объективных характеристик, которые могли бы быть подтверждены количественными методами. Кроме того, в большинстве работ по классификации юмористических текстов с точки зрения машинного обучения отсутствует использование языковых теоретических концепций о природе юмора. Лингвистическая составляющая в анализе юмора играет существенную роль: благодаря ей возможно отследить языковую игру, вычленив паттерны шуток, а также определить, насколько качественно работает классификатор или генератор шуток. Таким образом, лингвистический подход с использованием количественных методов становится актуальным при работе с юмористическими текстами.

В данной работе описывается обучение гибридного бинарного классификатора на основе BERT и Bi-LSTM, натренированного на распознавание шуток на английском языке. Также в статье описывается его применение для тестирования набора преобразований текста с помощью анализа изменения классификации текстов после удаления отдельных слов и целых фраз. Данная система представляет собой набор правил, в соответствии с которыми тексты изменяются с помощью удаления слов, словосочетаний, последовательностей. В измененном виде данные подаются на вход модели, которая классифицирует тексты как шутка или не-шутка.

Целью данной работы является обучение бинарного классификатора и поиск с его помощью таких фрагментарных преобразований текста, которые трансформируют юмористический текст в неюмористический. Мы считаем, что подобные слова и фразы обеспечивают связанность двух частей текста. В рамках семантической теории юмора [Morreall J., 2020; Raskin V., 1984; Raskin V., 2020] и общей теории вербального юмора подобные выражения называют триггерами.

Наши эксперименты позволят выяснить, какое влияние оказывает на восприятие конкретной шутки удаление ее отдельных частей. Полученные данные должны стать основой для правил системы преобразования текста, направленной на поиск ключевых слов и выражений. Ценность представленной работы заключается в том, что в отличие от работ [Weller O. Seppi K., 2019; Wang M., et al., 2020] (где совпадение лексики составляет не более 30 %) в собранных нами датасетах совпадение уникальной лексики юмористических и неюмористических текстов составляет более 80 %. Это предотвращает некачественное обучение классификатора, а именно устранение возможности распознавания типа текстов в зависимости их лексики.

Код с расчетами, экспериментами и данными хранится в репозитории на Github [https://github.com/zijane/classifier\\_english\\_triggers](https://github.com/zijane/classifier_english_triggers).

## 1. Теоретические исследования

Семантическая теория и общая теория вербального юмора, которые анализируют проявление смешного через язык, базируются на философской теории несоответствия [Morreall J., 2020; Raskin V., 1984]. Согласно данному подходу, юмор основан на сочетании противоречивых концепций: добро и зло, день и ночь, светлое и темное и т. д.

Семантическая теория В. Раскина посвящена анализу вербального юмора и языковой игре. Она представляет каждую шутку с помощью структур знаний, фреймов или, иначе говоря, скриптов, которые выражают понятия, идеи, персонажи. С помощью таких конструкций

может быть формализован контекст и представление сюжета шутки. При описании разных сущностей, помимо однозначных слов, скрипты могут быть выражены одним или несколькими многозначными словами или выражениями. Если слово многоплановое, то формальное описание шутки должно отображать декомпозицию его значений выраженными более однозначными словами [Raskin V., 2020]. В. Раскин подчеркивает, что юмор возникает, только если оба фрейма находятся в оппозиции и одновременно семантически совместимы с одним и тем же текстом. На протяжении прочтения юмористического текста наблюдается семантический сдвиг, что представляет собой *смену одного семантического скрипта в пользу другого, иначе говоря, замещение первой концепции в пользу второй*. В шутках можно наблюдать разный уровень фреймовой оппозиции, где могут сочетаться исключительно противоположные идеи, либо альтернативы в рамках одной концепции, например, *хороший нрав vs плохой нрав* [Raskin V., 1984]. Семантический сдвиг обуславливает взаимное перекрытие (fully overlap) и частичное перекрытие (partial overlap) скриптов в коротких юмористических текстах. Кроме оппозиционных концепций, в реализации семантического сдвига участвует триггер – он напоминает о первом скрипте при прочтении второго, навязывает ему иную, неочевидную интерпретацию таким образом, чтобы сделать ее более правдоподобной и менее невозможной. В методологии семантической теории юмора выделяют два основных типа: двусмысленность (ambiguity) и противоречие (contradiction). Примечательно, что существует несколько вариантов триггера в зависимости от того типа двусмысленности, который присутствует в шутке. Противоречие, хотя и действует иначе, чем двусмысленность, создает также вторую интерпретацию, наложенную на весь текст, предшествующий триггеру, а также на текст, следующий за ним. Кроме того, иногда некоторые триггеры противоречия включают целые предложения, а не отдельные слова, и их связь с обычными триггерами противоречия аналогична связи между ситуационными неоднозначными триггерами и обычными неоднозначными триггерами. В. Раскин также упоминает случай, когда помимо основного триггера в шутке присутствует еще один вспомогательный – зачастую он нужен для того, чтобы ввести дополнительное значение, которое разнообразит описываемую в шутке ситуацию и усилит основной триггер.

Общая теория вербального юмора [Attardo S., 1994] С. Аттардо и В. Раскина сочетает в себе не только элементы семантики, но и текстовой лингвистики, теории нарратива и прагматики. Методология рассматривает не только оппозицию фреймов, но вводит дополнительные критерии, источники знаний (Knowledge Resources) для анализа шутки: логический механизм, цель, стратегия повествования, язык и ситуация. Триггер семантической теории заменяется здесь на логический механизм, который объясняет, каким образом два смысла (скрипты) объединяются в шутке, и как при их прочтении реализуется семантический сдвиг. Данное понятие включает не только двусмысленность и противоречие, но и ложные аналогии, к примеру Garden-Path phenomena [Pritchett Bradley L., 1988; Raskin V., 1984] или текстовые figure-ground reversals [Raskin V., 2020; Veale T., 2008].

Здесь мы можем высказать гипотезу о том, что устранение триггера должно приводить к тому, что шутка перестает быть таковой. Это может быть справедливо не для всех случаев, но изменения должны быть статистически значимыми.

Для того чтобы автоматизировать проверку нашей гипотезы, мы должны обучить нейросетевой классификатор, который будет с высокой точностью различать юмористические и неюмористические тексты. Устранение триггера или другого элемента, влияющего на восприятие текста как юмористического, должно снижать степень уверенности классификатора в том, что перед ним шутка.

Заметим, что подобные эксперименты не будут отличать изменения, связанные с удалением собственно триггера, от изменений, связанных с удалением слов, важных для понимания сути шутки. Более того, возможна и обратная ситуация, при которой устранение части слов из неюмористического текста приведет к тому, что он станет восприниматься классификатором как юмористический. В связи с этим требуется анализ изменений, произведенных над текстом.

## 2. Данные

Прежде чем перейти к практической части, заключающейся в разработке классификатора и качественном анализе результатов, важно описать рабочий материал, на котором проводились эксперименты. Основным корпусом в данном исследовании является набор в 76 100 фрагментов текстов. Он состоит из подкорпусов шуток и не-шутки примерно одинакового объема. Подкорпус шуток насчитывает 38 100 штук на английском языке. Он был составлен из более чем 20 датасетов, найденных на сайтах Kaggle и Github. Минимальное количество слов в шутках 3, максимальное – 32, среднее – 12. Количество уникальных лемм в шутках – 9 931. Размер подкорпуса шуток в словоупотреблениях – 472 475.

Во время экспериментов шутки могли быть разделены на сетап и панчлайн. В терминах вышеупомянутых междисциплинарных теорий юмора сетап служит для определения первого скрипта, в котором задается исходная ситуация. Панчлайном характеризуется часть, где первичная интерпретация шутки изменяется с помощью уточнения второго скрипта. В данном исследовании панчлайн всегда представлен последним предложением либо конечной частью предложения после запятой; все остальное считается сетапом.

Для сравнения с шутками использовался неюмористический датасет объемом в 38 000 фрагментов текстов. Он был составлен на основе 10 корпусов новостей, заголовков и текстов, а также на основе 600 художественных произведений (романов, повестей, рассказов, часть из которых относится к юмористическим) на английском языке. Эта часть текстов была найдена на сайте Kaggle и в электронной библиотеке Gutenberg. Использование большого количества источников обусловлено целью подобрать для юмористических текстов максимально схожие по лексике фрагменты неюмористических. Это необходимо для того, чтобы используемая модель при обучении не использовала конкретную лексику в определенных типах текстов как подсказку. Данный этап при подготовке корпуса возник после тестирования первичной модели, обученной на текстах с отличающейся лексикой в шутках и не-шутках. Первичные результаты тренировки показывали на валидационном датасете Accuracy – 0,988, что на 2 % выше показателя у финальной версии классификатора. На тестовом датасете предварительная модель сработала хуже и выдала Accuracy – 0,91, а итоговая – 0,93. Минимальное количество слов в не-шутках – 2, максимальное – 28, среднее – 8. Количество уникальных слов в не-шутках – 11 306. Размер подкорпуса не-шутки в словоупотреблениях – 310 009.

При составлении финальной версии общего подкорпуса не-шутки сравнивался с подкорпусом шуток на предмет схожести лексики. Если леммы в конкретной не-шутке совпадали с леммами 38 100 шуток, то тогда не-шутка входила в общий корпус. Задача состояла в том, чтобы добиться максимального совпадения лемм в обоих подкорпусах.

Распределение частей речи в шутках и не-шутках представлено в табл. 1.

*Таблица 1*

Распределение частей речи в шутках

*Table 1*

POS-tags distribution in jokes.

Частицейный тег	Количество лемм с конкретным тегом шуток	Количество лемм с конкретным тегом не-шутки	Количество общих лемм на каждый тег
1	2	3	4
NOUN	4639	5151	3310
ADJ	1612	1898	1084
PROP	1431	1687	777
VERB	1401	1651	847
ADV	388	484	296

Окончание табл. 1

1	2	3	4
NUM	195	207	154
PRON	66	52	47
ADP	55	62	46
AUX	42	34	20
INTJ	41	21	11
SCONJ	24	24	20
X	16	7	2
DET	11	19	10
CCONJ	6	7	5
PART	2	1	1
SPACE	1	0	1
SYM	1	1	1

Пересечение лемм для юмористического и неюмористического корпуса составляет 8 361 уникальное слово.

В данном разделе описывается обучение гибридного бинарного классификатора на решение задачи распознавания текстов по типу юмор/не-юмор. После того как датасет с двумя типами текстов был подготовлен, он был разделен на три части: для тренировки (57 000 шт.), для тестов (19 000 шт.), для валидации (200 шт. – 100 шуток и 100 не-шутков). Для обучения классификатора применялись только два датасета: тренировочный и тестовый. Валидационный датасет был составлен из шуток, длина которых была не менее 4 слов. В противном случае удаление слов из шутки могло дать вырожденный текст.

### 3. Архитектура нейросетевого классификатора

В данной работе использовалась гибридная модель, состоящая из слоев предобученной нейронной сети с архитектурой Transformer BERT [Devlin J. et al., 2019] и двунаправленной LSTM-модели для обработки последовательностей (BiLSTM). В качестве Embedding Layer для конструирования контекстно-зависимых векторных представлений текстов применялся BERT, а именно слой модели “bert-based-uncased” [Devlin J. et al., 2019]. Это англоязычная языковая модель, предварительно натренированная на решение задачи предсказания замаскированного токена (masked language modeling). Данная модель не видит разницы между нижним и верхним регистром. Нейронная сеть (Bi-LSTM) использовалась в качестве классификатора, принимая на вход скрытые представления последовательностей, созданные на предыдущем слое Embedding Layer. Характеристики модели представлены в табл. 2.

Таблица 2

Описательные характеристики нейросетевого бинарного классификатора

Table 2

Descriptive characteristics of a neural binary classifier.

Режим обучения модели	with torch.no_grad()
Длительность обучения модели	5 эпох
Количество units в LSTM()	64
Тип свертки	tf.keras.layers.GlobalAveragePooling1D(), tf.keras.layers.GlobalMaxPooling1D()

Окончание табл. 2

Лейблы	[0,1], где 0 – это “joke”, а 1 – это “non-joke”
Коэффициент на слое Dropout()	0,3
Значение на слое Dense()	2
Функция активации	softmax
Оптимизатор	tf.keras.optimizers.Adam()
Функция потерь	Бинарная кросс-энтропия

При анализе результатов и составлении экспериментов проводилась морфосинтаксическая разметка юмористических текстов при помощи англоязычной модели ‘en\_core\_web\_sm’ библиотеки Spacy для языка Python. Она представляет собой сверточную нейронную сеть, которая умеет решать задачи частеречной и морфосинтаксической разметки, а также распознавания именованных сущностей через пайплайн и компоненты Spacy [[https://spacy.io/models/en#en\\_core\\_web\\_sm](https://spacy.io/models/en#en_core_web_sm)].

Важно отметить, что по завершении тренировки модели для получения контрольных значений валидационные данные были поданы на вход модели без изменений. Accuracy – 0,965; F1 – 0,964; Precision – 0,967; Recall – 0,963.

#### 4. Эксперименты

В данном разделе описывается проведение серии экспериментов влияния лингвистических трансформаций на автоматическую обработку юмористических текстов. В ходе отдельного эксперимента мы удаляли заданные текстовые фрагменты, являющиеся потенциально значимыми смысловыми концептами, из всех текстов. Данный подход является релевантным, скорее, для шуток, чем для новостей или частей художественных произведений, поскольку последние изначально являются обычными, неюмористическими текстами [Raskin V., 1984]. Результаты экспериментов приведены для части валидационного корпуса, где было представлено 100 шуток. После того как были получены первичные оценки модели, валидационный датасет подвергся серии экспериментальных преобразований с целью выявить, при каких изменениях шутка перестает быть юмористической и превращается в обычный текст.

Удаление фрагментов из текстов мотивируется их потенциальным влиянием на смысловые значения в разных частях текстов, особенно в шутках. Рабочей единицей является токен – слово или знак препинания. При построении экспериментов учитывалась позиция токенов относительно структуры последовательности, их лексическое выражение, а также синтаксические связи.

1. Удаление токенов с конца текста. Данный эксперимент исходит из определения панчлайна шутки, как части, в которой происходит смена скриптов и возникает юмористический эффект. На вход модели поступали последовательности с удаленными последними токенами (от 1 до 3 шт.). Количество обусловлено минимальной длиной юмористических текстов 3.

2. Удаление с начала текста. Данный эксперимент опирается на определение сетапа шутки как части, где вводится первый скрипт и выражается первичное значение юмористического текста. На вход модели поступали последовательности с удаленными первыми токенами (от 1 до 3 шт.). Количество обусловлено минимальной длиной юмористических текстов 2. В случае, когда количество удаляемых слов превышало исходную длину шутки, то процесс удаления токенов из юмористического текста не производился.

3. Удаление из середины текста. Данный эксперимент опирается на структуру юмористического текста, где в середине происходит смена сетапа на панчлайн. В данном случае середина рассчитывалась как половина длины текста с учетом пунктуации, и тогда слово, находящееся

еся на этой позиции, и являлось серединой. На вход модели поступали последовательности, где посередине удалялось от 1 до 3 токенов. Количество обусловлено минимальной длиной юмористических текстов.

4. Удаление одного существительного/имени собственного/местоимения. Данный эксперимент исходит из грамматических характеристик указанных частей речи, которые определяют существительное как обозначение одушевленного и неодушевленного предмета, понятия, идеи, концепции, а местоимение – указание или замещение предмета, качества или числа в зависимости от части речи. В существительном, а также местоимении содержится основная доля семантического контекста, задаваемого предложением в целом. При удалении данных частей речи контекст должен измениться и стать более размытым. Следовательно, при удалении слова, важного для повествования, шутка должна перестать быть шуткой, а модель должна присвоить измененному тексту другой лейбл. На вход модели поступали последовательности трех типов: с удаленным попеременно в сетапе, панчлайне и в целом тексте любым первым токеном сначала, у которого часть речи определяется либо как существительное (NOUN), либо имя собственное (PROPN), либо местоимение (PRON). Выбор удаляемого слова определяли не части речи, а порядок слов в предложении.

5. Удаление всех существительных/имен собственных/местоимений. Идея и предпосылки совпадают с основой предыдущего эксперимента. В данном случае из последовательности извлекаются все существительные для того, чтобы впоследствии сравнить влияние на контекст последовательности одного случайного существительного/местоимения/имени собственного и всех, которые есть. На вход модели поступали последовательности с удаленным попеременно в сетапе, панчлайне, и целом тексте токенами, у которых часть речи определяется как существительное (NOUN), имя собственное (PROPN), местоимение (PRON).

6. Удаление одного глагола. Данный эксперимент исходит из грамматических характеристик указанной части речи, которые определяют глагол как обозначение состояния или действия предмета. Предикат является основой синтаксического дерева и обладает связью как с главными, так и со служебными частями речи. Вспомогательные глаголы уточняют и дополняют семантическое значения связанной части речи. При удалении данной части речи контекст должен измениться и стать более размытым. Шутка может перестать быть шуткой, и модель может присвоить измененному тексту другой лейбл. На вход модели поступали последовательности с удаленным попеременно в сетапе, панчлайне и целом тексте одним токеном, у которого часть речи определяется как глагол (VERB) или вспомогательный глагол (AUX).

7. Удаление всех глаголов. Идея и предпосылки совпадают с предыдущим экспериментом. Однако здесь исключаются все слова заявленной части речи из последовательности, чтобы впоследствии провести сравнительный анализ о влиянии глагола на контекст исходной последовательности. На вход модели поступали последовательности с удаленными попеременно в сетапе, панчлайне и целом тексте токенами, у которых часть речи определяется как глагол (VERB) или вспомогательный глагол (AUX).

8. Удаление одной именной группы, элементы которой объединены синтаксическими связями *nsubj* (именное подлежащее), *expl* (плеоназные номинации), *nmod* (атрибут или дополнение в родительном падеже), *appos* (зависимое нарицательное для модификации первого существительного). Данный эксперимент объединяет случаи, когда существительное в основной или зависимой ролях выражает главное или дополнительное значения. На вход модели поступали последовательности с удаленными попеременно в сетапе, панчлайне, и целом тексте токенами, между которыми тип синтаксической связи является одним из вышеуказанных.

9. Удаление одного словосочетания, элементы которого объединены синтаксическими связями *nsubj* (именное подлежащее). Данный эксперимент объединяет случаи, когда существительное в основной роли и выражает главное значение всего или части текста. На вход мо-

дели поступали последовательности с удаленными попеременно в сетапе, панчлайне и целом тексте токенами, между которыми тип синтаксической связи является *nsubj*.

10. Удаление одного словосочетания, элементы которого объединены синтаксическими связями типов *expl* (плеоназные номинации), *nmod* (атрибут или дополнение в родительном падеже), *appos* (зависимое нарицательное для модификации первого существительного). Данный эксперимент объединяет случаи, когда существительное в основной или зависимой ролях и выражает дополнительные значения. На вход модели поступали последовательности с удаленными попеременно в сетапе, панчлайне и целом тексте токенами, между которыми тип синтаксической связи является одним из вышеуказанных.

11. Удаление отдельных частей шутки. Данный эксперимент предполагает радикальное преобразование для исходного текста, особенно для юмористического, так как удаляется одна из двух частей текста. Это применяется для выявления ключевой части шутки, а также для проверки такой гипотезы, что при удалении панчлайна все шутки перестанут быть юмористическими и будут восприниматься моделью как обычный текст. Кроме того, проводится как совместное удаление сетапа/панчлайна в рамках одного эксперимента, так и отдельное в рамках двух экспериментов.

При валидации работы модели и формировании количественных оценок в каждом эксперименте были взяты наименьшие показатели вероятностей, с которыми были определены лейблы. Данные были объединены в единую таблицу, где повторно были выделены наименьшие показатели вероятности оценки текста для каждой из последовательности. На основе данной таблицы была измерена статистическая метрика Accuracy. В рамках количественного анализа результатов было также проведено измерение t-критерия Стьюдента для измерения двух выборок: между начальными вероятностными оценками присвоения лейбла по текстам и наименьшими вероятностными оценками присвоения лейбла, полученными во время каждого эксперимента. В табл. 3 содержатся оценочные показатели, измеренные только на юмористических текстах из валидационного датасета.

Таблица 3

Оценочные показатели результатов экспериментов  
для шуток из валидационного датасета

Table 3

Estimated experimental results for jokes from the validation dataset

Виды преобразований	Accuracy	p-value
Текст без изменений	0,93	–
Удаление от 1 до 3 токенов с конца текста	0,77	< 0,001
Удаление от 1 до 3 токенов с начала текста	0,84	< 1e-4
Удаление от 1 до 3 токенов в середине текста	0,91	< 0,001
Удаление одного токена типа NOUN/PROP/PRON из текста	0,91	< 0,001
Удаление всех слов типа NOUN/PROP/PRON из текста	0,73	< 1e-4
Удаление одного токена типа VERB/AUX из текста	0,89	< 0,001
Удаление всех токенов типа VERB/AUX из текста	0,88	< 1e-4
Удаление одного словосочетания типа <i>nsubj +nmod, expl, appos</i> из текста	0,87	< 0,005
Удаление одного словосочетания типа <i>nsubj</i> из текста	0,87	< 0,005
Удаление одного словосочетания типа <i>nmod, expl, appos</i> из текста	0,94	> 0,05
Удаление только сетапа из текстов	0,84	> 0,05
Удаление только панчлайна из текстов	0,51	< 1e-4
Удаление одного сетапа/панчлайна из текста	0,55	< 1e-4

## 6. Результаты

В данном разделе описывается проведение качественного анализа данных экспериментов по удалению фрагментов текстов, а также рассчитываются два дополнительных показателя, которые позволяют лучше охарактеризовать итоговую информацию. Кроме того, проводится анализ показателей *p-value*, рассчитанных только для шуток из валидационного датасета.

Первый показатель отражает количество экспериментов, где лейбл, определенный моделью, не совпадает с исходным, корректным лейблом. Следует отметить, что в расчетах также учитывался лейбл, проставленный моделью тексту без преобразований. Сравнительный анализ данных, которые были получены по итогам проведения всех экспериментов, позволил выявить, что 78 шуток из всего валидационного датасета хотя бы один раз меняют лейбл на противоположный. Остальные 22 шутки остаются юмористическими несмотря на все изменения последовательностей.

Качественный анализ 22 шуток, у которых лейбл ни разу не менялся на противоположный, позволил выявить, что они обладают ярко выраженными общими чертами. С точки зрения синтаксиса, в основном это шутки-загадки (вопрос-ответ) (65 %), при этом также есть шутки в одно-два предложения (34 %), один диалог. Шутки нарративного формата отсутствуют. При этом 16 из 22 шуток содержат явную или неявную экстралингвистическую информацию. Экстралингвистика, или внешняя лингвистика, – раздел языкознания, исследующий связь языка с мышлением, обществом, культурой, действительностью [Erstein В., 2008]. Так, большинство примеров из ограниченной выборки содержат упоминание национальностей, религиозных групп, технологий, продуктов, известных политических и общественных деятелей. В остальных 25 % обыгрывается ситуативная двусмысленность. Кроме того, важно отметить, что 15 из 22 шуток, где ни разу не менялся лейбл, содержат вероятностные оценки модели выше порога 0,7.

Качественный анализ шуток, где менялся лейбл хотя бы раз, продемонстрировал, что их характеристики схожи с предыдущей группой текстов. Например, основной синтаксической конструкцией является «вопрос-ответ» (57 %), вторичной – тексты в одно-два предложения (43 %). Нарративные и диалоговые шутки отсутствуют в анализируемых данных. Элементы внешней лингвистики, именованные сущности, встречаются в 22 текстах данной группы. Преобладают имена знаменитостей и этнические группы.

Проверка именованных сущностей на предмет их наличия в новостных и художественных отрывках, использованных при обучении классификатора, показала, что в обеих группах шуток не нашлось по два имени знаменитостей, в то время как все остальные слова встретились. Это подтверждает, что обученный классификатор, в основе которого лежит BERT-модель, при распознавании текстов ориентируется не на лексику, а на синтаксис или семантику.

Необходимо обратить внимание на табл. 3, в которой отображены результаты измерения *t*-критерия Стьюдента на первичных вероятностных оценках модели и минимальных вероятностных оценках, полученных при разных преобразованиях текстов шуток. Показатели демонстрируют, что наиболее незначительными для изменения юмористических текстов являются удаление всех именных групп и удаление одного словосочетания типа *nmod*, *expl*, *appos* из текста. Наиболее влиятельными преобразованиями текста на вероятностные оценки модели стали различные виды удаления слов, среди которых лидирующую позицию занимает попеременное удаление панчлайна из текстов. Если разделять удаление скриптов в юмористических текстах, то наиболее влиятельным на текст оказывается удаление панчлайна из юмористических текстов. Это подтверждает, что в большинстве шуток из валидационной выборки смена скриптов и возникновение двусмысленности описываемых концепций, а также наличие триггеров заключено все-таки во второй половине последовательности. Примечательно, что удаление слов из начала юмористического текста влияет сильнее на вероятностные оценки модели, чем удаление от слов с конца. Такой результат, полученный на данном датасете, можно объяснить

наиболее часто встречающимися синтаксическими связями между словами в начале и конце юмористического текста. В табл. 4 и 5 показано количество синтаксических связей между первыми тремя токенами и последними тремя токенами соответственно. Синтаксические связи были выявлены с помощью англоязычной модели синтаксического анализа spaCy. Табл. 4 демонстрирует, что наиболее распространенной синтаксической связью в первых трех токенах с начала шутки является именное подлежащее *nsubj*, которое вместе со сказуемым выражает основную идею последовательности. Табл. 5 показывает, что наиболее частые синтаксические связи между последними тремя токенами, помимо пунктуации, выражены сказуемым (*root*), прямым дополнением (*dobj*), предложным дополнением (*pobj*), которые дополняют, но не выражают основную концепцию подлежащего.

Таблица 4

Частота встречаемости синтаксических связей  
между первыми тремя токенами с начала шутки

Table 4

Frequency of occurrence of syntactic relations between the first three tokens  
from the beginning of the joke

Синтаксические зависимости по spaCy	Встречаемость
<i>nsubj</i>	66
<i>aux</i>	45
ROOT	45
<i>advmod</i>	36
<i>det</i>	24
<i>dobj</i>	18
<i>prep</i>	13
<i>compound</i>	10
<i>amod</i>	8
прочие виды связей	35

Таблица 5

Частота встречаемости синтаксических связей  
между первыми тремя токенами с конца шутки

Table 5

Frequency of occurrence of syntactic connections between the first three tokens  
from the end of the joke

Синтаксические зависимости по spaCy	Встречаемость
<i>punct</i>	116
ROOT	43
<i>dobj</i>	22
<i>pobj</i>	21
<i>det</i>	12
<i>prep</i>	10
<i>amod</i>	9
<i>attr</i>	8
<i>advmod</i>	8
<i>compound</i>	7
прочие виды связей	43
<i>nsubj</i>	1

Если сравнить показатели t-теста между удалением от 1 до 3 токенов с начала последовательности и удалением сетапа, то разница оказывается значительной. Удаление ключевых частей речи NOUN/PRON/PROPN, которые заключают в себе основные смысловые концепты и идеи текста, оказывает равноценное предыдущему типу влияние на вероятностные оценки модели. При этом удаление всех видов глагола не так сильно искажает смысл текста, а соответственно и принятие решения моделью. Однако удаление одного существительного и одного глагола обладает почти одинаковым влиянием на модель.

Кроме того, важно отметить, анализ показал, что только 18 из 100 шуток получили минимальную вероятностную оценку исключительно через удаление сетапа-панчлайна. При этом на 40 % из них это преобразование никак не повлияло в изменении лейбла. То есть при исключении данного подхода все остальные методы удаления слов и словосочетаний можно использовать в качестве формальных правил для тренировки механизмов внимания будущего распознавателя ключевых слов шутки.

### Заключение

Данная работа описывает разработку нейронного бинарного классификатора, распознающего юмористические и неюмористические тексты. С помощью модели была протестирована система формальных подходов по лингвистическим преобразованиям текстов с помощью удаления слов и словосочетаний.

Прежде всего, наш подход к построению и обучению классификатора отличается от подходов, применяемых в предыдущих работах. Предварительные тесты продемонстрировали, что если не отфильтровать юмористические и неюмористические тексты по лексике, чтобы она была схожей, если не одинаковой, то классификатор обучается распознавать тексты не по семантике или синтаксису, а по отдельным словам, которые встречаются только в конкретных типах текстов. В результате нами была обучена гибридная модель с BERT в качестве эмбеддингового слоя на корпусе из 76 100 фрагментов текстов, шуток и не-шутки, с идентичной лексикой. Accuracy и F1-мера составили 0,965 и 0,964 соответственно. Кроме того, выбранный нами подход опирается на теоретические работы В. Раскина и С. Аттардо по юмору в области лингвистики в плане составления экспериментов и поиска ключевых слов в шутках.

С использованием модели было протестировано влияние различных типов преобразований юмористических текстов с целью поиска ключевых частей и слов, без которых шутка перестает распознаваться как юмор. Сравнительный анализ данных, которые были получены по итогам проведения всех экспериментов, позволил выявить, что 78 из 100 шуток из всего того датасета хотя бы один раз меняют лейбл на противоположный. Остальные 22 шутки остаются юмористическими несмотря на все изменения последовательностей. Качественный анализ продемонстрировал, что они обладают ярко выраженными общими чертами. С точки зрения синтаксиса, в основном это шутки-загадки (вопрос-ответ). При этом 16 из 22 шуток содержат явную или неявную экстралингвистическую информацию, а в остальных 6 обыгрывается ситуативная двусмысленность.

В дальнейшем планируется применить полученную модель на расширенном корпусе шуток для определения доли подобных исключений. При этом важно использовать несколько датасетов разного размера: 100 шт., 1000 шт., 5000 шт., 10000 шт. – главное, чтобы юмористические тексты не встречались в тренировочном датасете. Данная операция позволит определить, была ли полученная доля исключительных шуток случайной или закономерной. Кроме того, это позволит выявить дополнительные характеристики исключительных шуток и определить их формальные паттерны.

T-критерий распределения Стьюдента, измеренный на вероятностных оценках исходного и измененного текста для каждого типа преобразования, позволил выявить самые влиятельные

типы преобразования текста: удаление панчлайна, удаление от 1 до 3 токенов с начала текста, удаление всех существительных, удаление глаголов.

Полученные результаты и метрики на данном этапе демонстрируют потенциал в представленном подходе обучения классификатора на распознавание юмора. Эксперименты с лингвистическими преобразованиями подтвердили гипотезу о том, что существительные, а также местоимения и имена собственные являются носителями основного контекста. Следовательно, при поиске триггеров в шутках важно обращать внимание на них в первую очередь. Однако паттерны с удалением первого существительного/местоимения/имени собственного/глагола показали свою несостоятельность по сравнению с остальными экспериментами. Это означает, что основной контекст может быть сосредоточен в разных частях шутки, и требуется иной подход выявлению ключевых существительных. Необходимо также обращать внимание на позиции слов в юмористических последовательностях – хотя удаление панчлайна обладает наибольшим влиянием на смену лейбла в шутке из представленных экспериментов, удаление слов из начала юмористического текста влияет сильнее на вероятностные оценки модели, чем удаление от слов с конца. Это объясняется присутствующими синтаксическими связями между словами в начале и конце юмористических текстов из валидационной выборки. В начале шутки в пределах первых трех слов зачастую присутствует номинальный субъект (nsubj), а в конце в пределах трех слов – различные виды дополнения (dobj, robj и т.д.). Таким образом, на данном датасете подтверждается заявленная структура шутки, где в первом скрипте вводятся основные персонажи, события, понятия, концепты, а во втором заявленные образы дополняются иными идеями.

### Список литературы / References

- Annamoradnejad I.** ColBERT: Using BERT Sentence Embedding for Humor Detection. 2022, URL: <https://arxiv.org/abs/2004.12765>
- Attardo S.** Linguistic theories of humor. Mouton de Gruyter. 1994
- Blinov V., Bolotova-Baranova V., Braslavski P.** Large Dataset and Language Model Fun-Tuning for Humor Recognition // In Proceedings of the 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, 2019, p. 4027–4032.
- Chen Y., Shi B., Si M.** Prompt to GPT-3: Step-by-Step Thinking Instructions for Humor Generation. 2023, URL: <https://arxiv.org/abs/2306.13195>
- Devlin J., Chang M.-W., Lee K., Toutanova K.** BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding // In Proceedings of the 2019 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies, 2019, vol. 1 (Long and Short Papers), p. 4171–4186.
- Epstein B.** The Internal and the External in Linguistic Explanation. // Croatian Journal of Philosophy, 2008, vol. 8(22), p. 77–111.
- Hasan M. K., Rahman W., Zadeh A. B., Zhong J., Tanveer M. I., Morency L.-P., Hoque M.** UR-FUNNY: A Multimodal Language Dataset for Understanding Humor. In Proceedings of the 2019 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing and the 9th International Joint Conference on Natural Language Processing (EMNLP-IJCNLP), 2019, p. 2046–2056.
- He H., Peng N., Liang P.** Pun Generation with Surprise // In Proceedings of the 2019 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies, Volume 1 (Long and Short Papers), 2019, p. 1734–1744. IberLEF2019, URL: <https://sites.google.com/view/iberlef-2019/>
- Karande A.** What Humour Tells Us About Discourse Theories // Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics, 2006, p. 31–38.

- Liu Y., Ott M., Goyal N., Du J., Joshi M., Chen D., Levy O., Lewis M., Zettlemoyer L., Stoyanov V.** // ‘RoBERTa: A Robustly Optimized BERT Pretraining Approach’, URL: <https://arxiv.org/abs/1907.11692>.
- Morreall J.** “Philosophy of Humor”, The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2020 Edition). Edward N. Zalta (ed.), Metaphysics Research Lab, Stanford University, 2020, vol. 2. URL: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/humor/>
- Pritchett Bradley L.** Garden Path Phenomena and the Grammatical Basis of Language Processing // Language 64, 1988, p. 539–576.
- Raskin V.** Semantic Mechanisms of Humor, Volume 24 Springer Netherlands, Dordrecht, 1984, p. 99–147.
- Raskin V., Attardo S.** Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model // Humor – International Journal of Humor Research, Volume 4 (Issue 3-4), 2020, p. 293–348.
- SemEval2020, URL: <https://alt.qcri.org/semeval2020/>
- SemEval2021, URL: <https://semeval.github.io/SemEval2021/>
- Spacy-model “en\_core\_web\_trf”: [https://huggingface.co/spacy/en\\_core\\_web\\_trf](https://huggingface.co/spacy/en_core_web_trf)
- Tang L., Cai A., Li S., Wang J.** The Naughtyformer: A Transformer Understands Offensive Humor, 2023, URL: <https://arxiv.org/abs/2211.14369>
- Toplyn J.** Witscript 3: A hybrid ai system for improvising jokes in a conversation. 2023, URL: <https://arxiv.org/abs/2301.02695>
- Veale T.** Figure-Ground Reversal in Linguistic Humour: A multimodal perspective // Lodz Papers in Pragmatics 4.1, Special Issue on Humour, 2008, p. 63–81.
- Wang M., Yang H., Qin Y., Sun S., Deng Y.** Unified Humor Detection Based on Sentence-pair Augmentation and Transfer Learning // In Proceedings of the 22nd Annual Conference of the European Association for Machine Translation, 2020, p. 53–59.
- Weller O., Seppi K.** Humor Detection: A Transformer Gets the Last Laugh // Proceedings of the 2019 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing and the 9th International Joint Conference on Natural Language Processing (EMNLP-IJCNLP), 2019, p. 3621–3625.

### Информация об авторе

**Заковоротная Евгения Максимовна**, аспирант факультета гуманитарных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

### Information about the Author

**Eugeniia M. Zakovorotnaia**, Postgraduate Student of the Faculty of Humanities of the National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation

*Статья поступила в редакцию 14.08.2023;  
одобрена после рецензирования 28.03.2024; принята к публикации 19.04.2024*

*The article was submitted 14.08.2023;  
approved after reviewing 28.03.2024; accepted for publication 19.04.2024*

Научная работа

УДК 81'42

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-112-132

## Вербализация тревожных настроений в немецкой прессе на примере употребления лексемы “Angst”

Мария Владимировна Хохлова<sup>1</sup>

Михаил Витальевич Корышев<sup>2</sup>

Санкт-Петербургский государственный университет

Санкт-Петербург, Россия

<sup>1</sup>m.khokhlova@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9085-0284>

<sup>2</sup>m.koryshev@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8946-4431>

### Аннотация

Статья посвящена изучению неврозогенных тем, которые отражают беспокойство, курсирующее в немецком обществе. В работе рассматривается контекстуализация страха на основе ряда источников с учетом временного охвата. В качестве материала был использован представительный корпус Timestamped JSI German corpus, который содержит новостные статьи из немецкоязычных изданий за период с 2014 по 2021 г. и на основе которого были отобраны пять подкорпусов общим объемом 373 млн словоупотреблений. Источники представляют собой как общегерманскую прессу (“Bild”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”), так и локальные издания из разных регионов ФРГ (“Coburger Tageblatt”, “Schwarzwälder Bote”, “Stuttgarter Zeitung”). При помощи индуктивного анализа, направляемого корпусом, были определены лексемы, встречающиеся с существительным «Angst», что позволило очертить круг тем, которые вызывают тревогу в немецком обществе. Были выявлены как темы, которые являются общими для всей прессы в целом (терроризм и война, иностранцы и ксенофобия, экономика, будущее и др.), так и те вопросы, которые оказываются уникальными для конкретного издания или встречаются в некоторых из них. Проведенный дисперсионный анализ показал, что существуют статистически значимые отличия в употреблении лексемы «Angst» в разных источниках и с учетом времени написания текста. Результаты продемонстрировали, что тревожные настроения в большей степени распространены в крупных надрегиональных изданиях: затронутые в них темы имеют отношение к проблемам внешней и внутренней политики, в то время как в локальной прессе фокус смещен в сторону повседневных вопросов. С 2014 по 2021 г. наблюдаются всплески тревожных настроений, которые фиксируются во всех изданиях и связаны с реакцией на актуальную новостную повестку. Наибольшее количество упоминаний, так или иначе затрагивающих страхи, относится, в целом, к 2020 году, отмеченному пандемией COVID-19. Дополнительно было показано, что с различными предложными объектами актуализируются разные смысловые потенции слова «Angst».

### Ключевые слова

страх, тревожные настроения, корпус текстов, публицистика, новостные тексты, тема, немецкий язык

### Финансирование

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00937, <https://rscf.ru/project/24-28-00937/>

### Для цитирования

Хохлова М. В., Корышев М. В. Вербализация тревожных настроений в немецкой прессе на примере употребления лексемы “Angst” // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 112–132. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-112-132

© Хохлова М. В., Корышев М. В., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3

Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

## Ways of Expressing Anxiety in the German Press on the Example of the Lexeme “Angst”

Maria V. Khokhlova<sup>1</sup>, Mikhail V. Koryshev<sup>2</sup>

St Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation

<sup>1</sup>m.khokhlova@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9085-0284>

<sup>2</sup>m.koryshev@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8946-4431>

### Abstract

The article deals with the study of neurosogenic themes that reflect anxiety in German society. The paper examines the contextualization of fear on the basis of a number of sources, taking into account the temporal scope. The analysis was based on the representative Timestamped JSI German corpus, containing news articles from German-language papers published in 2014–2021 and from which five sub-corpora with 373 million tokens were built. The sources represent both the general German press (“Bild”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”) and localized publications from different regions of the Federal Republic of Germany (“Coburger Tageblatt”, “Schwarzwälder Bote”, “Stuttgarter Zeitung”). Using a corpus-driven analysis, we identified lexemes occurring with the lexeme «Angst», thus outlining the range of topics that cause anxiety in German society. Both topics those common to the press as a whole (terrorism and war, foreigners and xenophobia, the economy, the future, etc.) and those that turn out to be unique to a particular publication or occur in several of them were identified. The ANOVA has shown that there are statistically significant differences in the use of the lexeme «Angst» in different sources and time periods of text writing. The results showed that anxiety is prevalent in large German newspapers, i.e. the topics covered in these publications are relevant to the problems of foreign and domestic policy, while in the local press the focus is shifted towards everyday issues. From 2014 to 2021, we observe spikes of anxiety recorded in the newspapers related to the current news agenda. The largest number of examples dealing with fears relates, in general, to the year 2020, marked by the COVID-19 pandemic. Additionally, it was shown that different semantic potencies of the word «Angst» are actualized depending on different prepositional objects.

### Keywords

fear, anxiety, text corpus, journalism, news texts, topic, German language

### Funding

The study was supported by the Russian Science Foundation, project No 24-28-00937, <https://rscf.ru/en/project/24-28-00937/>

### For citation

Khokhlova M. V., Koryshev M. V. Ways of expressing anxiety in the german press on the example of the lexeme “Angst”. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 112–132. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-112-132

## Введение

За последние два десятилетия методология филологических и лингвистических исследований претерпела значительные изменения, которые связаны с появлением новых методов анализа текстов и их описания. Возможности, которые открывают современные методы, привели как к зарождению новых направлений прикладных исследований, так и к актуализации интереса к уже существующим. Эти две группы возможностей связаны напрямую с применением автоматических методов, позволяющих проанализировать большие объемы текстов и оценить проявляющиеся в этих текстовых массивах тенденции. Методологически важно отметить, что именно опора на большие корпуса текстов дает возможность обеспечить доказательность исследования, которая, впрочем, зависит и от выбранного для анализа инструментария и его надежности.

## 1. Обзор исследований

Предваряя обзор существующих проектов в области анализа публицистики, необходимо упомянуть дискурсивный подход, предполагающий исследование некоторой темы через то, как она отражена в источниках с привлечением контекстов. Примером такого рода

может служить исследование дискурса финансового кризиса на материале британских газет за 2009 г. [Schröter, Storjohann, 2015]. Авторы применяли корпусно-ориентированный анализ (англ. corpus-assisted analysis) совместно с фреймовым анализом, в ходе которого выявлялись коллокации с термином “financial crisis” – заполнители семантических слотов для фрейма «событие». На немецкоязычном материале также есть опыт проведения исследований дискурсивно значимых для германского общества и, соответственно, медиапространства событий средствами методов, разрабатываемых корпусной лингвистикой. В работе [Adam et al., 2020] авторы сосредоточились на «климатических скептиках» как на политическом контрдвижении и задались вопросом: как формируется дискурсивный резонанс онлайн-климатического скептицизма в традиционных СМИ Германии, когда климатическим скептикам не хватает общественного престижа? Авторами были разработаны индикаторы для измерения такого резонанса, результаты применения которых позволили прийти к выводу, что скептики используют новые СМИ для того, чтобы напористо навязывать свои интересы публике и таким образом оказывать влияние на общественное мнение, в то время как традиционные СМИ не придают большого интереса скептикам.

Отдельного внимания заслуживают работы, посвященные исследованию эмоционально окрашенной лексики в разных языках [Liu, 2020]. Интерес к теме значительно возрос в последние годы в связи с появлением больших коллекций текстов и возможностей для их обработки. Методы, которые используются в анализе тональности, позволяют проследить отношение авторов к определенным темам и, более широко, настроений. Так, в работах обращаются к образу университетов в постах социальных медиа [Abdelrazeq et al., 2016], а также описывают направления их развития [Чернявская, 2019], определяют взаимосвязи между политическими партиями и их отражением на страницах газет [Falck et al., 2019].

Корпусные методы дают возможность проанализировать ключевые понятия, которые являются значимыми для понимания той или иной культуры, в рамках подхода, направляемого корпусом (англ. corpus-driven) [Tognini-Bonelli, 2001]. Особое значение имеет тот факт, что некоторые из них являются непереводаемыми (например, «интеллигенция» или «перестройка» в русском языке) и заимствуются другими языками. Так, в работе [Benko et al., 2023] проводится анализ феномена “hygge” (означающее уют, комфорт и безмятежность) и его репрезентации в датском языке на материале большого веб-корпуса. В случае немецкого языка особого внимания заслуживает понятие “Angst”, означающее страх и зафиксированное в Оксфордском словаре английского языка [Oxford English Dictionary]. Данная тема представляет интерес еще по одной причине: исследование страха как одной из базовых эмоций позволит проследить настроения в обществе. Так, политически и общественно значимые события накладывают отпечаток на отношение к темам и, как следствие, связанным с ними эмоциями, что, например, продемонстрировано ростом алармистских настроений в прессе относительно пандемии коронавируса [Езан, Ковтунова, Григорьева, 2022].

Ресурс Google Books Ngram Viewer [Google Books Ngram Viewer] фиксирует рост упоминаний лексемы «Angst» в немецкоязычных текстах (в том числе в художественной и научной литературе) (рис. 1), что может также свидетельствовать как об интересе к теме фобий, так и косвенно указывать на усиление тревожных настроений в обществе. Данная тенденция обращает на себя внимание со второй половины 1970-х и не теряет своей актуальности до нашего времени.

График на рис. 1 показывает, что традиционно отмечаемые в истории немецкой культуры пертурбации в ходе развития немецкого общества второй половины 1970-х (годы «красного террора») – первой половины 1980-х гг. (кризис антимилитаристских настроений, связанных с попыткой размещения на территории ФРГ атомного оружия) с последующим воссоединением Германии, прошедшим безболезненно, оказывается несопоставимым по уровню аккумуляруемого обществом невротизма, который отражается и в резком росте кривой в вышеприведенном графике с периода 2000-х гг. Представляется, что в этом контексте Германия

поворотного десятилетия 1990-х доживает ресурс развития так называемого постклассического модернизма, своеобразное прощание с которым и занимает 1990-е гг., в течение которых складывается парадигма глобального мира, проявившая себя в третьем тысячелетии многочисленными кризисными явлениями, обозначаемыми в современной политологии как «конец Запада» [Ритц, 2023].

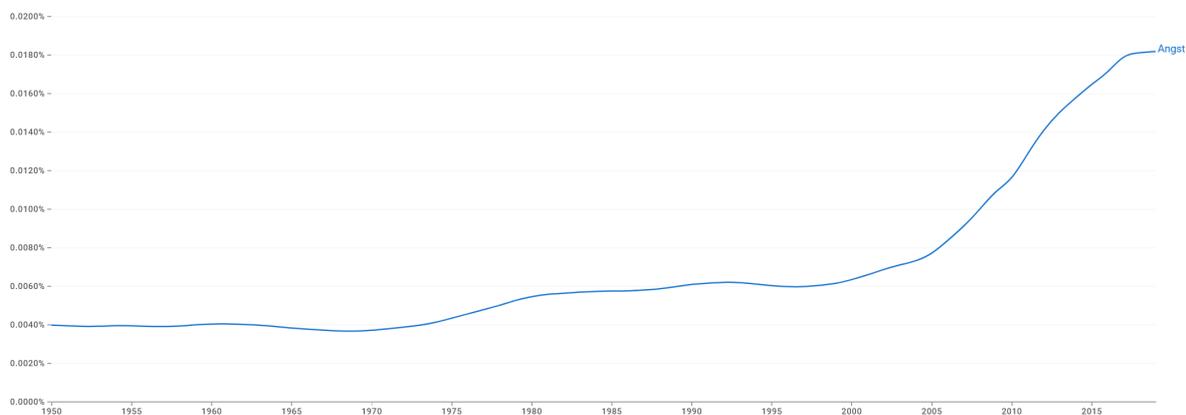


Рис. 1. Распределение частотностей употребления лексемы «Angst» в Google Books Ngram Viewer

Fig. 1. Frequency distribution for the lexeme «Angst» in Google Books Ngram Viewer

Концепту *Angst* в немецком языке и культуре были посвящены многочисленные исследования (например, [Böhme, 2013; Biess, 2019; Чеснокова, 2012]). В работах [Wiezbicka, 1998; Wiezbicka, 1999] проводится разграничение между метафизическим страхом (*Angst*) как немотивированной эмоцией и реальным страхом и ужасом (*Furcht*), имеющего под собой определенную причину. Автор исследует становление данного понятия, обращаясь к текстам Мартина Лютера, оказавших влияние на изменение его значения.

Страх, который может передаваться по-разному в немецком языке (*Furcht, Angst*), представляется многоплановым феноменом. При этом стоит отметить, что мысли Анны Вежбицкой, сформулированные ею относительно концепта *German Angst* [Wiezbicka, 1998; Wiezbicka, 1999], весьма интересны публицистически, однако не всегда находят окончательного подтверждения в лингвистике. Однако идея о противопоставлении *Angst* и *Furcht* оказывается плодотворной. Немецкий *Furcht* передает эмоцию, которая характеризуется, скорее, положительной окраской. Это некоторый страх-благоговение – эмоция продиктована уважением к объекту или к тому, что названо объектом. Тогда как *Angst* связан с отрицательными эмоциональными коннотациями и, скорее, может быть обозначен как страх-испуг или страх-ужас.

## 2. Цель и методика исследования

Целью данного исследования является выявление круга неврозогенных тем в немецкоязычной публицистике, которые отражают беспокойство, курсирующее в немецком обществе, и, более широко, связаны со страхом как эмоцией [Лакосина, Сергеев, Панков, 2005]. Интерес представляют собой как источники, которые издаются широким тиражом и пользуются популярностью во всей ФРГ, так и локальная пресса, которая востребована только узким кругом читателей, поскольку разный угол зрения на актуальную повестку дня (локальный – надрегиональный) позволит выявить именно те точки схождения, которые будут доказательно сигнализировать о тех источниках невротизма, которые действительно есть в обществе, а не искусственно ему приписываются или навязываются журналистским сообществом.

Для проведения анализа ключевых понятий необходимы корпуса текстов большого объема, которые позволяют продемонстрировать исследуемое явление на примере достаточного количества цитат и, как следствие, сделать и верифицировать выводы, обосновывая их статистически (в том числе для исследования сочетаемости [Khokhlova, 2009; Khokhlova, Benko, 2020]). Особым типом корпусов текстов являются мониторные корпуса, которые дают возможность проследить изменение динамики использования тех или иных лексических единиц, а также синтаксических конструкций на протяжении времени благодаря специальной временной разметке (временным меткам, англ. timestamp). Сервис Google Books Ngram Viewer, который используется для поиска слов и их сочетаний в библиотеке Google Books с последующим построением графиков частотности, обладает в некоторой степени схожим функционалом, однако не может быть назван корпусом текстов. Также необходимо отметить, что коллекция немецкоязычных текстов включает материалы до 2019 г., что существенно ограничивает возможную область применения и наш исследовательский интерес.

Корпусы семейства Timestamped JSI web corpora были разработаны в Институте Йозефа Стефана (Любляна, Словения) и доступны для 18 различных языков [Trampuš, Novak, 2012; Vušta et al., 2017]. Материалом для нашего исследования послужил корпус Timestamped JSI web corpus, который содержит новостные статьи из немецкоязычных изданий за 2014–2021 гг. общим объемом около 8,4 млрд словоупотреблений. На его основе были созданы пять подкорпусов, которые отражают как общегерманскую (“Bild”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”), так и локальную прессу (“Coburger Tageblatt”, “Schwarzwälder Bote”, “Stuttgarter Zeitung”):

- 1) “Bild” (82 979 482 словоупотребления);
- 2) “Frankfurter Allgemeine Zeitung” (76 152 767 словоупотреблений);
- 3) “Schwarzwälder Bote” (105 109 263 словоупотребления);
- 4) “Coburger Tageblatt” (68 589 028 словоупотреблений);
- 5) “Stuttgarter Zeitung” (40 601 825 словоупотреблений).

Необходимо отметить, что “Frankfurter Allgemeine Zeitung” – одно из наиболее солидных общегерманских изданий, в то время как “Bild” – еженедельник, ориентирующийся на стандарты скандальной «бульварной» журналистики, среди региональной прессы значительно выделяется “Stuttgarter Zeitung”, ставящее своей целью привлечение внимания читательской аудитории за пределами региона. Выбор других региональных изданий продиктован целесообразностью привлечения источников из разных земель ФРГ (“Schwarzwälder Bote” из Баден-Вюртемберга (юго-западный регион) и “Coburger Tageblatt” из баварской Верхней Франконии (юго-восточный регион)). Опираясь на результаты анализа локальной прессы Южной Германии, авторы осознанно экстраполируют полученные результаты на ФРГ в целом, поскольку можно говорить о принятом в этой стране общем стиле общенациональной, надрегиональной и локальной журналистики, лишенном в случае с региональной прессой географически обусловленного колорита.

Такой разброс при выборе источников продиктован необходимостью проверки гипотезы о большей представленности тревожных настроений в центральной прессе в противовес региональным изданиям, избегающим такого уклона в силу того, что локальная пресса должна подхватывать настроения аудитории для ее сохранения уже в силу того, что тиражи локальной прессы в настоящее время резко сокращаются, тогда как надрегиональная пресса в результате действия ряда факторов может позволить себе риск намеренного влияния на настроения своих читателей.

В ходе работы были проанализированы следующие предложные сочетания с лексемой «Angst» и их контекстное окружение:

- 1) *Angst vor j-m/ etw.* («страх перед кем-то или чем-то, боязнь кого-то или чего-то»);
- 2) *Angst um j-n/ etw.* («страх о ком-то или о чем-то, озабоченность в связи с кем-то или чем-то»).

Дополнительно были рассмотрены составные существительные, одним из компонентов которых является «Angst». Например, *Todesangst* («страх смерти») или *Existenz-Angst* («экзистенциальный страх, страх перед завтрашним днем»).

Контекстуализация страха в данном исследовании была рассмотрена на основе нескольких публицистических источников с учетом временного охвата материала. При помощи индуктивного анализа, направляемого корпусом, были определены лексемы, встречающиеся с лексемой «Angst», что позволило очертить круг тем, которые волнуют немецкое общество. Дополнительно была дана интерпретация количественных отличий между результатами при помощи статистических методов.

### 3. Результаты

Лексема «Angst» встречается чаще в общегерманских СМИ, в то время как в локальной и региональной прессе ее частотность ниже, что может свидетельствовать о том, что фобии «навязываются» и «нагнетаются» «большими» СМИ в манипулятивных целях (см. табл. 1), при этом малые издания в большей степени посвящены «местным» темам, не вызывающим тревоги в силу их непосредственной близости читательской аудитории. Это объясняется тем, что в условиях германского государства общественность активно участвует в политической жизни на муниципальном и региональном уровнях и тем самым создает для себя иллюзию контроля ситуации в том, что касается своего непосредственного окружения, и довольствуется этим, не испытывая при этом необходимости покидать зону комфорта и заниматься общегерманскими и мировыми проблемами и доверяясь во многом государству и партийным игрокам на германской политической арене.

Таблица 1

Частотность лексемы «Angst» в подкорпусах в ipm

Table 1

Relative frequency for the lexeme «Angst» in subcorpora

Лексема	Bild	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Schwarzwälder Bote	Coburger Tageblatt	Stuttgarter Zeitung
Angst	175,09	128,31	61,96	58,81	106,57

Общая тенденция, которая реализуется во всем корпусе, демонстрирует скачок частотностей для лексемы «Angst» в текстах четвертого квартала 2014 г. и первого полугодия 2020 г. (рис. 2).



Рис. 2. Распределение частотностей лексемы «Angst» в корпусе Timestamped JSI web German corpus

Fig. 2. Frequency distribution for the lexeme «Angst» in Timestamped JSI web German corpus

Рост тревожных настроений в германском обществе прослеживается на протяжении всего 2014 г., поэтому следует предположить, что абсолютный максимум индекса тревожности

к концу 2014 г. вызван кумулятивным эффектом, в основе которого такие события, как присоединение Крыма к Российской Федерации, нарастание кризиса в энергетической сфере, рост праворадикальных настроений в Европе, кризис в Греции и эскалация сирийского конфликта. Все эти неврозогенные для Германии факторы не могли проявиться одновременно, поскольку тревожные настроения, как это видно из самого термина, требуют некоторого времени для «настройки». Это особенно справедливо в ситуации 2014 г., которой предшествовала сравнительно ровная и благополучная атмосфера первой трети 2010-х: раскачивание и нагнетание негативного аффекта, накладывающегося на все более негативно окрашенную ленту новостей, требует в таких условиях значительного времени.

Рост тревожных настроений в начале 2020 г. не требует, как видится, подробных пояснений: он совпадает со временем начала пандемии COVID-19, коренным образом изменившей жизнь всего мира в целом и немцев в частности.

### 3.1. Предложное сочетание “Angst vor j-m/ etw.”

Среди топ-100 существительных, используемых в предложном сочетании “Angst vor”, тридцать лексем встречается во всех пяти подкорпусах (на них приходится 52 % от общего количества примеров), при этом частотности данных существительных отличаются (на рис. 3 приведен пример для 20 лексем из этого списка).

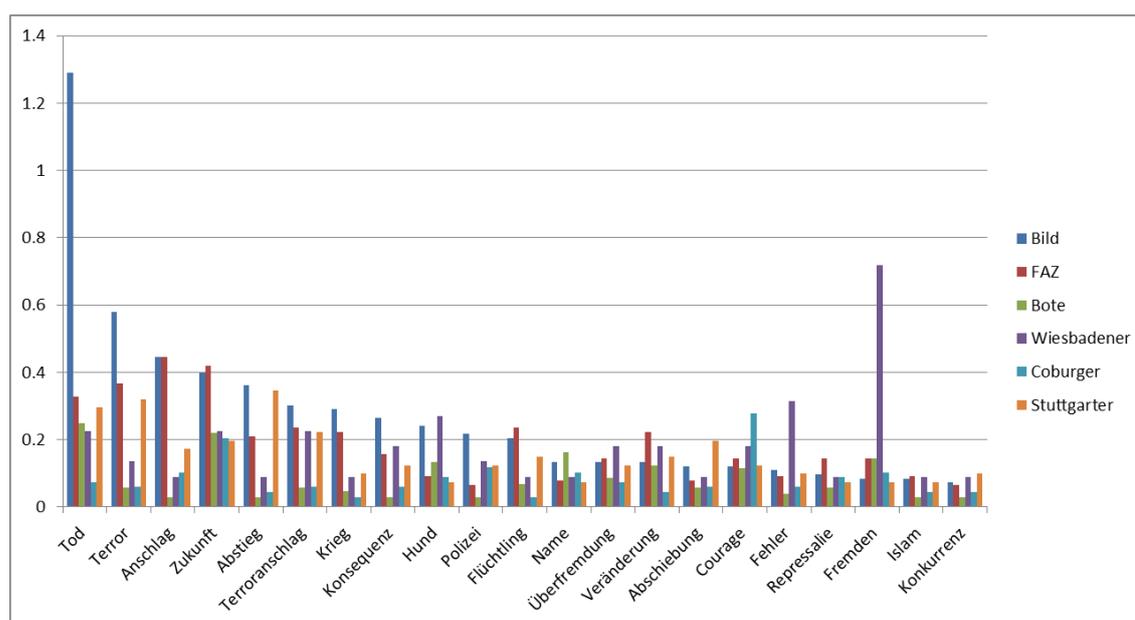


Рис. 3. Частотности для 20 лексем в предложном сочетании “Angst vor”  
Fig. 3. Frequencies of 20 lexemes used in the prepositional phrase “Angst vor”

Можно выделить следующие группы существительных согласно их семантическим признакам: 1) терроризм, война, причинение вреда здоровью и нападение: *Terror* («террор»), *Anschlag* («нападение, покушение»), *Terroranschlag* («нападение террористов»), *Krieg* («война»); 2) иностранцы и ксенофобия: *Flüchtling* («беженец»), *Überfremdung* («иностранное засилье»), *Fremden* («иностранцы»), *Islam* («ислам»); 3) заболевания: *Corona* и *Coronavirus* («коронавирус»), *Ansteckung* («заражение»), *Virus* («вирус»); 4) будущее, последствия событий, преследования (в том числе по политическим мотивам): *Tod* («смерть»), *Sterben* («умира-

ние»), *Verlust* («потеря»), *Zukunft* («будущее»), *Konsequenz* («последствие»), *Fehler* («ошибка»), *Veränderung* («изменение»), *Abschiebung* («выдворение»), *Repressalie* («репрессия»); 5) экономика: *Abstieg* («спад, упадок»); 6) люди и объекты: *Mann* («мужчина, человек»), *Polizei* («полиция»), *Hund* («собака»), *Name* («имя»); 7) действия со стороны иных людей: *Übergriff* («превышение полномочий, злоупотребление властью»), *Konkurrenz* («конкуренция»); 8) поведение и черты характера: *Courage* («смелость, храбрость»)<sup>2</sup>.

Показательным является тот факт, что наиболее многочисленными по составу являются дополнения, представленные в третьей группе и связанные с боязнью событий в будущем (так, наибольшую частотность среди всех примеров демонстрирует лексема *Tod* в газете “Bild”).

В каждом из источников также выделялись другие лексемы, которые являются уникальными именно для этой прессы или встречаются в ряде источников и которые будут рассмотрены более подробно ниже. Следует отметить также, что отчетливо выделяется группа существительных, связанная с обозначением болезней: *Corona-Virus*, *Infektion*, *Corona-Infektion*, *Ebola*, *Krankheit*, *Krebs*, *Corona-Ansteckung*. Наибольшее число примеров объяснимо относятся к новой коронавирусной инфекции COVID-19. В текстах статей также упоминаются конкретные страны, вызывающие тревогу в обществе, такие как *Russland* («Россия») и *China* («Китай»).

### 3.1.1. “Bild”

В таблоиде “Bild” рассматриваются более глобальные темы, связанные с внешней политикой (упоминание Дональда Трампа *Trump: Laut dem aktuellen Politbarometer (ZDF-Umfrage) haben 78 Prozent der Deutschen Angst vor Trump.*).

Дополнительно к теме болезней и, более узко, коронавируса упоминается непосредственно *Corona-Infektion*, *Lockdown* («локдаун»: *In Deutschland geht die Angst vor einem zweiten Lockdown um, denn die Zahlen der Neuinfektionen explodieren ...*) как возможное последствие, *Ebola* («Эбола»: *Auch wenn die Risiken einer interkontinentalen Ausbreitung laut Experten sehr gering sind, wächst weltweit die Angst vor Ebola!*) и *Spritze* («инъекция, укол»: *Dass die Impfbereitschaft nicht höher ist, liegt nicht unbedingt nur an der Angst vor Nebenwirkungen der Impfstoffe. Viele Menschen haben schlicht Angst vor Spritzen.*).

Внимание привлекает тема терроризма и военных действий во всем мире, которая проявляется через упоминание целого ряда семантически связанных лексем: *Attentat* («покушение»), *Bombe* («бомба»), *Terror-Anschlag* («террористический акт»), *Racheakt* («акт возмездия»):

*Nach den Anschlägen in Paris wächst in Europa die Angst vor neuen Attentaten.*

*Der schwarz gekleidete und mit vermeintlichen Ninja-Schwertern ausgestattete Australier hatte im Zug von Budapest nach Dresden unter Reisenden Ängste vor einem Attentat ausgelöst.*

*In Deutschland wird die Angst vor Terror-Anschlägen immer größer, zugleich steigt die Zahl der Einbrüche!*

*Terror-Angst – Wohin geht die Reise der Chemnitzer? Chemnitz – Die Angst vor Terror-Anschlägen, das schäbige Verhalten des türkischen Staatspräsidenten gegenüber Deutschen und jetzt der Hooligan-Wahnsinn in Frankreich.*

*Aus Angst vor Racheakten werden die Zugangswege überwacht.*

*Die Angst vor Bomben wiegt schwerer als ein paar unfreundliche Menschen.*

Тема внешней политики продолжается в связи с возможной выдачей граждан (*Auslieferung*) иным государствам (в контексте преследования по политическим мотивам):

*Offenbar aus Angst vor einer Auslieferung an die Vereinigten Staaten bat Schewchenko am Samstag via Twitter ihre Follower um Rat: „Was sind schöne Länder mit garantiert keinen US-Kontrollen / Listen an der Grenze? Außer Russland“.*

<sup>2</sup> Отмеченное в примерах существительное встречается в источниках только в сочетании “Angst vor der eigenen Courage” («страх, боязнь собственной смелости, храбрости»): *Doch schon bald muss der Angeklagte Angst vor der eigenen Courage bekommen haben.*

Страх, имеющий отношение к вопросам миграционной политики, связан с упоминанием лексемы *Zuwanderung* («иммиграция»), а также дополнительно контекстуализируется ксенофобия *Muslim* («мусульманин»):

*Später legt der AfD-Mann nach: „Wir müssen die Menschen ernst nehmen, die sagen, wir haben Angst vor der unkontrollierten Zuwanderung.“*

*Die Angst vor der Zuwanderung und dem Islam hat den Brexit ermöglicht, sie wird die Bundestagswahl 2017 bestimmen.*

*Péter Györkös (53): Ungarns Botschafter in Berlin sagt ganz offen: „Wir haben Angst vor Muslimen“!*

Тревоги и опасения, которые существуют в обществе, могут приводить к дальнейшим негативным последствиям, являясь своего рода триггерами. Так, возможны беспорядки (*Unruhen, Krawall, Randal*), которые могут быть вызваны празднованием победы на выборах или иными важными политическими событиями, а также итогами спортивных матчей:

*Aus Angst vor weiteren Unruhen wurde nun auch für die Nacht zu Montag (Ortszeit) eine Ausgangssperre verhängt.*

*Angst vor Krawallen – Köln soll für AfD-Parteitag zur Festung werden. 600 AfD-Delegierte beim Bundesparteitag der Rechtspopulisten, mehr als 4000 Polizisten und rund 50 000 Gegendemonstranten werden erwartet.*

*Am Sonnabend riegelten die Einsatzkräfte wegen der Hooligan-Demo am alten ZOB die City komplett ab – Angst vor Randal!*

Действия со стороны других людей или связанные с ними неприятные последствия представлены через лексемы *Anfeindung* («враждебность») или *Blamage* («позор»):

*Die Anwohner sind wütend, den eigenen Namen will aber keiner in der Zeitung lesen. „Ich bin im Viertel bekannt, habe Angst vor Anfeindungen.“ Das Landeskriminalamt sucht die Täter im linksextremistischen Milieu, hat bereits 30 000 Euro Belohnung ausgesetzt.*

*Aber das ist Quatsch, stellt Sascha Horvath klar: „Wir brauchen keine Angst vor der Blamage zu haben. Denn auch wenn die Ergebnisse enttäuschend waren, haben wir gezeigt, was wir drauf haben.“*

### 3.1.2. “Frankfurter Allgemeine Zeitung”

В издании “Frankfurter Allgemeine Zeitung” мы находим широкий спектр обсуждаемых тем. Прежде всего, это внешнеполитическая повестка, которая оказывает ощутимое влияние на формирование тревожных настроений в обществе – значительное место здесь занимает тематика, имеющая отношение к специальной военной операции и к ситуации на Ближнем Востоке; производными является тревожающее мироощущение, связанное с разного рода вторжениями (*Invasion*), реальными или воображаемыми:

*Angst vor einer russischen Invasion im Osten. Die Krim-Krise sorgt im Osten der Ukraine für wachsende Unruhe.*

*Der Dschihadismus ist für ihn „kein soziales, sondern ein theologisches Problem“. Und alles andere als eine „Wahnvorstellung“ sei die Angst vor der Invasion des Westens durch den Islam.*

Тема внешней политики находит свое продолжение в связи с исламистами (*Islamist*):

*An Pfingsten soll in Berlin Ihr Stück „Adhan“ aufgeführt werden. Am vergangenen Mittwoch wurde Ihnen abgesagt – aus Angst vor Islamisten.*

Опасность террористической угрозы вынесена в заголовок целого ряда статей в 2015 г. Обращает на себя внимание тот факт, что целый ряд выпусков за этот год посвящен поиску последователей террористов *Nachahmer* («подражатель»):

*Die Angst vor Nachahmern. Die Behörden erhoffen sich von den aktuellen Ermittlungen zur mutmaßlichen Terrorfinanzierung um die Dinslakener Zelle neue Erkenntnisse über das in der Region nach wie vor aktive dschihadistische Netzwerk, das sich womöglich von Dinslaken aus in Richtung Oberhausen und Duisburg verlagert oder ausweitet.*

**Die Angst vor Nachahmern.** Die junge Frau soll im Jahr 2012 vom Katholizismus zum Islam konvertiert sein.

**Die Angst vor Nachahmern.** In dem Entwurf wird zur Begründung der Gesetzesverschärfung auf die hohe Zahl von Personen hingewiesen, die Deutschland mit dem Ziel verlassen, sich in Lagern von Terrormilizen ausbilden zu lassen.

Тема внешней политики дополнительно контекстуализируется в связи с упоминанием лексемы *Grexit* («Грексит», т. е. выход Греции из ЕС).

In der Griechenland-Krise und in der Angst vor einem Grexit sind die deutschen Aktien mit herben Kursverlusten gestartet.

Die Zuspitzung der Griechenland-Krise und die Angst vor einem Grexit sollten die Sorgen rund um den Euro eigentlich deutlich zunehmen lassen.

Тревоги также связаны с возможной торговой войной (*Handelskrieg*) между США и Китаем как крупнейшими экономиками, в результате которой могут быть затронуты интересы ФРГ:

**Die Angst vor einem Handelskrieg mit China hat schon für Kursstürze an den Börsen gesorgt.** Dass die EU und damit Deutschland von der Maßnahme (vorerst) verschont geblieben sind, war der Kanzlerin am Donnerstag ein öffentliches Hoch auf den eigenen Kontinent wert.

Упомянутый в статьях банковский кризис (*Bankenkrise*) в Европе также может иметь негативные последствия для ФРГ:

EZB versucht Ängste vor Bankenkrise zu beschwichtigen.

EZB-Direktoriumsmitglied Sabine Lautenschläger ist Ängsten vor einer neuerlichen Bankenkrise in Europa entgegengetreten.

В своих публикациях авторы обращаются к теме внутренней политики. Так, упоминается страх перед партией «AfD» («Альтернатива для Германии»):

Maischberger rief: „Also, wenn Ihre politische Großleistung ist, dass Sie Glühbirnen verkaufen, habe ich weniger Angst vor der AfD.“ Jetzt haben alle Angst vor der AfD. Fast zehn Prozent in Sachsen, über zehn Prozent in Thüringen, mehr als zwölf Prozent in Brandenburg.

Aus Angst vor der AfD zögerte daher auch die SPD, in die Vollen zu gehen: Wegen Maaßen werde man doch nicht die Koalition platzen lassen.

Также вызывают волнение протесты (*Protest*) и исход политических выборов *Ergebnis* («результат»):

Zu einer eigenen Klimaschutzpolitik der AfD, die etwa in einem Plädoyer für die Atomkraft bestehen könnte, hat die AfD sich aber nicht durchringen können, auch aus Angst vor Protesten in ihrer eigenen Anhängerschaft.

Rund 15000 Polizisten sollen die öffentliche Ordnung aufrechterhalten. Dennoch ist die Angst vor gewaltsamen Protesten groß.

Nach einer schweren Phase im vergangenen Jahr, in der die bundespolitischen Prestigeprojekte der CSU wie Maut und Betreuungsgeld wie Seifenblasen zerplatzten und Seehofer Angst vor einem schlechten Ergebnis auf dem Parteitag hatte, ist der CSU-Chef dank der Flüchtlingskrise wieder oben auf, sonnt sich in seiner Popularität.

Rein quantitative Appelle und krude historische Übertragungen zeugen von der Ratlosigkeit der Akteure in den etablierten politischen Parteien angesichts des bevorstehenden Urnengangs und von ihrer Angst vor einem Ergebnis, das vom weiteren Aufstieg der populistischen Kräfte zeugt.

В то время как вопросы экономики, которые затрагиваются в статьях, как уже было замечено, не всегда имеют прямое отношение к ситуации в ФРГ, они, однако, пробуждают интерес и обсуждение. В текстах упоминается целый ряд семантически связанных лексем: *Rezession* («рецессия»), *Inflation* («инфляция»), *Ausverkauf* («перепродажа»), *Handelskrieg* («торговая война»).

Auch Nicolas Simar, leitender Fondsmanager der niederländischen Gesellschaft des NN Investment Partners meint: Die Angst vor einer Rezession scheint übertrieben.

В приведенном выше примере предпринимается попытка успокоить общество по поводу угрозы рецессии, однако вместе с тем высказывается и иное мнение, связанное с обоснованностью опасений:

*Die Angst vor einer Rezession ist real und angesichts fragiler Lieferketten und schwerer Beeinträchtigungen in vielen Branchen auch gut begründet.*

Влияние иностранного капитала и отдельных стран на вопросы внутренней экономики ФРГ также обсуждается в еженедельнике. Так, тема перепродажи (*Ausverkauf*) технологий китайским компаниям волнует авторов нескольких номеров газеты:

*Angst vor Ausverkauf deutscher Technologie nach China. Deutschland droht China indirekt mit Verschlechterung der Wirtschaftsbeziehungen.*

*So hält man es für möglich, dass Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel (SPD) die Angst vor einem Ausverkauf Deutschlands nach China zum Thema im Bundestagswahlkampf machen könnte, falls der SPD-Vorsitzende Kanzlerkandidat wird.*

В статьях продолжается обсуждение внутривнутриполитических тем, поскольку в обществе нарастает страх перед возможной инфляцией (*Inflation*):

*Bundesbank-Umfragen: Die Angst vor Inflation nimmt offenbar wieder ab. Die Bundesbank erfragt jetzt monatlich die Erwartungen der Haushalte über Einkommen, Häuserpreise und Inflation.*

Вызывает беспокойство рост ставок по кредитам (*Zins*), что сказывается на жизни обычных граждан:

*Die Vermögensfrage: Angst vor höheren Zinsen führt manche Schuldner auf Abwege Risikovorsorge ist für viele Anleger ein Fremdwort.*

Ввиду нестабильной экономической обстановки в обществе и среди молодежи в частности присутствует страх бедности (*Armut*):

*Die Studie fand heraus, dass mehr als 50 Prozent der Befragten die finanzielle Situation ihrer Familie Sorgen bereite. Die Angst vor Armut treibt damit einen Großteil der befragten Kinder und Jugendlichen um.*

При обсуждении внутриэкономических вопросов авторы статей стараются найти выход, успокаивая читателей и пытаясь нивелировать анксиозные настроения, связанные с кризисом любого рода в целом (*Krise*) или с потенциальной небезопасностью принятия стратегически важных решений относительно капиталовложений, связанных, например, с приобретением акций (*Aktie*).

*Tatsächlich habe ich keine Angst vor der Krise. Ich habe keine Angst, weil mir all das sehr unwirklich erscheint. Es ist ein Spiel oder ein Traum, es ist ein Test, dem wir unterzogen werden und der bald endet.*

*Die Hinein-hinaus-Beschwörung muss auch deswegen inhaltsprall wie ein Presssack bleiben, weil Merkel uns mit ihr noch die Angst vor jeder Krise genommen hat.*

*Keine Angst vor der sicheren Krise. Die Europäische Union soll wie ein Stehaufmännchen sein, das sich nicht in die Knie zwingen lässt von der Angst vor grenzüberschreitenden Risiken wie dem Terrorismus und den Folgen des Klimawandels.*

*Den Deutschen soll die Angst vor der Aktie genommen werden. Das größte Problem aber sieht das DAI im distanzierten Verhältnis der Deutschen zur Aktie.*

*Dazwischen reist sie quer durch Deutschland, um Menschen die Angst vor Aktien zu nehmen.*

Наконец, уже обозначенная медицинская тема пандемии (*Pandemie*) затрагивается в статьях в связи со страхом прививок (*Impfung*) и призывом их не бояться:

*Nicht nur für ihr Team will sie ein gutes Beispiel sein: „Ich hoffe, dass sich viele Menschen gut informieren und keine Angst vor der Impfung haben.“ Sie habe bisher alle Impfungen gut vertragen.*

*„Aber wenn sie auftritt wissen wir jetzt, wie wir diese Patienten behandeln und diese Komplikation gezielt adressiert können.“ Das sei eine der besten Nachrichten überhaupt, „weil die Menschen nicht mehr Angst haben müssen vor dieser Impfung“. Demnach kann eine bestimmte Immunreaktion des Körpers die Blutkörperchen aktivieren und damit den Prozess in Gang setzen.*

Ряд примеров указывает на тревожные настроения, связанные с таким важным в общении фактором, как фактор отношения к самому себе: оценивая других по тому, насколько положительно они оценивают нас, мы привычно стремимся избежать негативного отношения к себе, при этом понятно, что самым отрицательным проявлением этой негативной оценки является саркастический смех в наш адрес, высмеивание. Таким образом, становится яснее, насколько неврозогенным является именно страх перед высмеиванием (*“Angst vor Lächerlichkeit”*):

*Doch wer ständig von anderen schikaniert wird, kann auch eine langfristige Folge davontragen: die Gelotophobie, die Angst vor der Lächerlichkeit.*

### 3.1.3. “Schwarzwälder Bote”

Результаты данного анализа демонстрируют, что локальная пресса является фоном для переживания страхов, которые могут быть отнесены к обыденно-повседневным и сопровождают жизнь любого человека: пресловутый страх перед клоунами из фильмов ужасов (*Horror-clowns*), жирами в продуктах из-за стремления к здоровому образу жизни (*Fett*), перед несчастными случаями и авариями (*Sturz, Unfall*), пчелами (*Biene*), а также перед масками (*Maske*) из-за произошедшей пандемии. Таким образом, подтверждается мысль о том, что беспокойства вызывают более «простые» и «повседневные» вопросы.

В проанализированных контекстах обсуждается страх (или, наоборот, читателей убеждают в его отсутствии) перед виртуальным/ цифровым миром, а также Интернетом, который не фиксировался в иных источниках (*“die virtuelle Welt”* и *“die digitale Welt”*):

*„Wir haben keine Angst vor der virtuellen Welt“, stellt Großmann klar, wirbt aber für den direkten Kontakt, denn dieser schaffe Vertrauen und Identität.*

*Mit den Standorten möchte man dazu beitragen, dass der älteren Generationen die Ängste vor der digitalen Welt genommen und sie auf diesem Weg sicher begleitet werden.*

*Viele von Ihnen haben wahrscheinlich ein ungutes Gefühl und sind sich unsicher, was Ihre Kinder jeden Tag so im Internet tun und was davon harmlos und was gefährlich, was erlaubt und was verboten ist. Die Angst vor den Gefahren des Internets und speziell in den sozialen Medien ist weit verbreitet.*

Материалы этого издания дают некоторое место таким витальным эмоциям, как экзистенциальный страх перед жизнью (*Leben*), а также новым (*Neues*) и неизвестным (*Unbekanntes*), однако доля таких словосочетаний невелика и не дает оснований для пересмотра приведенной выше гипотезы:

*Das beschrieb sein Selbstbild mit Sätzen wie „Ich kann mich selbst nicht lieben“ oder „Ich habe mehr Angst vor dem Leben als vor dem Tod“.*

*Im Grunde sei er Misanthrop, gesegnet mit schwarzem Humor. Angst vor dem Leben keime oftmals auf – während einer Depression könne er manchmal nicht einmal aufstehen, weil jeglicher Antrieb fehle und er alles nur noch schwarz sehe.*

*Es hatte große Angst vor dem Neuen und Unbekannten.*

*Die Vorfreude und der Spaß am Fußball waren größer als die Angst vor dem Neuen.*

### 3.1.4. “Coburger Tageblatt”

В баварском ежедневнике интересными представляются предложные дополнения, в которых используются существительные с нечетко очерченной семантикой, но которые, тем не менее, не отсылают нас к тревожным состояниям, в основе которых лежат витальные эмоции. Такими лексемами являются *Situation* («ситуация») и *Ende* («конец»). Так, использование лексем *Situation* в “Coburger Tageblatt” можно проиллюстрировать следующим примером:

*„Mir gefällt es anderen zu helfen. In Uniform fühle ich mich wohl und habe keine Angst vor schwierigen Situationen“, erklärt Teodora Straut ihre Motivation für ihren künftigen Beruf.*

Мы видим, что речь идет о рационально переживаемом страхе, связанном с горизонтом, включающим жизненный путь конкретного человека, а не недоступных ему явлений и сущностей.

Лексема *Ende* в следующем примере использована для обозначения конца жизненного пути конкретной личности, т. е. экзистенциальное тревожное переживание сосредоточено вокруг конкретной ситуации без каких-либо глобально беспредметных неврозогенных обобщений:

*Eine Lichtspur von der kommenden Welt und auf dieses Spuren müssen wir uns einlassen. Es nimmt **die Angst vor dem Ende** und zeigt uns, dass hinter der Dunkelheit ein Licht liegt. Ludger Hinse stellte klar: „Es geht christlich nicht um das Kreuz als solches, schon gar nicht als Folterinstrument, sondern um das österliche Wort vom Kreuz, um das Symbol göttlicher Liebe“.*

### 3.1.5. “Stuttgarter Zeitung”

Как уже отмечалось выше, несмотря на то что “Stuttgarter Zeitung” является локальным изданием, тот факт, что оно представляет Баден-Вюртемберг – один из крупнейших регионов ФРГ – сближает его с надрегиональной прессой, что прослеживается на примере затронутых макротем, связанных с вопросами политики, например, с проблематикой власти (*Macht*):

*„Grüne machen Politik mit Maß und Mitte, und haben das auch während des Regierens nicht von den Rändern her gemacht.“ In dem klug und unterhaltsam konstruierten Band „**Keine Angst vor der Macht**“ berichtet Rezzo Schlauch als Akteur und Zeitzeuge. Seine Erinnerungen und Überlegungen sind verschränkt mit Kapiteln, in denen der Historiker Weber fundiert die Geschichte der Grünen aufarbeitet.*

*Unter dem Strich geht es beim Thema der ausländischen Direktinvestitionen darum, Protektionismus zu verhindern und **nicht Ängsten vor ausländischen Mächten** Vorschub zu leisten, zugleich aber die Entwicklung wachsam zu beobachten.*

В выпусках затрагиваются темы, связанные с криминалом (*Kriminalität*) и терроризмом, причем не в масштабах страны в целом, а в непосредственной близости от проживающих в определенном районе, поэтому и здесь это негативное явление в силу своей конкретности лишено неврозогенного потенциала, поскольку он преодолим борьбой с криминалитетом в конкретном месте конкретными силами, тогда как подлинно неврозогенные ситуации не имеют разрешения в принципе:

*Unter Ostdeutschen ist diese Furcht sogar noch höher; auch **die Angst vor Raubüberfällen oder Terrorismus** ist größer als im Westen. Vor der Europawahl und ganz besonders vor drei Landtagswahlen im Osten ist dies ein besorgniserregendes Ergebnis. Denn **die Angst vor Kriminalität und Terror** sind der beste Nährboden für Populisten, **die solche Ängste** auszuschlachten versuchen. Hier müssen Bund und Länder also gemeinsam gegensteuern, allerdings nicht in erster Linie mit schärferen Gesetzen.*

*Eine Anwohnerin, die unserer Redaktion bekannt ist, ihren Namen aber nicht in der Zeitung lesen will, steht zu ihren Vorbehalten gegen eine Unterkunft für Flüchtlinge in der unmittelbaren Nachbarschaft. Sie und ihre Mitstreiter hätten **Angst vor zunehmender Kriminalität und einer Einschränkung ihrer Lebensqualität**, sagt sie. Aber sie fürchteten auch, durch eventuelle fremdenfeindliche Übergriffe in der direkten Nachbarschaft ebenfalls gefährdet zu werden. Mit dem friedlichen Miteinander in der Siedlung sei es dann vorbei, behauptet sie und schiebt hinterher: „Wenn ich mich täusche, würde mich das sehr freuen“.*

Проблемы дискриминации (*Diskriminierung*) по разным признакам также вызывают опасения, однако они могут расцениваться как опасения стертые, обращение к ним – дань привычке, поскольку антидискриминационный дискурс господствует в немецкой прессе со второй половины 1990-х:

*Über ihre Homosexualität sprachen Volker Beck, der innenpolitische Sprecher der Grünen, und Marlis Bredehorst, die Grünen-Vorsitzende in Köln. „Das Coming-out ist ein Schritt zum Exoten“, sagte die bekennende Lesbierin. Doch es sei befreiend gewesen: „**Die Angst vor Diskriminierung** ist größer als die erlebte.“*

„Vor allem **Angst vor Diskriminierung** und der Glaube, mit HIV sei ein erfülltes Leben nicht mehr möglich, halten Menschen vom HIV-Test ab“, sagt Vorstandsmitglied Ulf-Arne Hentschke-Kristal.

Читателей волнует тема безработицы (*Arbeitslosigkeit*), однако положительная конъюнктура занятости, как видно из первого примера, во многом снимает остроту этого страха:

*Deutlich geringer als je zuvor im Verlauf der seit 1992 laufenden Langzeitstudie sind die **Ängste vor Arbeitslosigkeit** und einer Wirtschaftskrise. Mit 17 Prozentpunkten am stärksten gesunken ist die Befürchtung, dass die Arbeitslosenzahlen in Deutschland wieder steigen könnten.*

*Bei dem Talk habe er „für unzählige Kollegen, Freunde, Bekannte und Unbekannte sprechen wollen“, die nicht nur **in Angst vor Ansteckung** lebten, „sondern zusätzlich noch **viel mehr in Angst vor Arbeitslosigkeit**, vor einem Währungsschnitt, vor Existenznöten“.*

Опасения, связанные с возможностью регрессивного развития какой-либо ситуации (*Abwärtsspirale*), также не несут абстрактно-обобщенного неврозогенного потенциала, поскольку обозначаемые таким образом страхи предметны, а такой способ номинации можно рассматривать как проявление речевой компрессии:

*Um 30 Prozent waren die Bewerberzahlen 2014 im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Siegfried Frey sprach damals von **der Angst vor der Abwärtsspirale**. Heute analysiert er nüchtern, wie es seiner Meinung nach zu dem Einbruch kommen konnte.*

*„Mit 28 Punkten ist man im Abstiegskampf noch lange nicht durch!“ Das waren die Sätze, die der 26-Jährige wiederholte - und sie verdeutlichen, was Daniel Didavi umtreibt. Es ist **die Angst vor der erneuten Abwärtsspirale**. Die Furcht, dass die Stuttgarter wieder komplett in alte Verhaltensmuster verfallen und das schöne Punktepolster zu den unteren Tabellenrängen so schnell und unverhofft wieder weg ist, wie es sich der VfB erstürmt und erkämpft hat.*

Опасения, связанные с иррациональными состояниями души и с потусторонними силами (например, *Geist* – «дух, привидение») сводятся на конкретный бытовой уровень, рационально разрешимый уровень (см. упоминание психологического консультирования во втором цитируемом примере), включаемый, как в первом примере, в культурно-исторический контекст (лютеровская Реформация):

*Ein Radiokommentator wies daraufhin, dass der freie Tag nichts mit Halloween zu tun habe, sondern der Reformation zu verdanken sei. Die Botschafterin der evangelischen Kirche für das Reformationsjubiläum, Margot Käßmann, ging kritisch mit den Halloween-Feiern zu Gericht: „Das ist ein reines Kommerzfest“, sagte die 59-jährige der „Rhein-Neckar-Zeitung“. „Mir tut das leid, denn Luther wollte uns ja nun gerade von **der Angst vor Geistern** befreien“.*

*Sie erzählte von Ritualen mit Kutten, Fackeln und Kreuzverbrennungen. „Es war der Horror, mit dem Mann zusammen zu sein“, sagte die arbeitslose Pflegeassistentin. Die Kinder hätten unter der Situation sehr gelitten, ein Sohn sei wegen **Angst vor Geistern** psychologisch behandelt worden, sagte die dreifache Mutter. Sie selbst habe 2009 mit der rechten Szene gebrochen.*

В более привычной к сутяжническим проявлениям немецкой культуре традиционно силен страх перед исками (*Klage*), судопроизводством и связанными с ним издержками в условиях принципиальной готовности обращаться к авторитету суда по самому широкому кругу поводов, малопонятных за пределами германской культуры межчеловеческих отношений:

*„Wir sehen uns rechtlich auf der sicheren Seite“, sagt Anke Senne, die Leiterin der Bäderbetriebe. Das Amt für Umweltschutz habe den Geräuschpegel gemessen. Die Ergebnisse dieser Messung verrät die Stadtverwaltung zwar nicht, die Bäderchefin hat aber **keine Angst vor der Klage**.*

*Es sei „gut möglich, dass man das bei der Bahn schon bereut hat. Aber das ist jetzt gelaufen“. Die Bahn habe sich wohl **aus Angst vor Klagen** „in ihrem Verfahren eingemauert, das haben praktisch alle Bieter kritisiert“.*

Если учитывать, что в традиционной южногерманской культуре присутствует идеал покоя и размеренной жизни, то становится понятным, что шум (*Lärm*) представляется не чем-то абстрактным, а совершенно конкретным и, как следствие, устранимым:

*Mittlerweile haben sich die Kritiker zur „Initiative für den Erhalt des Naherholungsgebiets zwischen Oßweil und Stadt“ zusammengeschlossen. Wie der sperrige Name verrät, treibt sie weniger die Angst vor noch mehr Lärm als vielmehr die Sorge um das noch vorhandene Ackerland und die sich selbst überlassenen Grünflächen um.*

### 3.2. Предложное сочетание “Angst um j-n/ etw.”

Анализ контекстов, в которых реализуется предложное сочетание “Angst um”, позволяет выделить следующие десять лексем, которые являются общими для всех корпусов: *Leben* («жизнь»), *Job* («работа»), *Kind* («ребенок»), *Familie* («семья»), *Gesundheit* («здоровье»), *Sicherheit* («безопасность»), *Zukunft* («будущее»), *Existenz* («существование»), *Arbeitsplatz* («место работы, работа»), *Daten* («данные») (рис. 4). Показательно, что все они относятся к опасениям, связанным с самим субъектом: речь идет о таких личных темах, как семья, здоровье, работа и жизнь в целом. Отметим последнее из перечисленных существительных – в рассмотренных примерах людей волнует вопрос защиты личных данных, которые хранятся на разных устройствах или в Интернете:

*Zahlen des EU-Statistikamtes Eurostat zeigten Anfang diesen Monats, dass hierzulande mehr Menschen aus Angst um ihre Daten auf Online-Banking verzichten als in jedem anderen europäischen Land.*

*Wer Angst um seine Daten hat, kann in Windows 10 praktisch alle Funktionen abschalten, die Informationen mit Microsoft-Servern austauschen.*

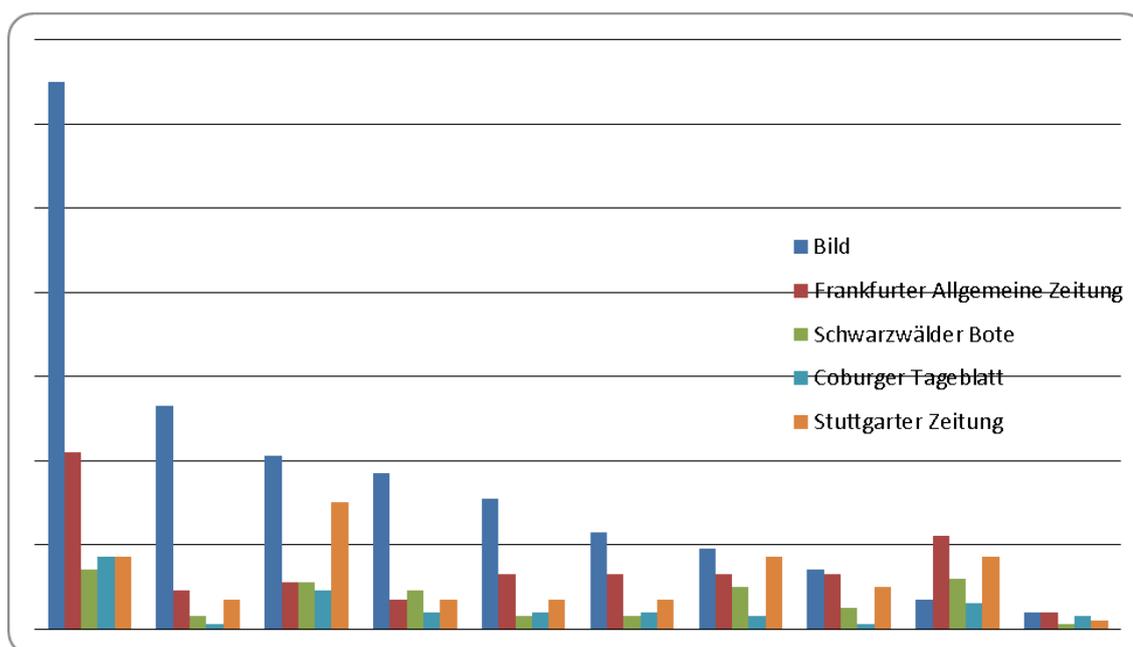


Рис. 4. Частотности лексем в предложном сочетании “Angst um”  
Fig. 4. Frequencies of the lexemes used in the prepositional phrase “Angst um”

Анализ лексем, представленных в рассматриваемом сочетании в позиции объекта, в каждом из источников по отдельности в целом не выявил значимых тем: публикации посвящены разным новостям (происшествия в городе, спортивные соревнования и др.) и в целом упоминания тревожных настроений демонстрируют низкую частотность. Однако в издании “Frankfurter Allgemeine Zeitung”, напротив, контекстуализируется важная тема, связанная с внутриэко-

номическим вопросом – опасениями по поводу банковской системы (*Bank*) и *Deutsche Bank* в частности (те же темы затрагивались в этом издании с использованием сочетания *Angst vor*):

*Als der Ölpreis sehr niedrig war, hatten die Anleger Angst um die Banken bekommen.*

*So zeigt sich die Angst um die Deutsche Bank. Ganz verschiedene Wertpapiere signalisieren eine wachsende Sorge der Anleger um die Deutsche Bank.*

*Angst um die Deutsche Bank geht an der Börse um. Spezielle Wertpapiere namens CoCo-Bonds stehen dabei im Mittelpunkt.*

В ряде цитат отмечается тревога, связанная с Китаем (*China*):

*Die Angst um China lässt die Rohstoffmärkte zittern. Nach dem Kurssturz an der chinesischen Börse zu Wochenbeginn erholt sich der Ölpreis.*

*Die große Frage im Moment sei, ob das Wachstum der Weltwirtschaft selbst unter China und der Zinserhöhung in Amerika leiden wird. Der Anlagestrategie der Deutschen Bank jedenfalls ist optimistisch: „Ich halte die Ängste um China im Augenblick für übertrieben.“*

*Mayers Weltwirtschaft: Angst um China. Wenn Chinas Währung weiter an Wert verliert, hat dies unangenehme Folgen für die ganze Welt.*

В приведенных выше примерах снова поднимается вопрос о том, могут ли негативные события в мировой экономике привести к обвалу финансового рынка в ФРГ.

Следует отметить, что обследованный материал дает повод внести исправления в наблюдения над валентностью существительного «Angst», сделанные в 1960–70-е гг. Так, широко известный словарь валентности немецких существительных, выпущенный первым изданием в 1977 г., отмечает, что невозможно использование абстрактных существительных в качестве актантов при лексеме «Angst», если эти актанты оформляются при помощи предлога *um* [Wörterbuch, 1980. P. 74], однако наши материалы этого не подтверждают. Кроме того, применительно к языку 1970-х гг. фиксируется, что только при местоименном наречии *davor* могут использоваться инфинитивные обороты и придаточные предложения с объектным значением, что понятно, так как инфинитивы как именные формы глагола имеют абстрактное значение действия как такового, а придаточные предложения не могут именовать какой-либо предмет, будучи сводимыми к определенной пропозиции. Выскажем предположение, что разведение вариантов предложного дополнения связано с дифференциацией значения и омонимизацией этих вариантов, произошедшей в последующие десятилетия, которая способствовала формированию параллельных валентностных потенциалов у омонимизирующихся лексических единиц.

### 3.3. Композиты

Среди определительных композитов с определяемым элементом «Angst» абсолютное большинство лексем построено по модели, где определяющий компонент имеет объектное значение. Анализ композитов контекстуализирует уже отмеченные темы, связанные со страхом перед болезнями (*Corona-Angst u Ebola-Angst*), терроризмом, войной (*Terror-Angst, Terrorangst, Kriegsangst, Spionage-Angst*), а также с внешнеполитическими событиями (*Brexit-Angst*). Прослеживается экзистенциальный страх (*Existenzangst, Existenz-Angst*), который может иметь отношение к первобытному страху (*Urangst*), к страху смерти (*Todesangst*) или к страху потери (*Verlustangst*).

В семантике композитов обнаруживается как рациональная, объяснимая боязнь конкретного события или действия – высоты, прикосновений, полетов, закрытого пространства, экзаменов или выступлений (*Höhenangst, Berührungsangst, Flugangst, Platzangst, Prüfungsangst, Auftrittsangst*), – так и иррациональный страх перед неизвестным (*Abstiegs-Angst* и *Abstiegsangst, Fremdenangst, Zukunftsangst, Schwellenangst*) или даже необъятный ужас (*Heidenangst*). Дополнительно отдельные источники отмечают страх перед несостоятельностью (*Versagenangst*) или неудачей (*Verlustangst*), а также страх перед недостаточностью ресурса для выполнения

какой-либо задачи (*Reichweitenangst*, первоначально «опасения, вызванные низким уровнем заряда аккумуляторной батареи в электромобиле»).

Кроме того, определяющий компонент композита может иметь не только значение объекта, но и субъектное значение, однако в исследованном материале встретился единственный случай: *Bürgerangst* («страх / опасения гражданина»).

### 3.4. Временные тренды

На следующем этапе был проведен двухфакторный дисперсионный анализ для изучения влияния источника (“Bild”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”, “Schwarzwälder Bote”, “Coburger Kurier”, “Stuttgarter Zeitung”) и времени (издания были разделены поквартально с 2014 по 2021 г.) на частотность появления лексемы в текстах. Результаты показали, что существует статистически значимая взаимосвязь между влиянием материала и временем его издания на употребление лексемы «Angst» ( $F(28, 109) = 5,032, p = 4.60e-10$ ).

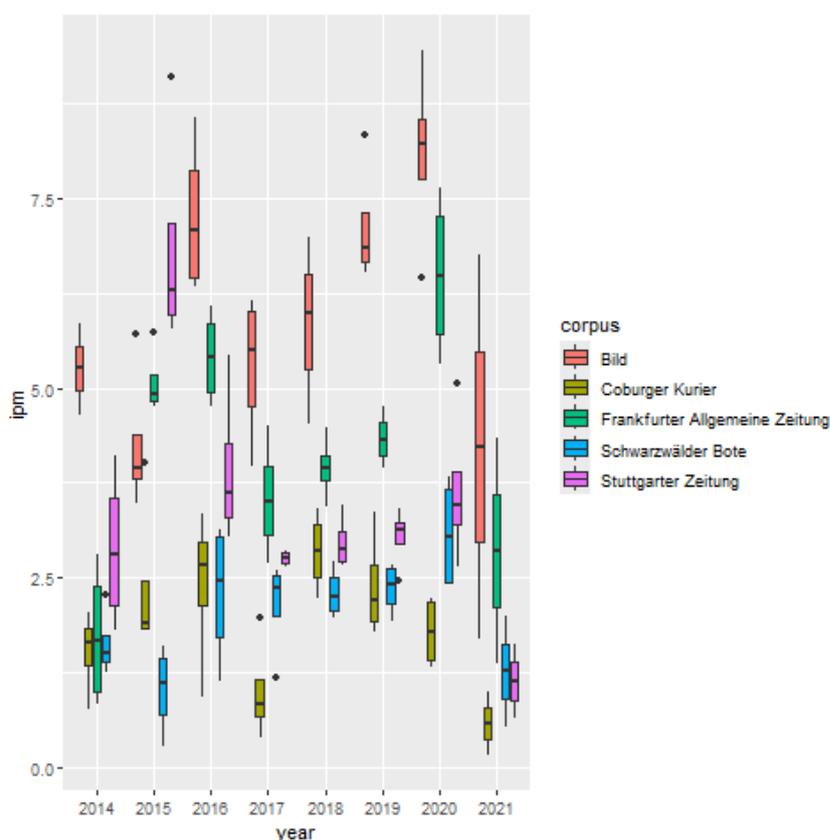


Рис. 5. Распределение частотностей по годам корпусам  
Fig. 5. Frequency distribution by year and corpora

Результаты также демонстрируют, что частотность употреблений для лексемы «Angst» статистически значимо отличается во всех корпусах ( $p \ll 0$ ) за исключением пары корпусов “Coburger Kurier”–“Schwarzwälder Bote” ( $p = 0,9$ ). При этом среднее значение, зафиксированное для статей таблоида “Bild”, является наибольшим среди всех пяти источников (рис. 5), что может косвенно указывать на тот факт, что в текстах газеты “Bild” более выражены пессимистические настроения по сравнению с другими изданиями.

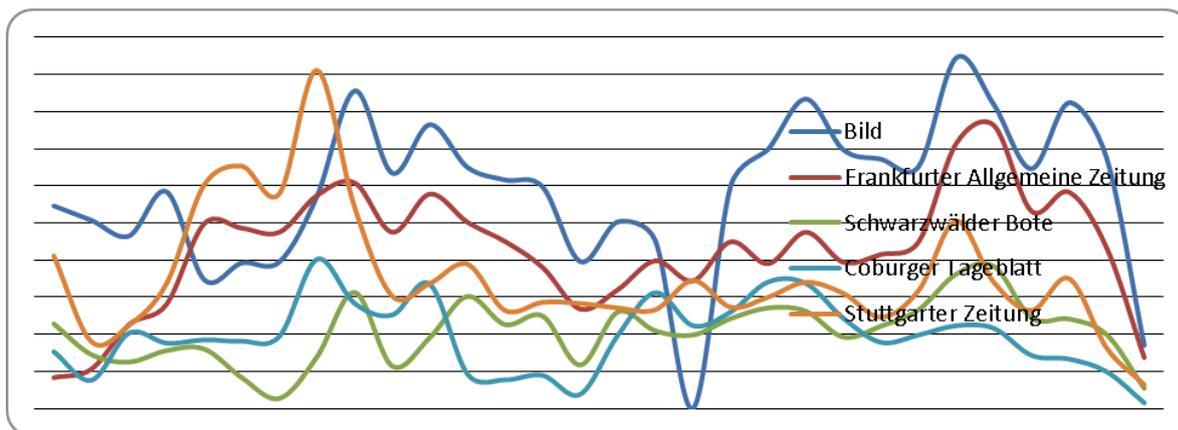


Рис. 6. Временные тренды в корпусах  
Fig. 6. Frequencies by timestamps in corpora

Обращает на себя внимание тот факт, что ломаные, отражающие частотности употребления лексемы *Angst* в разных корпусах в зависимости от времени публикации статей, имеют схожий вид (рис. 6). Так, пики значений относятся к концу 2015 – началу 2016 г. и к первому полугодию 2020 г. Первый период совпадает с кризисом беженцев 2015 г. и предварительными итогами его осмысления (для издания “Stuttgarter Zeitung” получены статистически значимые отличия в частотностях четвертого квартала 2015 г. по сравнению с другими), в то время как последний – со временем стремительно распространяющейся пандемии коронавируса.

### Заключение

Анализ частотного распределения употребления лексемы «Angst» в текстах, представляющих разные источники и временные срезы, позволил проследить изменение тревожных настроений, связанных с общественно и политически значимыми событиями, а также выявить определенные закономерности. Во-первых, проведенный дисперсионный анализ показал, что существуют статистически значимые отличия в употреблении лексемы «Angst» в разных источниках и с учетом времени написания текста. На протяжении периода с 2014 по 2021 г. наблюдаются всплески тревожных настроений, которые фиксируются во всех изданиях, и связаны с реакцией на актуальную новостную повестку. Во-вторых, удалось выделить макротемы, которые упоминаются во всех изданиях: терроризм и война, иностранцы и ксенофобия, болезни, будущее и др. В-третьих, подтверждается гипотеза о том, что тревожные настроения в большей степени отмечаются в больших надрегиональных изданиях. Затронутые в них темы имеют отношение к проблемам внешней и внутренней политики, в то время как в локальной прессе фокус смещен в сторону повседневных вопросов. В-четвертых, с точки зрения временного охвата наибольшее количество упоминаний, так или иначе затрагивающих страхи, относится, в целом, к 2020 г., отмеченному пандемией COVID-19.

Результаты проведенного анализа продемонстрировали, что с различными предложными объектами актуализируются разные смысловые потенции слова «Angst»: если сочетание “Angst vor” подразумевает рациональный страх, т. е. страх-испуг, имеющий определенную (осознаваемую) причину (источник), то сочетание “Angst um”, предположительно, передает иррациональный страх, страх-ужас, носящий, скорее, витальный/ экзистенциальный характер, поскольку в этом случае существительное с предлогом *um* называет угрожаемый объект, но при этом субъект-источник страха не актуализируется.

## Список литературы

- Abdelrazeq A., Janßen D., Tummel C., Jeschke S., Richert A.** Sentiment Analysis of Social Media for Evaluating Universities // Jeschke S., Isenhardt I., Hees F., Henning K. (eds) Automation, Communication and Cybernetics in Science and Engineering 2015/2016. Springer, Cham, 2016, pp. 233–251.
- Adam S., Reber U., Häussler T., Schmid-Petri H.** How climate change skeptics (try to) spread their ideas: Using computational methods to assess the resonance among skeptics' and legacy media // PLoS ONE, 2020, 15(10). URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0240089> (дата обращения: 29.04.2024).
- Benko V., Gurova E., Khokhlova M., Krasnova E.** Corpus analysis of the co-occurrence of the concept *hygge* // Scandinavian Philology, 2023, vol. 21, issue 1, pp. 24–38.
- Biess Fr.** Republik der Angst: eine andere Geschichte der Bundesrepublik. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2019. 613 S.
- Böhme H.** et al. Kulturgeschichte der Angst // Koch, L. (eds) Angst. J. B. Metzler, Stuttgart, 2013.
- Bušta J., Herman O., Jakubíček M., Krek S., Novak B.** JSI Newsfeed Corpus. URL: <https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/corpus/conference-archives/2017/general/paper382.pdf> (дата обращения: 29.04.2024).
- Falck F., Marstaller Ju., Niklas S., Maucher S., Ren Je., Thalhammer A., Rettinger A., Studer R.** Measuring proximity between newspapers and political parties: the Sentiment political compass // Policy & Internet, 12(3), 2020, pp. 367–399.
- Google Books Ngram Viewer. URL: <https://books.google.com/ngrams> (дата обращения: 29.04.2024).
- Khokhlova M.** Applying Word Sketches to Russian. // Proceedings of Raslan 2009. Recent Advances in Slavonic Natural Language Processing. Brno: Masaryk University, 2009, pp. 91–99.
- Khokhlova M., Benko V.** Size of corpora and collocations: the case of Russian // Slovenščina 2.0, 8(2), 2020, pp. 58–77.
- Liu B.** Sentiment analysis. Mining opinions, sentiments, and emotions. Cambridge University Press, 2020. 431 p.
- Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/> (дата обращения: 29.04.2024)
- Schröter M., Storjohann P.** Patterns of discourse semantics: A corpus-assisted study of financial crisis in British newspaper discourse in 2009 // Pragmatics and Society, 2015, 6(1), pp. 43–66.
- Tognini-Bonelli E.** Corpus Linguistics at work. Amsterdam: Benjamins, 2001.
- Trampuš M., Novak B.** Internals of an aggregated web news feed // Proceedings of the 15th International Multiconference on Information Society, Ljubljana, Slovenia, 2012. pp. 221–224.
- Wierzbicka A.** Angst // Culture & Psychology, 4(2), 1998, pp. 161–188.
- Wierzbicka A.** Emotions across Languages and Cultures. Cambridge University Press, 1999.
- Wörterbuch zur Valenz und Distribution deutscher Substantive / hrsg. von K.-E. Sommerfeldt, H. Schreiber. 2., unveränd. Auflage. Leipzig: Enzyklopädie, 1980. 432 S.
- Езан И. Е., Ковтунова Е. А., Григорьева Л. Н.** Лингводискурсивный корпусный анализ лексики пандемии коронавируса в онлайн-версии журнала Der Spiegel // Вестник Санкт-Петербург. ун-та. Язык и литература. 2022, 19 (4). С. 760–779.
- Лакосина Н. Д., Сергеев И. И., Панкова О. Ф.** Клиническая психология. М.: МЕДпресс-информ, 2005. 416 с.
- Ритц Х.** Борьба за Европу: Есть ли будущее у европейской культуры? М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2023. 384 с.
- Чернявская В. Е.** Корпусно-ориентированный дискурсивный анализ идентичности российского университета 3.0 // Вестник Томск. гос. ун-та. Филология. 2019. № 58. С. 97–114.
- Чеснокова Л. В.** Концепт метафизического страха (ANGST) в немецкой культуре // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 4 (18): в 2 ч. Ч. II. С. 206–210.

## References

- Abdelrazeq A., Janßen D., Tummel C., Jeschke S., Richert A.** Sentiment Analysis of Social Media for Evaluating Universities. In: Jeschke, S., Isenhardt, I., Hees, F., Henning, K. (eds) *Automation, Communication and Cybernetics in Science and Engineering 2015/2016*. Springer, Cham, 2016, pp. 233–251.
- Adam S., Reber U., Häussler T., Schmid-Petri H.** How climate change skeptics (try to) spread their ideas: Using computational methods to assess the resonance among skeptics' and legacy media. In *PLoS ONE*, 2020, 15(10). <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0240089> (accessed: 29 April 2024).
- Benko V., Gurova E., Khokhlova M., Krasnova E.** Corpus analysis of the co-occurrence of the concept *hygge*. *Scandinavian Philology*, 2023, vol. 21, iss. 1, pp. 24–38.
- Biess Fr.** *Republik der Angst: eine andere Geschichte der Bundesrepublik*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2019. 613 S.
- Böhme H.** et al. *Kulturgeschichte der Angst*. In: Koch, L. (eds) *Angst*. J. B. Metzler, Stuttgart, 2013.
- Bušta J., Herman O., Jakubiček M., Krek S., Novak B.** JSI Newsfeed Corpus. URL: <https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/corpus/conference-archives/2017/general/paper382.pdf> (accessed: 29 April 2024).
- Falck F., Marstaller Ju., Niklas S., Maucher S., Ren Je., Thalhammer A., Rettinger A., Studer R.** Measuring proximity between newspapers and political parties: the Sentiment political compass. *Policy & Internet*, 12(3), pp. 367–399, 2020.
- Google Books Ngram Viewer. URL: <https://books.google.com/ngrams> (accessed: 29 April 2024).
- Khokhlova M.** Applying Word Sketches to Russian. *Proceedings of Raslan 2009. Recent Advances in Slavonic Natural Language Processing*. Brno: Masaryk University, 2009, pp. 91–99.
- Khokhlova M., Benko V.** Size of corpora and collocations: the case of Russian. *Slovenščina* 2.0, 8(2), 2020, pp. 58–77.
- Liu B.** *Sentiment analysis. Mining opinions, sentiments, and emotions*. Cambridge University Press, 2020. 431 p.
- Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/> (accessed: 29 April 2024).
- Schröter M., Storjohann P.** Patterns of discourse semantics: A corpus-assisted study of financial crisis in British newspaper discourse in 2009. *Pragmatics and Society*, 2015, 6(1): 43–66.
- Tognini-Bonelli E.** *Corpus Linguistics at work*. Amsterdam: Benjamins, 2001.
- Trampuš M., Novak B.** Internals of an aggregated web news feed. In *Proceedings of the 15th International Multiconference on Information Society*. Ljubljana, Slovenia, 2012. pp. 221–224.
- Wierzbicka A.** *Angst*. In *Culture & Psychology*, 4(2), 1998, pp. 161–188.
- Wierzbicka A.** *Emotions across Languages and Cultures*. Cambridge University Press, 1999.
- Wörterbuch zur Valenz und Distribution deutscher Substantive / hrsg. von K.-E.Sommerfeldt, H.Schreiber. 2., unveränd. Auflage. Leipzig: Enzyklopädie, 1980. 432 S.
- Ezan I. E., Kovtunova E. A., Grigor'eva L. N.** Linguodiscursive corpus analysis of the vocabulary of the coronavirus pandemic in the online version of the journal *Der Spiegel*. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Language and literature*. 2022, 19 (4). P. 760–779. (in Russ.)
- Lakosina N. D., Sergeev I. I., Pankova O. F.** *Clinical psychology*. Moscow, МЕДпресс-информ, 2005. 416 p. (in Russ.)
- Ritz H.** *The struggle for Europe: Does European culture have a future?* Moscow,, 2023. 384 p. (in Russ.)
- Chernjavskaja V. E.** Corpus-based discourse analysis of Russian university identity 3.0. In *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Philology*, 2019, vol. 58. P. 97–114. (in Russ.)
- Chesnokova L. V.** The concept of metaphysical fear (ANGST) in German culture. *Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Issues of theory and practice*. Tambov, "Gramota", 2012, vol. 4 (18), part 2, pp. 206–210. (in Russ.)

**Информация об авторах**

**Хохлова Мария Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета

**Корышев Михаил Витальевич**, кандидат филологических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета

**Information about the Authors**

**Maria V. Khokhlova**, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of St. Petersburg State University, St Petersburg, Russian Federation

**Mikhail V. Koryshev**, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of St. Petersburg State University, St Petersburg, Russian Federation

*Статья поступила в редакцию 02.05.2024;  
одобрена после рецензирования 17.05.2024; принята к публикации 14.06.2024*

*The article was submitted 02.05.2024;  
approved after reviewing 17.05.2024; accepted for publication 14.06.2024*

Научная статья

УДК 81`33

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-133-151

## **Методика создания корпусов терминосочетаний как основа идентификации консубстанциональных лингвистических терминов**

**Хуан Шанлун**

Новосибирский государственный университет  
Новосибирск, Россия

s.khuan.2@g.nsu.ru, <https://orcid.org/0009-0006-6395-249X>

### *Аннотация*

Целью данной статьи является изучение методики для разграничения случаев терминологического и нетерминологического употребления слов, относимых к консубстанциональным лингвистическим терминам. Для анализа были выбраны четыре термина, «актив», «глухой», «лицо» и «классический». Многозначность и омонимия таких терминов привели к большим трудностям в разграничении их терминологических и нетерминологических употреблений. Предлагаемый метод решения этой задачи состоит в выявлении признаков этих терминов в языковом контексте на основе анализа контекстов корпусов терминосочетаний. Для выявления контекстов использованы корпус Google Ngram Viewer и Национальный корпус русского языка. Рассмотрены признаки лингвистических значений терминов, присутствующие в узких и в широких контекстах. Показано, что для терминов, используемых отдельно (не являющихся частью терминологического словосочетания), возможно выявление таких грамматических характеристик, которые можно использовать для разграничения терминологических и нетерминологических употреблений; а для терминов, входящих в состав терминологических словосочетаний, важную роль играет составление списка таких терминосочетаний.

### *Ключевые слова*

консубстанциональные лингвистические термины, сопоставление корпусов, узкий и широкий контексты, признаки лингвистического значения

### *Для цитирования*

Хуан Шанлун. Методика создания корпусов терминосочетаний как основа идентификации консубстанциональных лингвистических терминов // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 133–151. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-133-151

© Хуан Шанлун, 2024

# The Method of Building Terminological Phrase Corpora as the Basis for Identifying Consubstantial Linguistic Terms

Huang Shanglong

Novosibirsk State University,  
Novosibirsk, Russian Federation

s.khuan.2@g.nsu.ru, <https://orcid.org/0009-0006-6395-249X>

## Abstract

The purpose of the article is to study the methodology for distinguishing the cases of terminological and non-terminological use of words regarded as consubstantial linguistic terms. Four Russian terms, “актив” (asset / active voice), “глухой” (deaf), “лицо” (person) and “классический” (classic), were selected for the study. Polysemy and homonymy of this kind of terms have led to great difficulties in recognizing their terminological or non-terminological use. The proposed method for solving this problem is to identify these term characteristics in linguistic contexts by analyzing the use of terminological phrases in a specialized corpus. Google Ngram Viewer and Russian National Corpus (НКРЯ) were utilized to analyze the contexts. The features of the selected terms linguistic meanings present in narrow and broad contexts are taken into consideration. The results show that for terms used separately and not being part of terminological phrases, it is possible to sum up their grammatical features to identify the terms used terminologically or non-terminologically; for terms that are part of terminological phrases, it is vital to make a list of their terminological phrases.

## Keywords

consubstantial linguistic terms, corpora comparison, narrow and broad contexts, features of linguistic meaning

## For citation

Huang Shanglong. The method of building terminological phrase corpora as the basis for identifying consubstantial linguistic terms. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 133–151. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-133-151

## Введение

Лингвистические термины представляются более тесно связанными с жизнью человека и более легкими для понимания, чем сложные, незнакомые термины в науке и технике. Это может быть обусловлено тем, что мы сами являемся носителями определенного языка/языков (прочные связи с лингвистикой), и часть наших знаний по лингвистике уже была получена в школе и, возможно, в университете (опыт в лингвистике). Поэтому даже для тех, чья работа или учеба не связана с языкознанием, лингвистические термины, относящиеся к основным/базовым знаниям в области лингвистики, могут быть понятны. Таковы, например, термины *звонкие и глухие согласные* в фонетике [АН СССР, 1980, Т. 1. С. 18], *имя существительное* и *имя прилагательное* в морфологии [Там же. С. 458, 538], *сложноподчиненные предложения* в синтаксисе [АН СССР, 1980, Т. 2. С. 467] и т. д.

Лингвистические термины, используемые в обыденной речи или в других предметных дисциплинах (или, наоборот, единицы обыденного языка или термины из других дисциплин, используемые в лингвистике), относят к числу **консубстанциональных лингвистических терминов** (КЛТ). Русские КЛТ обычно понимаются носителями данного языка в общеупотребительном значении этих слов [Хуан, 2023а].

Один из эффективных способов образования терминов представляет собой семантическое развитие общеупотребительного слова, т. е. **терминологизация** [Косова, 2004]. Экстралингвистические причины, такие как развитие науки и технологий, их влияние на современного человека, на повышение его образовательного уровня, увеличение потока информации, лежат в основе процесса **детерминологизации**, в результате которого термины утрачивают свое строго терминологическое значение [Богданович, 2021]. Пополнению терминосистемы также способствует **транстерминологизация**, т. е. процесс перехода термина из одной предметной

области в другую, сопровождающийся изменением его семантики и, возможно, его метафоризацией [Мальцева, 2020].

Такие процессы делают важным рассмотрение КЛТ, используемых одновременно в быденном языке и других предметных дисциплинах. Например, термин *вершина* используется параллельно в повседневной речи (*вершина горы*), лингвистике (*вершина слога*), математике (*вершина угла*), механике (*вершина зубьев*) и т. д. Поэтому рассматриваемые в данной статье вопросы, касающиеся КЛТ, важны не только для подсистемы лингвистических терминов, но и для подсистем языковых единиц других специальных предметных дисциплин.

Консубстанциональность типична для гуманитарных областей знания, так как в данной сфере употребляется лексико-семантический способ образования терминов [Анисимова, 2015]. Естественно, что такое свойство терминов, связанное с данным способом словообразования, также проявляется в лингвистике, являющейся одной из гуманитарных наук. В отличие от других способов терминообразования (морфологических, синтаксических, морфолого-синтаксических способов [Гринев-Гриневиц, 2008. С. 123]) лексико-семантический способ может привести к изменению значений терминов и возникновению омонимов.

Хотя некоторые лингвистические термины понятны человеку, не занимающемуся деятельностью, связанной с лингвистикой, существует большое количество лингвистических терминов, в том числе КЛТ, которые нелегко понять. Такие термины могут быть трудны для понимания из-за того, что они являются семантически узкими, специализированными терминами, употребляемыми только в лингвистике (например, *генеративная грамматика*), или же представляют собой термины-омонимы или многозначные терминологические единицы. Омни-мичные и полисемичные КЛТ в разных сферах употребления характеризуются семантическими различиями (лишь в редких случаях семантические различия отсутствуют, т. е. КЛТ нечасто функционируют как синонимы в разных предметных дисциплинах [Huang, 2023. P. 2061]).

Семантические различия в КЛТ не только затрудняют их понимание пользователями данного языка, но и усложняют идентификацию самих терминов в процессах автоматической обработки текстов научных публикаций, содержащих КЛТ. Поэтому для различения разных значений КЛТ актуально не только сравнение словарных определений, но и распознавание определенных значений данных терминов по их сочетаниям с другими словами [Huang, 2023. P. 2062]. Например, слово «ласкательный» имеет два значения в Словаре русского языка под ред. А. П. Евгеньевой (МАС)<sup>3</sup>: 1. Нежный, ласковый. 2. *Грамм.* Вносящий своей формой оттенок ласки в значение слова. Сопоставляя оба значения слова, мы сразу понимаем разницу между ними и узнаем, что одно – определение по общеупотребительному смыслу, а другое – лингвистическое определение (в словаре отмечено «Грамм.»). Рассмотрев примеры словосочетаний, *ласкательные суффиксы* и *ласкательные слова*, мы понимаем без труда, что первое словосочетание является лингвистическим термином, указывающим на особую форму слов в русском языке, а второе чаще всего употребляется в быденной речи и выражает сему «ласковый».

Основная цель данной работы состояла в том, чтобы изучить роль словосочетаний, содержащих КЛТ, в различении случаев терминологического и нетерминологического употребления данных терминов, и исследовать возможность идентификации на этой основе терминов, использованных в лингвистическом значении. Ожидалось, что словосочетание, содержащее КЛТ, связано с одним из значений термина. Сочетания, указывающие на каждое уникальное соответствующее КЛТ значение, могут служить основой для распознавания КЛТ в процессах автоматической обработки текстов. Для достижения поставленной цели нужно решить следующие задачи: сравнить состав сочетаний в корпусе Google Ngram Viewer<sup>4</sup> и коллокаций в НКРЯ<sup>5</sup>; проанализировать данные сочетания и коллокации в контекстах (текстах) отдельно;

<sup>3</sup> URL: СЛОВАРИ.РУ/

<sup>4</sup> URL: <https://books.google.com/ngrams/>

<sup>5</sup> URL: <https://ruscorpora.ru/>

изучить возможность идентификации КЛТ на основе их сочетаний, полученных из лингвистических контекстов.

### Материалы и методы

В настоящей работе рассмотрены четыре КЛТ: *актив*, *глухой*, *лицо* и *классический*. Для каждого из них в результате корпусного исследования были выявлены и проанализированы наиболее частотные контексты. С помощью корпуса Google Ngram Viewer и Национального корпуса русского языка (НКРЯ) были собраны всего **50** сочетаний/коллокаций (**30 + 20**), затем произведено сравнение состава коллокаций указанных двух корпусов.

Для формирования общего списка КЛТ использовался метод сопоставительного анализа словарных толкований. Термины из Словаря лингвистических терминов О. С. Ахмановой были проанализированы с помощью двух электронных словарей, Словарь русского языка под ред. А. П. Евгеньевой МАС и Словарь русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой ТСОШ<sup>1</sup>. Термин, не отмеченный как термин специальной предметной области в указанных электронных словарях, включался в список КЛТ [Хуан, 2023б].

Для анализа контекстов и разработки методики создания корпусов контекстов в настоящей работе были выбраны четыре термина: *актив*, *глухой*, *лицо* и *классический*. Выбор этих терминов обусловлен следующими причинами: 1) каждый из терминов имеет более двух общеупотребительных значений в электронных словарях (без учета количества значений в Словаре лингвистических терминов); 2) данные термины не имеют слишком узкого специального значения в Словаре лингвистических терминов (например, по сравнению с *фонологией*, *фонетика* более проста для понимания обычных людей, не являющихся лингвистами); 3) отобранные термины включают исконные русские слова (*глухой* и *лицо*) и слова с иностранным происхождением (*актив* и *классический*); 4) отобранные термины включают грамматические формы как прилагательных, так и существительных.

Google Ngram Viewer является корпусом книг. После введения в поисковую строку слов или фраз, их частотности в корпусе книг за выбранные годы визуализируются в виде графика. В настоящей работе выбран конкретный корпус «Russian (2019)» и временной период от 2000 до 2019 г. При поиске были использованы функции Ngram Viewer, помогающие глубже изучить использование фраз, в том числе поиск по подстановочным знакам (wildcard search) и поиск без учета регистра (case insensitive search). При замене одного из слов искомого типа словосочетаний на знак «\*» Ngram Viewer показывает первые **десять** самых частотных вхождений, замещающих данную позицию словосочетания. Например, чтобы найти самые популярные слова после слова «площадь», можно выполнить поиск по запросу «площадь \*». Следует отметить, что размещение знака «\*» слева и справа от слова даст разные результаты; также неодинаковыми окажутся результаты поиска слова с заглавной буквы и без заглавной буквы (например, «Площадь \*» и «площадь \*»)<sup>2</sup>. Проблема в том, что в корпусе Ngram Viewer поиск без учета регистра и поиск по подстановочным знакам нельзя комбинировать, таким образом, мы вводим КЛТ по трем формам (с примером слова *площадь*): «площадь \*», «\* площадь» и «Площадь \*». При этом получились **10×3** сочетаний, содержащих КЛТ (результаты поиска контекстов могут пересекаться).

В Национальном корпусе русского языка есть всего 46 подкорпусов, и в нем возможны поиск точных форм, поиск коллокаций и лексико-грамматический поиск, а также «портрет слова». В данной работе выбран основной корпус и использована опция «портрет слова». Портрет слова направлен на анализ свойств слова в конкретных корпусах, такой поиск выявляет свойства слова по его грамматике и семантике и обнаруживает похожие слова и часто появляющиеся сочетания с другими словами в предложениях, а также примеры употребления слова

<sup>1</sup> URL: СЛОВАРИ.РУ/

<sup>2</sup> Цитируется с сайта <https://books.google.com/ngrams/info/>

в корпусном тексте<sup>3</sup>. После введения слова и выбора опции «любая часть речи» система показывает коллокааты слова и их частотности. На странице коллокатов приводятся и «похожие слова», для их поиска используется дистрибутивная семантика, реализуемая посредством нейросети на основе текстов основного корпуса НКРЯ. Были проанализированы коллокааты слова из пунктов «определения» (для существительных) / «определяемые слова» (для прилагательных), «сочиненные существительные» / «сочиненные прилагательные». При этом получились 10×2 коллокатов КЛТ.

После составления множества из 50 (10×3 + 10×2) сочетаний КЛТ был проведен анализ текста с помощью соответствующих корпусов. Для сочетаний, выбранных из НКРЯ, легко посмотреть их контексты, перейдя по гиперссылке от самого слова на странице с результатами коллокатов. А для сочетаний, выбранных из корпуса книг Ngram Viewer, нетрудно найти внизу «Search in Google Books» (Поиск в книгах Google). Таким образом, были получены контексты всех сочетаний или коллокаций (в данной работе эти понятия рассматриваются как комбинация термина и слова, с которым он используется вместе в определенном контексте), на основе которых был проведен анализ каждого КЛТ с учетом их семантики и синтаксических функций.

Сочетания КЛТ можно проанализировать в их узком, широком или экстралингвистическом контекстах. К узкому контексту обычно относятся словосочетания или предложения, а к широкому контексту – языковые единицы, выходящие за пределы предложения. Экстралингвистический контекст включает ситуацию, время, место и другие элементы [Романова и Коралова, 2011. С. 16–18].

Поскольку КЛТ чаще встречаются в обыденных значениях, чисто лингвистические контексты проанализированы с помощью Научной электронной библиотеки «КиберЛенинка»<sup>4</sup> и Словаря лингвистических терминов О. С. Ахмановой. Например, если, используя для слова «актив» расширенный поиск в библиотеке «КиберЛенинка», выбрать раздел «Языкознание и литературоведение», будут показаны результаты коллокаций из публикаций данной области. В библиотеке «КиберЛенинка» предоставляются широкие контексты для анализа признаков КЛТ, а в Словаре лингвистических терминов О. С. Ахмановой – узкие контексты, т. е. терминосочетания, содержащие КЛТ. «<...> фокус внимания направлен на выявление дифференциальных признаков сопоставляемых терминов» [Тимофеева, 2023. С. 146]. Кроме того, семантические калькуляторы, Explicit Semantic Analysis (ESA)<sup>5</sup> и Word2Vec-калькулятор<sup>6</sup>, основанные на использовании дистрибутивной семантики, могут быть полезны для выявления лингвистических признаков, помогающих разграничить значения КЛТ.

## Сравнение словарных значений КЛТ

Прежде чем анализировать семантические различия КЛТ в разных контекстах, необходимо сравнить определения данного термина в специальном (лингвистическом) словаре ( $D_1$ ), а также в словарях общеупотребительных русских слов, МАС и ТСОШ ( $D_2$ ).

### АКТИВ –

$D_1$ : то же, что залог действительный. (Действительный залог – категориальная форма залога, указывающая, что процесс, обозначенный глаголом, исходит от предмета, обозначенного тем словом, с которым грамматически соотнесена данная глагольная форма, и направлен от этого предмета вовне) [Ахманова, 2021. С. 36, 153].

<sup>3</sup> Цитируется с сайта <https://ruscorpora.ru/page/tool-word/>

<sup>4</sup> URL: <https://cyberleninka.ru/>

<sup>5</sup> URL: <https://dsm-calculator.ru/solutions/ESA/calc>

<sup>6</sup> URL: <https://dsm-calculator.ru/solutions/W2V/calc>

**D<sub>2</sub>**: 1) наиболее деятельная часть организации, коллектива. 2) 1 – часть бухгалтерского баланса, отражающая все принадлежащие предприятию материальные ценности; 2 – имущество, а также права на него, принадлежащие физическому или юридическому лицу [ТСОШ].

На основе сопоставления словарей видно, что между определениями данного термина существует большая разница в содержании, так как они именуют совсем разные объекты. Однако при дальнейшем сопоставлении обнаруживается, что между лингвистическим значением и обыденным смыслом АКТИВ 1 существует пересекающаяся часть: их сближает общая сема «активный». Таким образом, в целом разные лексические значения данного термина пересекаются.

### **ГЛУХОЙ –**

**D<sub>1</sub>**: лишенный голосового тона, производимый органами речи без участия голоса, т. е. с раскрытыми или хотя и со сближенными, но не натянутыми голосовыми связками, отчего выдыхаемый воздух, проходя через них, производит лишь немзыкальный шум [Ахманова, 2021. С. 109].

**D<sub>2</sub>**: 1) полностью или частично лишенный слуха; 2) незвонкий, приглушенный, неясный (о звуках, обычно низких); 3) густо, сплошь заросший; дикий; 4) находящийся далеко в глуши, в малонаселенных местах; захолустный; 5) совершенно закрытый; сплошной, без отверстий; 6) перен. такой, когда прекращается движение, замирает жизнь [МАС].

1) лишенный слуха, способный слышать; 2) перен. неотзывчивый, безразличный; 3) невнятный по звуку, незвонкий; 4) смутный, затаенный, скрытый; 5) тихий, без проявления жизни; 6) полн. ф. сплошной, без просветов [ТСОШ].

В лингвистике данный термин однозначный, он имеет уникальный объект наименования, а в обыденной речи у него больше значений, и некоторые из них связаны со звуком (данное слово называет разные аспекты звука в словарях общеупотребительных русских слов и Словаре лингвистических терминов). Хотя специальное и обыденные значения, касающиеся звука, не полностью совпадают, можно усмотреть пересечение их семантики.

### **ЛИЦО –**

**D<sub>1</sub>**: грамматическая категория глагола, обозначающая отношение действия (процесса) и его субъекта к говорящему лицу [Ахманова, 2021. С. 220].

**D<sub>2</sub>**: 1) передняя часть головы человека; 2) перен. индивидуальный облик, отличительные черты кого-, чего-л.; 3) с определением отдельный человек в обществе; индивидуум; 4) передняя сторона дома, строения, сооружения и т. п.; 5) обращенная наружу (лицевая) сторона чего-л. (ткани, одежды и т. п.); противоп. изнанка; 6) **грамм.** грамматическая категория, показывающая отношение действия к говорящему и выражаемая изменением глаголов в соответствующих формах спряжения, а также особой группой местоимений [МАС].

1) передняя часть головы человека; 2) перен. индивидуальный облик, отличительные черты; 3) человек, личность; 4) наружная, передняя, верхняя сторона предмета; 5) в **грамматике**: категория, показывающая отнесенность к говорящему (первое л.), к собеседнику (второе л.) или к тому, кто не является ни говорящим, ни собеседником (либо к неодушевленному предмету) (третье л.) [ТСОШ].

Специализированное значение в лингвистике дано в неспециальных словарях, МАС и ТСОШ и отмечено как грамматический термин. Поскольку определения по лингвистическому значению и по обыденному смыслу слова указывают на «человека в качестве субъекта», отношения между данными значениями можно трактовать как пересекающиеся.

### **КЛАССИЧЕСКИЙ –**

**D<sub>1</sub>**: 1) относящийся к типу языка, представленному его основными письменными памятниками и являющемуся поэтому предметом филологического изучения и преподавания; 2) относящийся к латинскому и греческому языкам [Ахманова, 2021. С. 196].

**D<sub>2</sub>**: 1) созданный классиком, классиками (в 1 знач.); совершенный, образцовый; 2) относящийся к классицизму (в 1 знач.), следующий его правилам; 3) относящийся к миру древних

греков и римлян; античный; 4) отвечающий античным правилам пропорции и симметрии, напоминающий античные статуи (о чертах лица, формах тела и т. д.) [МАС].

1) см. классицизм; 2) являющийся классиком (в 1 знач.); созданный классиком, классиками; 3) античный, относящийся к древней греко-римской культуре; 4) относящийся к изучению античных языков и литератур; 5) следующий методам классицизма; 6) типичный, характерный (разг.) [ТСОШ].

Сопоставление приведенных выше значений данного термина показывает, что они в большой степени тесно связаны друг с другом. Мы полагаем, что лингвистическое значение термина произошло из общеупотребительной речи (процесс терминологизации) и получило более конкретную семантику в лингвистике. Поэтому после атрибута *классический* может следовать – в качестве определяемого слова – единица, относящаяся к общеупотребительной лексике или терминологической системе.

### Сочетания КЛТ из корпуса Google Ngram Viewer

В результате поиска средствами Google Ngram Viewer по корпусу «Russian (2019)» за период от 2000 до 2019 г. были получены указанные ниже сочетания терминов, упорядоченные по частоте в порядке убывания (каждый термин имеет три формы запроса). Данные сочетания позволяют выявить определенные признаки сравниваемых значений терминов.

#### АКТИВ

\* актив (слева): *в, нематериальный, этот, свой, на, финансовый, базовый, налоговый, и, партийный;*

Актив \* (справа): *в, и, по, с, не, или, на, баланса, для, из;*

Актив \* (справа): *Пассив, баланса, Сумма, и, На, в, должен, принимается, Основные, Код.*

Слева от термина *актив* имеются не только предлоги, но и знаменательные слова, в том числе указательное местоимение, притяжательное местоимение и несколько прилагательных. Почти все данные прилагательные, находящиеся слева от термина, связаны с финансовой областью, а одно из них (*партийный*) – с наиболее деятельной частью партии.

Справа от термина чаще всего встречаются служебные слова, имеется только одно знаменательное слово *баланс*, которое относится к финансовой сфере.

Справа от термина знаменательные слова с прописной первой буквой, в том числе глагол, прилагательные (в краткой форме в качестве сказуемого) и несколько существительных, встречаются чаще, чем служебные слова (предлоги). Семантика данных существительных говорит о том, что используется финансовое значение термина.

#### ГЛУХОЙ

\* глухой: *в, и, раздался, слышался, не, Раздался, на, был, с, из;*

глухой \*: *удар, и, звук, стук, голос, шум, стеной, провинции, деревне, стены;*

Глухой \*: *удар, стук, звук, и, стон, шум, голос, ропот, ночью, гул.*

Слева от термина *глухой* служебные слова встречаются чаще, чем в правой части термина. Кроме того, в левой части термина обнаруживаются глаголы.

Справа от термина встретились девять существительных и один союз, так как прилагательные часто используются в сочетании с существительными в составе атрибутивных словосочетаний (вне зависимости от значения рассматриваемого термина).

Справа от данного термина, начинающего с прописной, также чаще всего встречаются существительные.

Данные коллокации термина отражают то, что термин *глухой* в большинстве случаев используется не в специальной научной области, а в обыденных ситуациях по его общеупотребительному смыслу.

### ЛИЦО

\* лицо: *в, его, ее, на, и, Его, юридическое, свое, это, должностное;*

лицо \*: *и, его, в, руками, было, с, ее, не, у, к;*

Лицо \*: *его, у, ее, было, и, девушки, женщины, человека, не, в.*

Слева от термина *лицо* встретились предлоги и притяжательные местоимения, а также два прилагательных. Судя по семантике данных прилагательных, рассматриваемый термин использован в смысле 'отдельный человек в обществе; индивидуум'.

Справа от термина в основном встречаются также предлоги и притяжательные местоимения. В частности, притяжательные местоимения *его* и *ее*, предлоги *у* (кого-нибудь) и *к* (кому-нибудь или чему-нибудь) показывают, что термин обозначает смысл 'передняя часть головы человека'.

Справа от термина, начинающегося с заглавной буквы, встретились три существительных в родительном падеже. Данные существительные связаны с человеком, что указывает на использование значения термина, обозначающего 'переднюю часть головы человека'.

### КЛАССИЧЕСКИЙ

\* классический: *в, это, и, как, Это, был, на, собой, не, что;*

классический \*: *пример, вариант, случай, стиль, период, образец, и, тип, труд, танец;*

Классический \*: *пример, случай, вариант, стиль, подход, период, и, образец, танец, университетский.*

Слева от термина *классический* найдены, в основном, служебные слова, которые не дают практически полезной информации об использованном значении слова.

Справа от термина встретились девять существительных и один союз, как у термина *глухой*.

Справа от данного термина, написанного с заглавной буквы, встретились почти одни существительные, как и у данного термина со строчной первой буквой.

Сочетающиеся с термином *классический* существительные указывают, в каких сферах используется этот термин. Поскольку общеупотребительные значения и лингвистические смыслы данного термина действительно близки (весьма вероятно, что обычное слово *классический* вошло в систему лингвистической терминологии путем процесса терминологизации), можно предположить, что этот термин часто встречается как в обыденных контекстах, так и в лингвистических. Однако, скорее всего, частота появления данного термина в контекстах при его использовании в общеупотребительном значении все-таки больше, чем в лингвистических контекстах, потому что «объем» обыденного языка несомненно больше системы языковых единиц любого специального языка. Тем более, КЛТ при использовании в обыденном смысле обычно богаче по ассоциативным связям и по сочетаемости, чем то же слово при его использовании в профессиональной области (в лингвистике).

### Коллокации КЛТ из НКРЯ

По основному корпусу НКРЯ были найдены следующие (упорядоченные по частности) коллокации из разделов «определения» (1) / «определяемые слова» (1') и «сочиненные существительные» (2) / «сочиненные прилагательные» (2'). Ниже приведены первые десять самых частотных коллокатов из соответственных разделов.

### АКТИВ

(1) нематериальный, непрофильный, партийно-хозяйственный, внеоборотный, оборотный, радиолюбительский, партийный, ликвидный, совокупный, кооперативный;

(2) пассив, обязательство, актив, капитал, задолженность, недвижимость, беднота, кредит, общественность, доход.

Семантика определений *партийный, партийно-хозяйственный радиолюбительский и кооперативный*, найденных для слова *актив*, свидетельствует об использовании данного слова в быденной речи для выражения смысла 'наиболее деятельная часть участников организации'. А остальные коллокации со словом *актив* образуют терминосочетания, относящиеся к финансовой отрасли.

Сочетаясь со словом *актив*, существительное *общественность* указывает на трактовку термина как обозначающего наиболее активных членов какой-нибудь организации. Семантика всех остальных слов, приведенных выше в пункте 2, отражает специальное значение термина в финансовой сфере.

### ГЛУХОЙ

(1') стена, шум, стон, деревня, стук, провинция, удар, гул, голос, переулок;

(2') слепой, немой, глухой, темный, отдаленный, пустынный, хриплый, безлюдный, далекий, отрывистый.

Семантика определяемых слов и сочиненных прилагательных для слова *глухой* свидетельствует об их преимущественном использовании как выражающих значения 'лишенный слуха', 'незвонкий', 'тихий', 'находящийся далеко в глуши, в малонаселенных местах', 'сплошной, без отверстий' и т. д., все эти слова обозначают быденные понятия, касающиеся звука или дальности.

Поэтому данный термин чаще всего встречается в контекстах, в которых он приобретает общеупотребительное значение, а не в контекстах, свидетельствующих об использовании специального, лингвистического значения.

### ЛИЦО

(1) юридический, должностной, бледный, частный, физический, красивый, знакомый, отдельный, смуглый, круглый;

(2) глаз, рука, лицо, волос, фигура, шея, губа, голос, взгляд, тело.

Анализ определений *бледный, красивый, знакомый, смуглый и круглый*, найденных для слова *лицо*, показал, что в этих контекстах проявилось значение 'передняя часть головы человека'. Кроме того, все сочиненные существительные по семантике прямо или косвенно связаны с телом, выражая факт, что слово *лицо* действительно часто используется в контекстах для обозначения части головы человека.

Семантика прилагательных (определений) *юридический, должностной, частный, физический и отдельный* отражает использование данного термина для именованя понятия личности.

Таким образом, слово *лицо* чаще всего появляется в быденных контекстах, и, в большинстве случаев, используется для обозначения части человеческого тела или личности человека.

### КЛАССИЧЕСКИЙ

(1') музыка, гимназия, пример, механика, литература, репертуар, филология, древность, образец, стиль;

(2') современный, романтический, неклассический, квантовый, постнеклассический, реальный, советский, традиционный, реалистический, неоклассический.

Среди определяемых слов два существительных образуют лингвистические контексты и, соответственно, представляют лингвистические терминологические сочетания «классическая филология» и «классическая литература». В то же время определяемые слова *музыка* и *репертуар*, *гимназия*, *механика* свидетельствуют об использовании слова *классический* в соответствующих специальных областях.

Кроме сочиненного прилагательного «*квантовый*» (очевидно относящегося к области физики), остальные прилагательные нечетко указывают области, к которым относятся. Конкретные области (профессиональные или быденные) можно установить по определяемым словам, появляющимся после названных прилагательных, например *искусство*, *физика*, *литература*, *версия* и т. д.

По сравнению с тремя другими словами, здесь наблюдались коллокааты, использованные по специальному (лингвистическому) значению. Эта особенность не случайна, она тесно связана с соотношением между быденными значениями и лингвистическими определениями данного термина. Сравнив определения в словарях, мы обнаружили, что существует высокая степень совпадения между словарными определениями общеупотребительного и лингвистического значений слова *классический*. Другими словами, в отличие от некоторых других лингвистических терминов, граница между этими значениями не столь очевидна.

### Сравнение корпусов Google Ngram Viewer и НКРЯ

На основе отдельного анализа двух корпусов был выявлен ряд грамматических и лексико-семантических различий и сходств.

С грамматической точки зрения корпус Ngram Viewer отличается тем, что значительная часть обнаруживаемых им коллокаатов представляет собой служебные слова (предлоги и союзы), в то время как в НКРЯ при поиске коллокаатов можно выбирать часть речи, что позволяет отобрать для анализа знаменательные слова, существительные (определяемые слова) и прилагательные (определения). Служебные слова в меньшей степени помогают понять семантику термина в найденном словосочетании КЛТ и выявить признаки идентификации значений таких терминов.

Это обусловлено различными алгоритмами поиска в указанных двух корпусах. В корпусе Google прямо показаны коллокааты, располагающиеся с левой и правой сторон термина, упорядоченные по частотности их появления в контекстах, а также сохраняются оригинальные грамматические формы коллоката (например, *глухой стеной*). В отличие от этого, «портрет слова» НКРЯ показывает коллокааты, сгруппированные по частям речи (определения / определяемые слова, сказуемые, сочиненные существительные или прилагательные и т. д.) и по частотности их появления, а также нормализует грамматические формы коллоката в исходном контексте (например, для коллокации *актив работников* показано только слово именительного падежа – *работник*).

Рассмотренные корпуса различаются на семантическом уровне. Корпус Ngram Viewer предоставляет много коллокаатов термина, являющихся служебными словами, по которым можно определить лишь грамматическое значение, но невозможно установить, в каком смысле или в какой отрасли используется данный термин. В НКРЯ можно выбрать часть речи, что дает большое количество коллокаатов (знаменательных слов) термина, позволяющих установить конкретное значение, быденное или специальное.

Семантическая общность корпусов заключается в том, что КЛТ чаще всего используются в общеупотребительном смысле. Сходство корпусов также в том, что все сочетания, найденные в данных корпусах, относятся к узкому контексту, вместе с тем для идентификации значения термина можно использовать не только узкий, но также широкий или экстралингвистический контексты.

Таким образом, сочетания терминов, найденные в двух указанных корпусах, можно разделить на три группы в зависимости от того, какой тип контекста (узкий, широкий, экстралингвистический) позволяет установить значение термина.

### **Узкий контекст**

Коллокации из узкого контекста позволяют легко определить значение термина по самому найденному словосочетанию. К ним относятся:

1. Словосочетания, в которых термин *актив*, обозначающий финансовое понятие или самую активную часть какой-нибудь организации (все формы): *актив баланса, нематериальный актив, финансовый актив, базовый актив, налоговый актив, непрофильный актив, внеоборотный или оборотный актив, консолидация актива* и т. д.; *партийный актив, партийно-хозяйственный актив, радиолюбительский актив, актив работников* и т. д.

2. Сочетания с термином *лицо*, обозначающим переднюю часть головы: *его лицо, ее лицо, свое лицо, лицо девушки, лицо женщины, лицо человека, бледное лицо, черты лица, выражение лица, лицо к чему-нибудь, лицо у чего-нибудь, красивое лицо, знакомое лицо, смуглое лицо и круглое лицо*.

3. Все остальные атрибутивные словосочетания (кроме словосочетаний *классический период, классический тип, классический вариант, классический стиль*), например, *глухой шум, глухой голос, глухой переулок, юридическое лицо, должностное лицо, классический пример, классический танец, классическая филология* и т. д.

В рамках рассмотрения узкого контекста дополнительно к анализу словосочетаний были проанализированы первые три «похожих слова» (опция «портрет слова» в НКРЯ). Все похожие слова термина *актив* (*капитал, акция и предприятие*) четко указывают на финансовую сферу; похожие слова термина *глухой* (*пустынный, безлюдный и приглушенный*) показывают его использование в обыденном значении; похожие слова термина *лицо* (*физиономия, личико и щека*) также отражают его обыденное значение – лицо человека; похожие слова термина *классический* (*модернистский, хрестоматийный и постмодернистский*) связаны с литературой, искусством и т. д.

### **Широкий контекст**

Для установления значений следующих терминов и терминологических сочетаний нужен анализ абзаца, главы или даже целой книги, т. е. широкого контекста.

1. Все коллокации, сочетающиеся с предлогами, союзами, сказуемым (глаголы и прилагательные), с указательными местоимениями и притяжательными местоимениями (за исключением типов значений, обнаруживаемых на основе анализа узкого контекста): *актив в, актив и, актив не, в актив, этот актив, и актив, и глухой, из глухой, услышать глухой, лицо было, лицо с, это классический, как классический, считаться классическим* и т. д. В этих случаях семантика термина в рассмотренном сочетании остается неясной, надо учитывать более широкий контекст, например, абзац.

2. *Актив пассив* (любой знак препинания между ними был убран). Без более широкого контекста эта коллокация может быть понята как по финансовому, так и по лингвистическому значению, однако абзац или глава, в которой данные термины встретились, определяют их конкретное значение.

### **Экстралингвистический контекст**

Узкий контекст дает лишь приблизительное представление о значении терминологических словосочетаний *классический период, классический тип, классический вариант, классический*

*стиль*; для уточнения их значения требуется понять, какому объекту приписывается данная характеристика (например, *классический стиль* в одежде или *классический тип* красоты). Необходимо учитывать и другие факторы, например, о какой стране, каком сезоне, какой эпохе и т. д. идет речь, т. е. нужно обращаться к экстралингвистическому контексту.

### Методика создания корпусов сочетаний КЛТ

Были проанализированы лингвистические (узкие и широкие) контексты терминов *актив*, *глухой*, *лицо* и *классический*. Поиск признаков идентификации значений дал следующие результаты.

#### АКТИВ

На основе анализа первых десяти сочетаний термина в Google Ngram Viewer и НКРЯ было выяснено, что данный термин часто появляется в финансовой сфере и обыденной речи, а среди 50 коллокаций лингвистические контексты не обнаружались. Анализ таких контекстов производился по текстам научных публикаций, относящихся к области лингвистики и размещенных в электронной библиотеке «КиберЛенинка». Для этого после введения в поисковую строку слова «актив» выбирался раздел «Языкознание и литературоведение». Найденные коллокации, появившиеся либо в заголовках, либо в тех же абзацах, что и искомый термин, были проанализированы с целью выявления признаков идентификации значений.

В лингвистике термин *актив* довольно часто используется с другим противоположным вариантом термина *пассив*. Они соответственно обозначают грамматические понятия «действительный залог» и «страдательный залог». Конкретнее говоря, они либо появляются совместно в сочетании «актив и пассив», либо встречаются в одном и том же абзаце. Однако эта же пара слов используется также в финансовой сфере, поэтому данный признак не может считаться идентифицирующим значением.

Более надежным признаком является неспособность термина *актив* в его лингвистическом значении использоваться с прилагательным в составе атрибутивного словосочетания. В отличие от этого, *актив* как финансовое понятие или слово обыденного языка может появляться в атрибутивных словосочетаниях: *нематериальный актив*, *непрофильный актив* / *партийный актив* и т. д. В тексте филологической статьи данный термин также встретился в атрибутивном словосочетании, но только для обозначения финансового понятия: «В Священном Писании упоминаются разные *материальные и нематериальные активы*, которые давали человеку вес, т. е. делали его славным» [Подчасов, 2020. С. 38]. В тексте статьи о литературе появилось атрибутивное словосочетание с данным термином в общеупотребительном смысле: «содействие росту и продвижению *литературного актива* оказало образование в Архангельске Северо-Западного издательства» [Столетова, 2015. С. 102].

Мы также заметили, что, когда слово *актив* используется для именованного грамматического понятия, в широком контексте появляются термины, связанные с грамматикой, такие как *язык*, *залог*, *действие*, *глагол*, *форма* и т. д. Данные слова или термины встречаются в широком контексте не случайно, поскольку все они тесно связаны с семантикой термина *актив*. Во-первых, *актив* (действительный залог), противоположный *пассиву* (страдательный залог), является грамматическим термином, т. е. связан с определенным языком. Во-вторых, этот термин характеризует глагольную форму, указывающую на некоторое действие субъекта. Рассмотрим типичный пример, включающий все указанные выше слова: «на основе анализа установлено, что *залог глагола* в башкирском языке выражает отношение *действия* к субъекту и объекту, исходную *форму* которой образует *актив*, периферию образуют *пассив*, рефлексив, реципрок и социатив, каузатив» [Салыхова, 2016. С. 362]. В других статьях, использующих данный термин в лингвистическом значении, указанные слова не обязательно появляются одновременно.

Выявленные признаки идентификации значения данного термина сведены воедино в табл. 1. Знак «+» означает совместное использование, знак «-» – отсутствие некоторого элемента, а символ «\*» указывает на признаки, рассматриваемые как наиболее надежные.

Таблица 1

Признаки термина *АКТИВ*

Table 1

The Features of the term *АКТИВ*

Номер	В узком контексте	Номер	В широком контексте
1*	– прилагательное (т. е. – ый + актив, – ого + актива, – ому + активу, – ым + активом, – ом + активе)	2*	+ язык, + залог, + действие, + глагол, + форма и т. д. (появляется по крайней мере один из них)

*ГЛУХОЙ*

Данный термин используется в большинстве случаев в общеупотребительном смысле, и его лингвистические контексты не наблюдались среди вышеуказанных 50 контекстов.

Термин, к счастью, образует лишь ограниченное количество устойчивых терминологических словосочетаний: *глухой согласный / глухие согласные, глухой гласный / глухие гласные* и *глухая рекурсия согласного* [Ахманова, 2021. С. 109]. Поэтому лингвистический термин обычно появляется в лингвистических контекстах в конструкциях типа «определение + определяемое слово».

Кроме того, в лингвистике *глухой* противопоставлен *звонкому*, поэтому в узком контексте возможна их совместная встречаемость, например, *оппозиция звонких и глухих согласных*.

Следует отметить, что когда термин используется в сочетании с существительным, представляющим человека, даже в лингвистическом контексте, он обозначает не лингвистическое понятие, а значение данного слова в быденном языке, т. е. ‘лишенный слуха, способности слышать’. При использовании вместе со словом «слабослышащий», слово *глухой* также не выражает лингвистическое значение. Термин *глухой*, понимаемое в данном быденном смысле, связан с актуальной для лингвистики темой, что затрудняет идентификацию лингвистического значения этого термина, поэтому учет таких контекстов важен. Например, «известным фактом является то, что при обучении *глухих людей* большую роль играет наглядность, так как боль-

Таблица 2

Признаки термина *ГЛУХОЙ*

Table 2

The Features of the term *ГЛУХОЙ*

Номер	В узком контексте	Номер	В широком контексте
1*	глухой согласный (глухие согласные), глухая рекурсия согласного	4	+ звонкий, + язык, + фонетический и т. д.
2	+ звонкий		
3*	– существительное, представляющее человека (в том числе глухие дети, глухие люди, глухие учащиеся и т. д.), – слабослышащий		

шую часть информации студенты с нарушением слуха воспринимают с помощью зрения» [Прокофьева, 2021. С. 36], «<...> по вопросам обучения жестовому языку как глухих детей, так и интересующихся жестовой речью слышащих граждан» [Файзуллина и Ильичева, 2020. С. 211], «обучение иранских глухих и слабослышащих русскому языку на начальном уровне» [Таранех и Валипур, 2017. С. 150] и т. д.

При использовании данного термина в лингвистическом смысле в его широком контексте могут встретиться такие слова или термины, как *звонкий, язык, фонетический* и т. д. Поскольку термин *глухой* противопоставлен термину *звонкий*, относится к фонетическим терминам и используется при обсуждении правил произношения определенного языка, термины, относящиеся к данным темам, могут встретиться в одном абзаце со термином *глухой*.

Таким образом, признаки идентификации данного термина можно представить в виде табл. 2.

### ЛИЦО

Как показал анализ коллокаций корпусов Google и НКРЯ, термин *лицо* чаще используется в обыденных контекстах, обозначая переднюю часть головы или личность (оба значения не являются лингвистическими).

Данный термин также образует ограниченное количество устойчивых словосочетаний, но их гораздо больше, чем у термина *глухой*: *лицо первое, лицо второе, лицо третье, лицо говорящее, лицо действующее* (полный список в табл. 3).

Таблица 3

Признаки термина *ЛИЦО*

Table 3

The Features of the term *ЛИЦО*

Номер	В узком контексте	Номер	В широком контексте
1*	Лицо первое, лицо второе, лицо третье (лицо проксимальное), лицо говорящее, лицо действующее, лицо инклюзивное / включительное, лицо квалифицированное, лицо неопределенно-выраженное, лицо определенно-выраженное, лицо общее, лицо слушающее, лицо четвертое (обвиатив, лицо обвиативное), лицо эксклюзивное (лицо исключительное), имя лица, синтаксическая категория лица и т. д. [Ахманова, 2021. С. 220–221]		/
2	– его, – ее, – свой		
3	– у (кого-либо), – к (кому-либо, чему-либо)		
4	– существительное, представляющее человека (т. е. лицо – женщины, лицо – человека и т. д.)		
5	– юридический, – должностной, – частный; – бледный и т. д.		

Кроме того, термин не выражает лингвистический смысл, если он использован вместе с такими предлогами или местоимениями, как *его, ее, свое, к, у* и т. д. Если после данного

термина встречаются существительные, представляющие человека, это также свидетельствует о том, что он использован не в лингвистическом значении, например, *лицо женщины, лицо девушки* и т. д.

Присутствие прилагательных тоже указывает на то, что данный термин использован не в лингвистическом значении, например, *юридический, должностной, частный; бледный* (они используются наиболее часто) и т. д.

В широком контексте термина не найдены важные для идентификации его значения слова или термины, вместе с тем в узком контексте существует достаточное количество терминосочетаний, позволяющих выявить использованное значение.

Признаки идентификации значения данного термина перечислены в табл. 3.

### КЛАССИЧЕСКИЙ

На основании сопоставления словарных значений термина выяснилось, что его лингвистические значения очень близки к некоторым из обыденных значений.

Поскольку лингвистические значения данного слова вошли в сферу лингвистики из обыденного языка, по самому слову *классический* не удастся выяснить, в какой сфере оно используется. Однако единица общепотребительной лексики или терминологии, выступающая в качестве определяемого слова, следующего за словом *классический*, уточняет сферу его использования. Иными словами, термин образует атрибутивные словосочетания, в которых второе слово, существительное, отражает, в какой сфере данный термин используется. Если существительное является лингвистическим термином, то все терминосочетание представляет собой лингвистический термин, например, *классическая латынь, классический санскрит, классическая филология* [Ахманова, 2021. С. 196] и т. д.

Относительно широкого контекста можно сказать следующее: если в нем присутствует большое количество лингвистических терминов, то можно с уверенностью заключить, что контекст является лингвистическим, и данный термин используется в качестве лингвистического термина. Другими словами, термин *классический* почти всегда играет роль лингвистического термина в лингвистических текстах.

Признаки идентификации значения данного термина показаны в табл. 4.

Таблица 4

#### Признаки термина *КЛАССИЧЕСКИЙ*

Table 4

#### The Features of the term *КЛАССИЧЕСКИЙ*

Номер	В узком контексте	Номер	В широком контексте
1*	+ существительное, являющееся лингвистическим термином (например, <i>классическая латынь, классический санскрит, классическая филология, классические языки</i> и т. д.)	2	Являющийся лингвистическим текстом

### Заключение

Значения консубстанциональных лингвистических терминов, имеющих ряд связанных или несвязанных значений в лингвистике и обыденном языке, непросто идентифицировать. Ключом к решению этой проблемы может быть анализ признаков данных лингвистических

терминов в контекстах (лингвистических и нелингвистических) и создание корпусов терминосочетаний данных терминов.

Для разработки метода такого анализа были выбраны четыре термина: *актив*, *глухой*, *лицо* и *классический*. При сравнении определений этих терминов в толковых словарях русского языка с их определениями в Словаре лингвистических терминов О. С. Ахмановой было обнаружено, что у каждого из четырех терминов лингвистические и общеупотребительные значения характеризуются частичным пересечением семантики.

Сравнив корпус Google Ngram Viewer и НКРЯ, мы обнаружили между этими корпусами ряд различий и общих черт, касающихся грамматики и лексической семантики. В большинстве случаев консубстанциональные лингвистические термины были найдены в контекстах обывденного языка, исключение – термин *актив*, часто используемый в финансовой сфере.

В процессе анализа данных терминов в лингвистических контекстах рассматривались признаки идентификации терминов. Выявлены контекстные признаки, полезные для различения терминологического и обывденного значений и относящиеся к узкому и широкому контекстам.

Почти все из четырех рассмотренных терминов могут образовывать терминосочетания (узкий контекст), помогающие определить область использования и семантику терминов. Для разных терминов существуют разные признаки их идентификации по узкому контексту. Так, для термина *актив* типично то, что он не используется в сочетании с прилагательными при выражении лингвистического значения; использование слова *глухой* в сочетании с существительным, обозначающим человека, типично для обывденного, а не лингвистического значения слова *глухой*.

Методику идентификации консубстанциональных лингвистических терминов в данном исследовании можно разделить на следующие три типа:

1) для терминов (подобных термину *актив*), часто используемых **отдельно** в лингвистическом контексте при выражении ими лингвистического значения, необходимо обобщить их грамматические особенности в узком контексте и составить список слов или терминов, тесно связанных с лингвистической семантикой для идентификации значения рассматриваемого термина по широкому контексту;

2) для терминов (подобных термину *классический*), имеющих **размытую границу** между обывденными и лингвистическими значениями, следует обратить внимание на слова и термины, встречающиеся в узком и широком контекстах, поскольку эти слова являются важными факторами, определяющими лингвистическую семантику рассматриваемого термина;

3) многие термины (подобные терминам *лицо* и *глухой*) могут образовывать устойчивые терминологические словосочетания, и сами эти терминосочетания выполняют функцию идентификации лингвистической семантики консубстанциональных лингвистических терминов.

Метод установления терминологического употребления консубстанциональных лингвистических терминов посредством идентификационных признаков, проявляющихся в лингвистическом контексте, имеет как достоинства, так и ограничения. Преимущество этого метода заключается в том, что по простым терминосочетаниям и идентифицирующим словам в абзацах можно определить специальное значение консубстанциональных лингвистических терминов. Это аналогично тому, что при изучении новых слов на иностранном языке, в дополнение к запоминанию перевода слов, мы легко поймем их значения и употребление, посмотрев на их конкретные контексты. К недостаткам этого метода относится то, что составляемый список терминосочетаний может оказаться неполным, а идентификационные признаки в широком контексте в некоторых случаях не абсолютно указывают на лингвистическое значение.

В итоге при наличии сильной связи между коллокацией и семантикой рассматриваемого термина слово/термин слева или справа от него часто позволяет идентифицировать значение консубстанционального лингвистического термина. Соответствие между коллокацией и семантикой термина является ключом к пониманию использованного значения. В дальнейших

исследованиях эту работу планируется продолжить на основе анализа других консубстанциональных лингвистических терминов.

### Список литературы

- Анисимова А. Г.** Мастерская переводчика: проблемы перевода консубстанциональных терминов гуманитарных наук // Вестник МГУЛ – Лесной вестник. 2015. № 6. С. 194–201.
- АНСССР ИРЯ.** Русская грамматика. Т. 1. М.: Наука, 1980. 788 с.
- АНСССР ИРЯ.** Русская грамматика. Т. 2. М.: Наука, 1980. 709 с.
- Богданович Л. А.** К вопросу о детерминологизации лингвистических терминологических единиц вне научного дискурса // Веснік МДПУ імя І. П. Шамякіна. 2021. № 1(57). С. 85–91.
- Гринев-гриневич С. В.** Терминоведение: Учеб. пособие для студ. вузов. М.: Академия, 2008. 304 с.
- Косова М. В.** Терминологизация как лексико-семантический процесс // Вестник ОГУ. 2004. № 2. С. 42–48.
- Мальцева Е. И.** Процессы транстерминологизации в лингвистике и искусствоведении // Вестник Моск. гос. лингвист. ун-та. Гуманитарные науки. 2020. № 2 (831). С. 107–118.
- Подчасов А. С.** Понятие «слава» в русской духовной культуре и светском дискурсе // Филология: научные исследования. 2020. № 8. С. 36–44.
- Прокофьева В. А.** Использование интерактивных онлайн-площадок для преподавания китайского языка людям с проблемами слуха // Science Time. 2021. №3 (87). С. 35–38.
- Саляхова З. И.** Сложные залоговые формы глагола в башкирском языке // МНКО. 2016. № 6 (61). С. 362–364.
- Столетова А. С.** Сотрудничество писательских организаций Европейского Севера России в 1950–1960-е гг. (на примере Архангельской и Вологодской областей) // Вестник ВятГУ. 2015. № 12. С. 102–109.
- Тимофеева М. К.** Междисциплинарный сопоставительный словарь терминов // Теоретическая и прикладная лингвистика, 2023. № 9 (1). С. 143–158.
- Таранех Розита Джавид, Валипур Алиреза.** Обучение иранских глухих и слабослышащих русскому языку на начальном уровне // Вестник ТГПУ. 2017. № 11 (188). С. 150–153.
- Файзуллина Э. Ф., Ильичева Т. Е.** К вопросу о переводе профессиональных терминов на жестовый язык // СИСП. 2020. № 6. С. 211–219.
- Хуан Шанлун.** Понимание консубстанциональных лингвистических терминов носителями русского языка // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023а. Т. 21, № 4. С. 37–57.
- Хуан Шанлун.** Междисциплинарное взаимодействие как вариант межкультурной коммуникации: понимание консубстанциональных терминов // Межкультурная коммуникация: лингвистические и лингводидактические аспекты: Сб. материалов X Междунар. дистанционной научн.-практ. конф.). Новосибирск: НГТУ, 2023б. С. 31–36.
- Романова С. П., Коралова А. Л.** Пособие по переводу с английского на русский. М.: Университет, 2011. 171 с.
- Huang Shanglong.** Application of Informatics and Electronics on a Linguistic Level for Handling Consubstantial Terms in Automatic Processing of Scientific Publications // in 2023 IEEE 24th International Conference of Young Professionals in Electron Devices and Materials (EDM), 2023, pp. 2060–2063. DOI: 10.1109/EDM58354.2023.10225126

### Список источников

ДСМ. URL: <https://dsm-calculator.ru/> (дата обращения: 01.10.2023).

Проект «СЛОВАРИ.РУ». URL: <https://slovari.ru/> (дата обращения: 08.06.2023).  
 Ngram Viewer. URL: <https://books.google.com/ngrams/> (accessed on 08.06.2023).  
 НКРЯ. URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 08.06.2023).  
 Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 30.06.2023).

### Список словарей

**Ахманова О. С.** Словарь лингвистических терминов. Изд. стереотип. М.: ЛЕНАНД, 2021. 576 с.

### References

- Anisimova A. G.** Translator’s Workshop: Problems of translating consubstantial terms of the humanities. *Bulletin of MGUL (Forestry Bulletin)*, 2015, no. 6, pp. 194–201. (in Russ.)
- AN SSSR IRIa.** Russian Grammar. Volume 1. Moscow: Publishing House Nauka, 1980, 788 p. (in Russ.)
- AN SSSR IRIa.** Russian Grammar. Volume 2. Moscow: Publishing House Nauka, 1980, 709 p. (in Russ.)
- Bogdanovich L. A.** On the issue of determinologization of linguistic terminological units outside of scientific discourse. *Bulletin of MSPU named after Shamyakin*, 2021, no. 1 (57), pp. 85–91. (in Russ.)
- Grinev-Grinevich S. V.** Terminology: Textbook for Students of Higher Education Institutions. Moscow: Publishing Center “Academy”, 2008, 304 p. (in Russ.)
- Kosova M. V.** Terminologization as a lexico-semantic process. *Bulletin of OSU*, 2004, no. 2, pp. 42–48. (in Russ.)
- Mal’tseva E. I.** Processes of transterminologization in linguistics and art history. *Bulletin of MSLU. Humanities*, 2020, no. 2 (831), pp. 107–118. (in Russ.)
- Podchasov A. S.** The concept of glory in Russian spiritual culture and secular discours. *Philology: Scientific Research*, 2020, no. 8, pp. 36–44. (in Russ.)
- Prokof’eva V. A.** Using interactive online platforms for teaching Chinese to people with hearing problems. *Science Time*, 2021, no. 3 (87), pp. 35–38. (in Russ.)
- Saliakhova Z. I.** Complex collateral forms of the verb in the Bashkir language. *The World of Science, Culture and Education*, 2016, no. 6 (61), pp. 362–364. (in Russ.)
- Stoletova A. S.** Cooperation of writer’s organizations of the European North of Russia in 1950-1960s (on the example of the Arkhangelsk and Vologda regions). *Bulletin of VyatSU*, 2015, no. 12, pp. 102–109. (in Russ.)
- Timofeeva M. K.** Interdisciplinary contrastive-comparative terminological dictionary. *Theoretical and applied linguistics*, 2023, no. 9 (1), pp. 143–158. (in Russ.)
- Taraneh, Rozita Javid, Valipour, Alireza.** Teaching Iranian deaf and hearing-impaired people to Russian language at the elementary level. *Bulletin of TSPU*, 2017, no.11 (188), pp. 150–153. (in Russ.)
- Faizullina E. F., Il’icheva T. E.** To the issue of translation of professional terms into sign language. *MSSI*, 2020, no. 6, pp. 211–219. (in Russ.)
- Huang Shanglong.** Understanding consubstantial linguistic terms by Russian native speakers. *NSU Vestnik*, 2023a, T. 21, no. 4, pp. 37–57. (in Russ.)
- Huang Shanglong.** Interdisciplinary interaction as a variant of intercultural communication: understanding consubstantial terms. *In X International online scientific and practical conference: Intercultural communication: linguistic and linguodidactic aspects*. Novosibirsk: NSTU, 2023b. Pp. 31–36 (in Russ.)

**Romanova S. P., Koralova A. L.** Textbook for translation from English to Russian. Moscow: University Book House, 2011, 171 p. (in Russ.)

**Huang Shanglong.** Application of Informatics and Electronics on a Linguistic Level for Handling Consubstantial Terms in Automatic Processing of Scientific Publications. *In 2023 IEEE 24th International Conference of Young Professionals in Electron Devices and Materials (EDM), 2023*, pp. 2060–2063. doi: 10.1109/EDM58354.2023.10225126.

### List of Sources

ДСМ. URL: <https://dsm-calculator.ru> (accessed on 01.10.2023).

Project SLOVARI.RU. URL: <https://slovari.ru> (accessed on 08.06.2023).

Google Ngram Viewer. URL: <https://books.google.com/ngrams> (accessed on 08.06.2023).

НКРЯ. URL: <https://ruscorpora.ru> (accessed on 08.06.2023).

Scientific Electronic Library “CyperLenika”. URL: <https://cyberleninka.ru> (accessed on 30.06.2023).

### List of Dictionaries

**Akhmanova, O. S.** Dictionary of Linguistic Terms. Ed. stereotype. Moscow: LENAND Publ., 2021, 576 p. (in Russ.)

### Информация об авторе

**Хуан Шанлун**, аспирант Новосибирского государственного университета

### Information about the Author

**Huang Shanglong**, Postgraduate student at Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation

*Статья поступила в редакцию 26.03.2024;*

*одобрена после рецензирования 30.04.2024; принята к публикации 17.05.2024*

*The article was submitted 26.03.2024;*

*approved after reviewing 30.04.2024; accepted for publication 17.05.2024*

Научная статья

УДК 80

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-152-164

## Идентичность и восприятие российского бренда одежды Akhmadullina Dreams в интернет-коммуникации

Елена Валерьевна Пожидаева<sup>1</sup>

Ольга Алексеевна Карамалак<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

<sup>2</sup>Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

<sup>1</sup>elenapozhidaeva7567@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3383-3802>

<sup>2</sup>okaramalak@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5502-8487>

### Аннотация

Несмотря на растущее внимание к исследованиям брендов в последние годы, лишь немногие направлены на изучение идентичности бренда в Сети.

В данном дескриптивном исследовании российский бренд женской одежды Akhmadullina Dreams исследуется с помощью синергетического подхода, включающего изучение нескольких составляющих идентичности бренда (бренда как личности, бренда как продукта, бренда как организации и бренда как символа), что вносит определенный вклад в понимание структуры идентичности бренда, его сущности и способности транслировать ценности своим покупателям как совокупности критериев его успешности.

Дискурсивный и семиотический анализ раскрывают ключевые особенности бренда и сходство бренда с культурной концепцией. Критический дискурс-анализ определяет ключевые особенности веб-коммуникации и их вклад в идентичность бренда.

Психолингвистический ассоциативный эксперимент показывает, насколько успешно бренд сохраняет свою идентичность и доносит до покупателей свои основные принципы и ценности.

Результаты исследования имеют большое значение для тех, кто работает в сферах, связанных с брендами: создателей брендов, авторов контента, модных блогеров, лингвистов и журналистов.

### Ключевые слова

бренд, мода, интернет-коммуникация, национальный бренд, культурная однородность

### Для цитирования

Пожидаева Е. В., Карамалак О. А. Идентичность и восприятие российского бренда одежды Akhmadullina Dreams в интернет-коммуникации // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3. С. 152–164. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-152-164

© Пожидаева Е. В., Карамалак О. А., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 3

Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 3

# Investigation of a Brand: The Identity in Web-based Communication and Perceptions of Akhmadullina Dreams

Elena V. Pozhidaeva<sup>1</sup>, Olga A. Karamalak<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pushkin State Russian Language Institute

<sup>2</sup>HSE University

<sup>1</sup>elenapozhidaeva7567@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3383-3802>

<sup>2</sup>okaramalak@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5502-8487>

## Abstract

In spite of the growing attention to brand research in recent years, few studies have sought to investigate a brand identity and its web-representation to better understand how it communicates its dispositional characteristics and how it is perceived by customers.

The authors generate new insights and research propositions in a case study of the Russian women's clothing brand "Akhmadullina Dreams" to provide findings on the brand identity and its contribution to the brand's success.

In this descriptive study, the Akhmadullina Dreams brand is defined through several analytical stages by using a mixed-method design.

The initial stage involves multi-dimensional brand-related settings analysis [Kotler, 2006]: brand-as-person, brand-as-product, brand-as-organization, and brand-as-symbol. Discourse and semiotic analyses uncover key brand features and the resemblances of the brand to a cultural concept. The critical discourse analysis determines the key features of web communication and its contribution to the brand identity.

A psycholinguistic associative experiment shows how successful the brand is in maintaining its identity and delivering its primaries to the customers and, on the other hand, the meaning the customers perceive.

The results have significant relevance for those in brand-related spheres: brand creators, content writers, fashion bloggers, linguists, and journalists.

## Keywords

brand; fashion; web-based communication; national brand; cultural homogeneity

## For citation

Pozhidaeva E. V., Karamalak O. A. Investigation of a Brand: The identity in web-based communication and perceptions of Akhmadullina Dreams. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 3, pp. 152–164. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-3-152-164

## 1. Introduction

"Brand" is a phenomenon dating back to ancient times which has an impactful presence in modern human society. Together with the era of social networks and media, a golden age of branding has come. New creative agencies, modern specialists in marketing, designers and linguists all develop brands in the digital universe.

Brands are complex multilayer concepts that represent social entities firmly embedded in people's environment and social interactions [Arnould and Thompson, 2005]. Brands attract attention [Russo and Leclerc, 1994], activate positive attributes in memory, and awaken certain emotions [Pogorzelski, 2018] and above all shift the choice outcome in favour of the brand product [Hoyer and Brown, 1990]. Recent studies have shown that the choice of the brand bought by customers is implicit and unconscious [Chartrand and Fitzsimons, 2011] and predisposed by brand schemata effects [Halkias, 2015]. It is of paramount interest how a brand may exist in brand-related settings, interact with its customers via web and how its customers perceive the brand message.

This case study of a successful Russian brand Akhmadullina Dreams is novel in its large perspective due to the integrative narrative and the unusual exposure of its conceptual issues and interdisciplinary links. It presents insights into the communication of authentic brand values, conveying a clearly defined aesthetic and visual language that maintains relevant and consistent brand narratives in 21st-century Russia. The success of the brand is considered in terms of language-related issues and

its cultural heritage which lies in its ability to capture and represent the essence of Russian culture, identity, and uniqueness.

## 2. Literature review

Brands are widely studied nowadays in different scientific fields. In the 2000s, the interest of linguists was attracted to the issue of how language influences the way consumers interact with brands [Carnevale et al., 2017] and how the brand image and identity are connected [Helin, 2014]. The brand name itself and its contribution to consumers' impressions of the product and brand preferences have been studied by Nacchia and Massaro (2017) and Koshikawa (2019). Some researchers go further in the brand name analysis like Subkowski (2019), who examined consumer language fluency on brand name attitudes and perceptions, connecting the brand name to sound symbolism and its effect. How to develop a brand name using linguistic knowledge and the theory of signs to build a concept for its promotion was analyzed by Madiyeva and Uzakbayeva (2021). Rizzo et al. (2023) examined how sensory language shapes consumer responses to influencer-sponsored content. These papers link the disciplines of marketing and linguistics with the focus of linguistics as a means of effective marketing.

Among relevant research topics in 2018–2022, we observe a focus on social media and brand-consumer relationships, for instance, the language of brands in social media [Swaminathan, 2022] and brand reputation in social media [Rust et al., 2021].

Researchers have studied the content of online brand–consumer interactions [Smith and Rose, 2020; Villarroel, 2019] and web-based brand communications. Facebook pages of 100 Fashion Brands were investigated by Camiciottoli (2018). Cruz and Leonhardt (2018) examined Facebook-based brand communication and analyzed personality, sentiment, and emotionality of consumers in this relationship. Andriuzzi (2021) focused on linguistic practices in social media between consumers and brand representatives.

Overall, in recent studies there is a shift to an entirely new interdisciplinary research. The idea of branding as a distinctive entity drawn on history, culture, economy, society, geography, people, and other ideas are brought together in the book “Research Companion to Language and Country Branding” [Theodoropoulou and Tovar, 2022]. No researchers have yet conducted an analysis of a Russian brand through the lens of its identity and setting, and how it is supported by web-communication, on the other hand, how this meaning is perceived by customers.

## 3. Theoretical background

Through the chosen synergetic framework, we define the brand through brand-related settings and integrate the language-related disciplines of psycholinguistics and semiotics to create a novel, interdisciplinary approach.

Psycholinguistics focuses on what happens in the mind when individuals process language – in our case when customers “deal” with brands. Therefore, we analyze the language used by the brand and its effect on the behavior of the audience and how consumers perceive the brand. In other words, there are two fields in our research: communication strategies used by a fashion brand and the meaning of the brand based on customers' associations with it.

For these two fields we employ critical discourse for the web-communication analysis and an associative experiment for the brand meaning description.

Discourse analysis is an approach to the analysis of written, oral, or sign language use, or any significant semiotic event. It deals with the long term analysis of fundamental causes and consequences of issues and requires an account of the detailed relationships between text, talk, society, and culture [Van Dijk, 2006 p. 252]. Discourse is socially constructive and socially conditioned; it constitutes situations, objects of knowledge, and the social identities of and relationships between people and

groups of people [Wodak, 2009 p. 37]. Critical discourse analysis looks to establish connections between the properties of texts, the features of discourse practice, and wider sociocultural practice [Fairclough, 1995 p. 87]. In this case study, we understand discourse as a complete system by which people communicate including written and non-verbal communication. Discourse analysis is used to study language in social context. As a context for social interactions for the brand, the official website and social platforms on which the brand has got accounts have been chosen.

Semiotic analysis helped to uncover hidden brand identity features and detect how meaning was created in non-verbal messages and what resemblances of the brand to a cultural concept the brand possesses.

#### 4. Method: mixed methods design

The discourse material for the analysis was collected from summer 2022 to summer 2023 to observe all seasonal collections.

The material was taken from social networks on which the brand is represented: VKontakte, Facebook and Instagram. The brand has a website <https://akhmadullinadreams.com/> as another means of communication with the customers. Qualitative critical discourse analysis was used to analyze all these platforms.

Through this approach, we define the brand in terms of brand-related settings description and the key elements for building a brand: brand salience and resonance, performance and imagery, and consumer judgements and feelings [Keller, 2001].

These key elements may be defined via a brand identity model. According to Zanthus Corp (2011), Aaker has developed - a four-part model of the concept of a brand. The model suggests brand strategists should consider the brand in four ways: brand-as-personality, brand-as-product, brand-as-organization, and brand-as-symbol. In the analysis of these four brand-setting elements, we used brand semiotics to uncover hidden brand identity features, non-verbal messages, and the resemblances of the brand to a cultural concept.

To unveil latent sociocultural information about the brand, we used an associative experiment in which the participants wrote down the first-word reaction that came to their mind on represented stimuli - 5 sets of clothes. From a psycholinguistic viewpoint, verbal responses to a stimulus refer to Miller's hypothesis of the predictive relations of associations. Formally, the relations between a stimulus and a response are expressed in the formula "A is B, therefore A contains B" [Miller, 1974 pp.165-177]. In other words, the cognitive ability to invoke one entity as a reference point in order to establish mental contact with another is access to one conceived entity through another [Langacker, 2002].

### 5. Results

#### 5.1. Brand identity

Brand identity includes the visible elements that identify and distinguish the brand in consumers' minds and over time. We consider it might involve three perspectives: past, present and future. The past represents the history of the brand; the present tells customers a story conveying its values; and the future perspective is on its development. Akhmadullina Dreams has a clear representation of each: the story behind the brand, a compelling message to send to the customers, and a focus on the future in the idea of eco-friendliness and technological advances. Customers eagerly respond to such 3D brands that engage consumers, inspire emotion, and build loyalty, forging meaningful relationships that go far beyond product and service. All three perspectives are defined through the analysis of the brand identity in media resources below.

Akhmadullina Dreams's history dates back to 2017 when the second women's clothing line was launched by Akhmadullina with the same name. Initially, Akhmadullina's brand positioned itself as a

purely elite brand offering emphatically feminine designer clothes to fashionistas far beyond the mass market. However, the company changed its marketing strategy, branching off into a separate brand in 2017 and focusing on promotion at the expense of the main value – openness to middle-class consumers and the realization of the dream of affordable beauty. The word “Dreams” in its name implies the idea of the fulfillment of the dream of beautiful designer clothes that any woman can afford.

The brand is focused on high quality natural fabric: silk, mercerized cotton, linen, merino wool, tencel, and viscose with unique prints created for each collection. Today’s network includes an online store and 30 retail stores in Russia mostly representing the middle price segment. The designs of the brand have been showcased in numerous fashion shows around the world including Paris, Milan, and New York.

The brand-setting of Akhmadullina Dreams is multi-dimensional and employs social media resources. Customers view the brand as a blending of personality, company, and its product which are combined in the message the brand conveys. Therefore, the identity of the Akhmadullina Dreams brand should be considered in several ways : as a personality (that of the founder and the image the customers may try on buying the product), as a product (the clothes it produces), as a company (its story, strategy, and message), and as a symbol (the meaning for the customers and their needs).

### *Brand as a personality*

The first perspective, brand-as-person, deals with having a unique personality for the brand and the different personality features [Aaker, 1996 pp. 78–84]. A brand personality is defined as “the specific mix of human traits that may be attributed to a particular brand” [Kotler, 2006 p. 148]. According to Aaker [1996 pp. 173–174] the main advantages are that a brand personality can provide a vehicle for customers to express their own identity. However, the brand should have a strong personality so that customers have a more vivid self-expression.

A woman who wears Akhmadullina Dreams clothing is romantic, feminine, and harmonious. She is 20-40 years old, a little eccentric and at the same time intellectual, practical, and elegant. This image resonates with Akhmadullina’s own beauty and personality. Her physical and intellectual attractiveness as a brand founder affects customers’ evaluations and raises her credibility. Since many of the consumers view the brand as an extension of their own identity [Vincent, 2012], they become attached to the brand.

The credibility level is enhanced by celebrity endorsements and collaborations with Akhmadullina, and domestic and foreign brands. For example, she designed the costumes for the closing ceremony of the Beijing Olympics, costumes for Cirque du Soleil, and a costume for Rita Mamun, the Olympic rhythmic gymnast. 2021 witnessed the creation of dishware together with The Dar Store with familiar patterns from fairytale books.

Besides, Akhmadullina herself has become a role model for many fashion lovers and designers. She is called one of the most striking phenomena in the history of Russian fashion. In 2010 Akhmadullina was awarded the title of Honored Artist of the Russian Federation due to her contribution to the arts and culture of Russia.

Akhmadullina Dreams brand epitomizes a unique personality. Among the five different brand personality traits are sincerity, excitement, competence, sophistication and ruggedness [Aaker, 1996], Akhmadullina Dreams possesses almost all: sincerity and competence, excitement and sophistication.

### *Brand as a product*

The second perspective of the brand identity description is brand-as-product. Aaker [1996 pp. 78–80] claims that product-related associations are very important, as they are strongly linked to brand choices and to the user experience. According to Aaker [1996 pp. 80–82], the brand-as-product

perspective consists of the product scope, product-related attributes, quality and value, associations with occasions of use, associations with users and links to the country of origin.

The key features of Akhmadullina Dreams are relevant and multifunctional clothes items suitable for different occasions and moods with comforting and soothing tones; feminine silhouettes with a frivolous touch. Its distinctive feature is prints created manually for each collection.

Another unique feature of clothing by Akhmadullina Dreams is multi-functionality: the items can be adjusted to suit different occasions and moods. They should be not only stylish, but also ergonomic: a dress with a detachable collar, a down jacket with a detachable pocket, a transformer jacket from which almost all details can be removed, a jacket with a detachable vest.

The products by Akhmadullina Dreams have significant cultural relevance. Akhmadullina Dreams brand communicates its culture via the context and images of Russian folk tale characters and Russian traditional costumes such as quilted jackets, sundresses and kokoshniks with patterned embroidery and long braids. By incorporating elements from Russian folklore and history into the design, Akhmadullina Dreams not only creates visually stunning garments but also serves as a vehicle for cultural expression. This allows individuals who wear their clothing to feel a connection to Russian culture and proudly display it to the world.

This trend is reinforced by global politics of the recent years and it can be traced in the growing interest of buyers. Aaker [1996 pp. 80–82] suggests that “the brand’s association with a country of origin implies that the brand will provide higher quality, because that country or region has a heritage of making the best within that product class”. The functional or emotional benefits for customers are directly related to the purchase or the use of a product.

This tendency to look back, search for national identity is extremely popular in Russia and worldwide. For instance, Chinese and Korean fashion designers emphasize the meaning of regional concepts in understanding the concept of national identity [Sun and Ha, 2019] and claim that heritage brands contribute strongly to national identity. According to Bulmer (2010) a common factor among New Zealand clothes brands was the provision of local stories that were relevant to the brand and that resonated with buyers.

### *Brand as a company*

This aspect deals with organizational attributes, such as innovation, consumer concern, and trustworthiness and the differentiation of local and global attributes.

Akhmadullina’s Fashion House is a phenomenon unique for the Russian market: a successful combination of exclusivity and accessibility. Since brands are symbols of status, the consumer has a chance to increase their status [self-enhancement] or to signal that they belong to the group who can afford buying high quality designer clothes, though they buy at an affordable price [Florack and Palcu, 2017].

Another important focus of the company is on innovation. By targeting novel ideologies from crowd cultures, brands can stand out and Akhmadullina Dreams does. In 2020, Akhmadullina was the first Russian designer who had released a collection of virtual clothes and created a virtual model Tsarevna Vasilisa. Vasilisa lives on Instagram at @akhmadullina\_\_digital and introduces virtual collections and innovative solutions. Such a marketing ploy means that this brand created a user-friendly virtual model and promoted unusual social networking. The social responsibility of the brand is also manifested in its marketing strategy: hundreds of bloggers and media personalities wanted to buy their own virtual fashionable bow without damaging the environment. Thus, the brand gave customers a completely new experience of interacting with the digital fashion world.

Akhmadullina Dreams is an eco-orientated brand. In 2020, the designer created a 3D capsule based on the concept of Dymkovo toy with helmet-masks as an essential accessory of this collection. Akhmadullina Dreams claims that helmets are needed because of the deterioration of Earth’s ecosystem and in search of life on other planets. Akhmadullina keeps Russian costume motifs here, too. She

adorns a woman's headdress with a polyethylene scarf with a sunflower pattern on it. Such authentic stories captivate audiences by creating meaningful memories linked to the emotions.

### *Brand as a symbol*

The fourth perspective includes three types of symbol: visual imagery, metaphors, and brand heritage. According to Zanthus Corp. (2011), a strong symbol provides more cohesion and structure to an identity and makes recall and recognition easier. The potential power of the brand is reflected by elevating symbols to the status of being part of the identity.

Akhmadullina Dreams is associated with comfort and security, cheerfulness, lightness and magic. This really connects the brand with the audience. However, this is what the brand claims itself and indirectly messages this to the customer. To identify the customers' perception of the brand, a controlled associative experiment was conducted.

### *Empirical research*

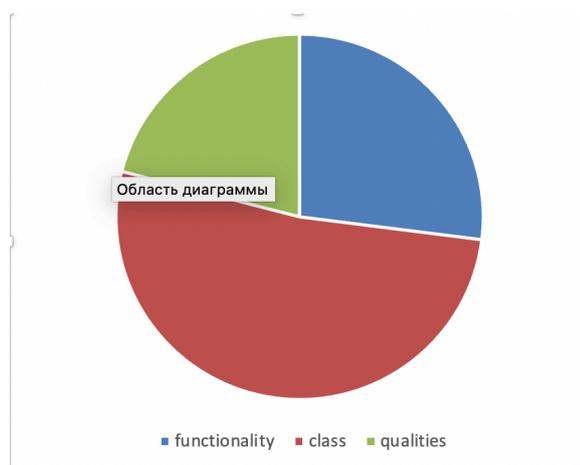
This research studies the image and identity of Akhmadullina Dreams brand and evaluates whether the brand identity matches the currently promoted brand image and how successful the brand is in delivering its values to the customers. Additional aims are to determine which traits of the brand personality emerge, which are the most frequent ones perceived by its customers, and which nuances of meaning can be identified within them.

According to the rules of the empirical experiment participants were asked to write the first word-reaction that came to their mind on the represented stimuli. Five brand sets from five different collections were randomly chosen as stimuli, four of them were borrowed from four seasons of the year and one non-seasonal set for the purity of the experiment.

Every participant had up to ten minutes to attribute qualitative adjectives or other words and word combinations of their own choice that came to their mind as an association with five clothes sets. The 302 participants were all females aged from 17 to 35.

An association network of 1510 words was created. All verbal reactions were classified according to their semantic and functional meaning, relations of similarity, and contiguity with the stimuli.

We distinguished three thematic classes among the total number of responses: multi-functionality 27 %, social status or class and age 52 % and qualities of a set 21 % (see figure).



Классификация речевых реакций по смысловому и функциональному значению  
Classification of verbal reactions according to semantic and functional meaning

The division is arbitrary. Group 1 [81 answers] is represented by adjectives explicating the occasions on which the set might be worn. For instance, [not] *for every day, for a special meeting, for a party*. Group 2 (157 answers) includes the verbal reactions describing social status plus affordability of clothes and corresponding age [for successful business ladies, for the rich, exclusive/exceptional, not for the young].

Group 3 (63 answers) includes mostly adjectives describing specific qualities of the sets. For example, *beautiful, original, romantic, natural, fresh, Russian*. Certain words being repeated several times on their own and in combinations naturally reflect the brand identity and the message of the brand. See a more detailed result representation in Table.

The association network analysis

Анализ ассоциативной части

	<b>Group 1 Functionality and occasions for wearing</b>	<b>Group 2 Status and corresponding age</b>	<b>Group 3 Set description</b>
1. Word content	(not) for every day (7), for a special meeting/day/occasion (12), for a party (3), for business/work/job (27), multi-functional/multi-purpose (32)	for successful ladies (29), for the rich (11), for exclusive/exceptional people (36), not for the young (12), for boss/leader ladies/women (22), 30+ (5), 25+ (3), 20+(3), classy (4), for the older (4), upper/higher class (10), not for (teenage) girls/not for (7), makes you look better/richer/socially higher (11)	Russian/national (12), natural (10), feminine (12), romantic (8), magic(al) (7), original/exclusive (5), beautiful (7), fresh (2)
2. Total number of samples	81	157	63

We observe that the audience’s key evaluation focus is on the probability to buy and wear such clothes including their price, style, functionality, and appropriateness for certain age and social status. The analysis of the network shows that most associations are typical and are conforming to the brand primaries and its values: beauty, multifunctionality, status, uniqueness and national heritage. Though the message of affordability and how it is conveyed in set images still remains debatable because some participants stated it was indicating higher (upper) class or is made for the rich (exceptional people).

**5.2. Brand Performance and Imagery**

In this part of the research, the Akhmadullina Dreams brand performance and imagery are being analyzed on the official website and on social networking sites via critical analysis of verbal and non-verbal brand language.

Brand performance starts with its logo and slogan on the website [www.akhmadullinadreams.com](http://www.akhmadullinadreams.com). The Akhmadullina Dreams logo is designed in inimitable pastel color shades with a name Akhmadullina Dreams and a kokoshnik above it (a traditional Russian headdress worn by women) which is recognizable, simple, homely and memorable. The brand’s slogan “Dream Always” written in a specific font corresponds to the brand’s USP: “the embodiment of unique design and strong personality in clothing that every woman can afford”. Both the logo and the slogan introduced on the

official website carry out the brand message “to invite women to a fabulous reality where dreams and imagination lead”.

The critical discourse analysis of the brand’s performance on the website, Instagram, VKontakte and Facebook shows that the brand language is predictable, repetitive, non-aggressive, predominantly visual, image-based with the use of limited communication channels. Accordant with the brand strategy is the word choice on the website that shows that a few word formulas organize brand text messages having some or all of these elements: Attention – Interest – Desire – Motivation – Action.

The imagery is also quite rigorous. There is no central character, mascot, ambassador or symbol though in the advertising campaigns during the period from summer 2022 to summer 2023 we observe some images of girls connected by a unity of style, theme and idea. The customer has a twofold impression: behind the ghostly airiness and romantic images there lies an ominous note of primordial Russian magic that is primitive, philosophically complex, and eclectic. The latter predominates in web-communication in the form of a unique philosophy based on the aesthetics of Russian fairy tales about love, heroism, magical helpers, and true friendship.

Other non-verbal techniques include everything that helps to consolidate a bright, memorable brand image in the consumer’s subconsciousness by creating positive associations. Visual brand language includes shape, colour, and materials to subliminally communicate the brand’s values and personality through imagery and design style. The colour scheme in communication is classic and static for the brand: warm shades of earth in autumn, a palette of green and some bright colours for the summer and winter collections. For instance, the delivery of information on a social medium VKontakte is performed with the distinguishing brand colour shades of beige, brown, and green. [1] These colors symbolize calmness, security, and tranquility. Such visual identity unifies the brand performance regardless of the platform Instagram, VKontakte, or Facebook.

The multisensory dimensions of the brand language are limited. The series of pictures in the media for the seasonal campaigns are mostly silent, rarely accompanied by music. Though at times melodic music like in the “Dance and Dream” collection on VKontakte may literally call for positive thinking. [2] The customers, having watched this commercial, express their admiration in comments leaving positive feedback (*fabulous, gorgeous, pleasing, serene* and others).

To enhance the positive feedback and the bonding with the customers the brand marketers utilize a variety of other techniques. The brand is proud to have built not just loyal relationships with customers but real mutual feelings. The idea of being a part of the Akhmadullina Dreams family elicits honorable, elitist and family-like feelings and is widely promoted in web-communication because such an approach guarantees the positive feedback from the customers.

The slogans and manifestations in web-communication are aimed at retaining and cultivating a desire to become or be a “friend of the brand”. The core of this strategy to build a community with customers is realized via the Akhmadullina Dreams Club loyalty program. To establish strong mutual feelings between the consumer and the brand the company offered a whole range of rewards from discounts on purchases to gifts in the form of designer desktop wallpaper for phones and computers. This is how the brand fulfills the desire of customers to feel their involvement and get an exclusive reward.

The most frequently used speech acts in web-communication are intensifying this involvement and positive feeling with the emotional appeal tactics: “*Always dream with Akhmadullina Dreams*” [3] on VKontakte or by a rapprochement with the addressee: “*Let’s make dreams come true together!*” on Facebook [4].

The human aspiration to be unique and express this exclusiveness is also realized via special drawings and patterns created for each collection. The brand’s aim is to fulfill the desire of every woman to wear exclusive designer clothes with natural fabrics at an affordable price. Human striving for childhood and its carefree time is reflected in characters from fairy-tales such as bears, hares, foxes, and wolves which appear in every collection. The brand seamlessly blends contemporary fashion trends with traditional Russian fairytale characters, creating garments that are both fashionable and culturally significant.

The brand also promotes sustainability in terms of social ethical campaigns unifying and encouraging the customers to make donations. For instance, Akhmadullina Dreams decorated the shop windows with a QR code “Dobroshrift” to allow the customers to make a donation to children and founded a charitable fund called Alyosha for sick children.

Participation in something socially significant is in accord with the modern charitable giving trends.

The analysis of the brand web-communication on the Akhmadullina Dreams’ website, Instagram, VKontakte and Facebook shows that the brand successfully communicates these priorities and values verbally and non-verbally, enhancing positive feelings of involvement to meet the customers’ needs and aspirations through exploiting some natural human desires and impulses.

Akhmadullina Dreams web-communication language appeals directly to a customer’s emotional state. In the brand’s web-communication we observe how a positive emotional response in a consumer is triggered, leaving a strong and lasting attachment to the brand comparable to a feeling of bonding, companionship, or love.

## 6. Discussion

The creation of the Akhmadullina Dreams brand prompted the designer’s desire to bring a unique brand concept to the Russian market that would combine the individuality of the designer’s personality with luxury exclusivity at an affordable price. Akhmadullina Dreams has managed to carve out a niche for itself by incorporating elements of Russian folklore, history, and traditional craftsmanship into its designs. By doing so, they have created a brand that not only showcases the beauty and richness of Russian culture but also celebrates it. The brand’s success lies in its ability to strike a balance between modernity and tradition. Akhmadullina Dreams goes beyond just clothing: it tells a story. Each piece is meticulously crafted with attention to detail, reflecting the brand’s commitment to preserving and promoting Russian heritage.

Akhmadullina Dreams exemplifies how a Russian clothes brand can embrace its cultural identity while creating unique fashion pieces that resonate with individuals seeking an authentic experience that meets their needs and aspirations.

Besides cultural relevance and cultural heritage preservation (fairy-tale motifs and Russian customs) this meaningful brand maintains other values: beauty, accessibility, naturalness [of colors, materials and prints], innovations (3D-capsule, virtual collection), social responsibility (Fund “Alyosha”, program “Dobroshrift”).

The psycholinguistic associative experiment shows that the brand successfully communicates its identity and values to its customers since the brand target group literally named the brand’s priorities though with some minor deviations.

The analysis of the web-communication strategy shows that the brand language remains consistent throughout the campaign no matter what the platform is (Instagram, VKontakte, or Facebook) with the emphasis on visual and emotional impact.

## 7. Conclusion

Despite the relevance of language in consumer responses to brands, no research to date has explicitly incorporated web-communication strategies of a Russian brand, its identity and cultural relevance into theories of branding.

In this paper, we provide a mixed-method design investigation of a Russian brand identity via brand-related settings analysis [Kotler, 2006]: brand-as-person, brand-as-product, brand-as-organization, and brand-as-symbol.

We review the language (verbal and non-verbal manifestations) on the brand’s website and social networks (Instagram, VKontakte, Facebook) that underlies the specificity of a brand as a multilayer

entity and its functioning in social media. A psycholinguistic associative experiment with customers and critical discourse analysis of web-communication content help to uncover key brand elements perceived by the customers and the resemblance of the brand to a cultural concept.

The psycholinguistic associative experiment shows how successful the brand is in maintaining its identity and delivering its primaries to the customers.

The results of the research may provide ideas for practitioners regarding the language-related aspects and web-communication strategies to consider when creating a brand.

## References

- Aaker, D.** (1996). "Building Strong Brands", London, Pocket Books.
- Andriuzzi, A., Michel, G.** (2021). "Brand conversation: Linguistic practices on social media in the light of face-work theory". *Recherche et Applications En Marketing (English Edition)*, 36 (1), pp. 44–64, available at: <https://doi.org/10.1177/2051570720974511> (accessed: 20 December 2023).
- Arnould, E. J., Thompson, C. J.** (2005). "Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research". *J. Consum. Res.* 31, pp. 868–882, available at: <https://doi.org/10.1086/426626> (accessed: 12 December 2023).
- Bulmer, S., Buchanan-Oliver, M.** (2010). "Experiences of Brands and National Identity". *Australasian Marketing Journal*, 18(4), pp. 199–205, available at: <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.07.002> (accessed: 11 September 2023).
- Camiciottoli, B. C.** (2018). "The Nuances of Brand Personality: A Corpus-assisted Linguistic Analysis of Web-based Communications of Fashion Brands". *Hermes, Journal of Language and Communication in Business*, (57), pp. 141–159, available at: <https://doi.org/10.7146/hjlc.v0i57.106197> (accessed: 1 September 2023).
- Carnevale, M., Luna, D., Lerman, D.** (2017). "Brand linguistics: A theory-driven framework for the study of language in branding". *International Journal of Research in Marketing*, 34(2), pp. 572–591, available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2017.01.003> (accessed: 8 August 2023).
- Chartrand, T. L., Fitzsimons, G. J.** (2011). "Nonconscious consumer psychology". *Journal of Consumer Psychology*, 21(1), pp. 1–3.
- Cruz, R.E., Leonhardt, J.M.** (2018). "The Linguistics of Brand Interactivity: Communicating Brand Personality, Sentiment, and Emotionality on Facebook: An Abstract". In: Krey, N., Rossi, P. *Boundary Blurred: A Seamless Customer Experience in Virtual and Real Spaces. AMSAC 2018. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science.* Springer, Cham, available at: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-99181-8\\_129](https://doi.org/10.1007/978-3-319-99181-8_129) (accessed: 12 January 2024).
- Fairclough, N.** (1995). "Critical Discourse Analysis: the critical study of language". London and New York. Longman.
- Florack, A., Palcu, J.** (2017). "The psychology of branding". *Routledge International Handbook of Consumer Psychology.* Routledge, available at: <https://www.researchgate.net/publication/312627302> (accessed: 12 January 2024).
- Halkias, G.** (2015). "Mental representation of brands: A schema-based approach to consumers' organization of market knowledge". *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 24 No. 5, pp. 438–448, available at: [https://www.researchgate.net/publication/282463752\\_Mental\\_representation\\_of\\_brands\\_A\\_schema-based\\_approach\\_to\\_consumers%27\\_organization\\_of\\_market\\_knowledge](https://www.researchgate.net/publication/282463752_Mental_representation_of_brands_A_schema-based_approach_to_consumers%27_organization_of_market_knowledge) (accessed: 10 January 2024).
- Helin, S.** (2014). "Brand image and identity: Case Lumene Oy", available at: <http://www.theseus.fi/handle/10024/75936> (accessed: 10 August 2023).

- Hoyer, W. D., Brown, S. P.** (1990). "The psychology of branding". *Journal of Consumer Research*, Vol. 17 No. 2, pp. 141–148, available at: <https://www.researchgate.net/publication/312627302> (accessed 2 January 2024)
- Keller, K. L.** (2001). "Building Customer-Based Brand Equity: Creating Brand Resonance Requires Carefully Sequenced Brand Building Efforts", Marketing Science Institute.
- Koshikawa, Y.** (2019). "The Development between Brand Name Linguistic Characteristics and Brand Preference". *International Journal of Business and Economic Affairs (IJBEA)*, Vol. 4 No. 6, pp. 282–292, available at: <https://www.ijbea.com/ojs/index.php/ijbea/article/view/128> (accessed 2 October 2024)
- Kotler, P., Armstrong, G.** (2006). "Principles of Marketing", 11th edition, Upper Saddle River (N.J.), Pearson Prentice Hall.
- Langacker, R.W.** (2002). "Concept, Image, Symbol. The Cognitive Basis of Grammar". 2nd ed. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, available at: <https://doi.org/10.1515/9783110857733> (accessed: 2 September 2024).
- Madiyeva, G., Uzakbayeva, Z.** (2021). "The concept of brand as a language sign bulletin". *Series of Philological Sciences*, available at: <https://colab.ws/articles/10.51889/2021-1.1728-7804.17> (accessed: 2 July 2023).
- Miller, D.** (1974). "Popper's Qualitative Theory of Verisimilitude". *British Journal for the Philosophy of Science*, Vol. 25 No. 2, pp. 165–177, available at: <https://doi.org/10.1093/bjps/25.2.166> (accessed: 2 July 2023).
- Nacchia, F., Massaro, V.** (2017). "A joint linguistic-marketing analysis of brand and product names. The case of Unilever". pp. 169-186, available at: <http://siba-ese.unisalento.it> (accessed: 2 October 2024). DOI 10.1285/i22390359v22p169
- Russo, J. E., Leclerc, F.** (1994) "An eye-fixation analysis of choice processes for consumer nondurables". *Journal of Consumer Research*, Vol. 21 No. 2, pp. 274–290.
- Pogorzelski, J.** (2018). "Emotional Branding. Managing Brands in 4D", Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 59–109, available at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-78756-102-120181004/full/html> (accessed: 9 October 2024).
- Rizzo, G.L.C., Berger, J., Matteo D. A., Pozharliev, R.** (2023). "How Sensory Language Shapes Influencer's Impact", *Journal of Consumer Research*, available at: <https://doi.org/10.1093/jcr/ucad017> (accessed: 2 November 2024).
- Rust, R.T., Rand, W., Huang, M.-H., Stephen, A. T., Brooks, G., Chabuk, T.** (2021). "Real-Time Brand Reputation. Tracking Using Social Media". *Journal of Marketing*, Vol. 85 No. 4, pp. 21–43, available at: <https://doi.org/10.1177/0022242921995173> (accessed: 21 July 2023).
- Smith, L.W., Rose, R.L.** (2020). "Service with a smiley face: Emotional contagion in digitally mediated relationships". *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 37 No. 2, pp. 301–319.
- Subkowski, E.** (2019). "Brand Linguistics: Study of Sound Symbolism and Consumer Language Fluency on Brand Name Attitudes and Perceptions". University Honors Program Senior Projects, available at: <https://neiudc.neiu.edu/uhp-projects/2> (accessed: 22 October 2024).
- Sun, Ch., Ha, J.** (2019). "Fashion Designers and National Identity: A Comparative Empirical Analysis of Chinese and Korean Fashion Designers", *Asian Culture and History*. Vol. 11 No. 2, Canadian Center of Science and Education, available at: <https://ccsenet.org/journal/index.php/ach/article/view/0/40130> (accessed: 20 October 2024). DOI: 10.5539/ach.v11n2p75
- Swaminathan, V., Schwartz, H.A., Menezes, R., Hill, S.** (2022). "The Language of Brands in Social Media: Using Topic Modeling on Social Media Conversations to Drive Brand Strategy, *Journal of interactive marketing*, available at: <https://doi.org/10.1177/10949968221088275> (accessed: 2 June 2023).
- Theodoropoulou, I., Tovar, J.** (2022). "1st Edition Research Companion to Language and Country Branding". B/W Illustration. Routledge, 434 p.

- Van Dijk, T. A.** (2006). "Principles of Critical Discourse Analysis". Amsterdam. University of Amsterdam.
- Villarroel, O. F., Grewal, D., Ludwig, S., De Ruyter K., Mahr, D., Wetzels, M.** (2019), Cutting through content clutter: How speech and image acts drive consumer sharing of social media brand messages. *Journal of Consumer Research*, Vol. 45 No. 5, pp. 988–1012.
- Vincent, L. (2012). "Our brands, ourselves. The power of attachment". *The Conference Board Review*. Vol.1, pp. 56-64, available at: <http://www.conference-board.org/publications/publication-detail.cfm?publicationid=2290> (accessed: 1 June 2023).
- Wodak, R.** (2009). "Aspects of Critical Discourse Analysis". London. Sage Publications.
- Zanthus Corp. (2011). "Marketing Strategy", available at: [http://www.zanthus.com/databank/strategy/marketing\\_strategy.php](http://www.zanthus.com/databank/strategy/marketing_strategy.php) (accessed: 11 May 2023).

### Информация об авторах

**Пожидаева Елена Валерьевна**, кандидат филологических наук, доцент Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина

**Карамалак Ольга Алексеевна**, кандидат филологических наук, доцент Школы иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

### Information about the Authors

**Elena V. Pozhidaeva**, PhD in Theory of Language, Associate Professor at the Pushkin State Russian Language Institute (Moscow, Russian Federation)

**Olga A. Karamalak**, PhD in Theory of Language, Associate Professor at the School of Foreign Languages at HSE University (Moscow, Russian Federation)

*Статья поступила в редакцию 11.02.2024;  
одобрена после рецензирования 15.04.2024; принята к публикации 18.04.2024*

*The article was submitted 11.02.2024;  
approved after reviewing 15.04.2024; accepted for publication 18.04.2024*

## 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  $190 \times 270$  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 определенные 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, rnl.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 корпуса 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 соотносительности полученных в исследовании новых выводов с целью и задачами, заявленными в статье.* Последовательно перечисленные в конце статьи выводы исследования (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](mailto:lingua@vestnik.nsu.ru)