

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Российская академия наук
Институт научной информации по общественным наукам
Московский государственный лингвистический университет
Лаборатория психолингвистики

ЯЗЫКОВОЕ БЫТИЕ ЧЕЛОВЕКА И ЭТНОСА

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

Выпуск 23

МАТЕРИАЛЫ XVIII БЕРЕЗИНСКИХ ЧТЕНИЙ

МОСКВА 2021

Ministry of Science and Higher Education of
the Russian Federation
Russian Academy of Sciences
Institute of Scientific Information for Social Sciences
Moscow State Linguistic University
Laboratory of Psycholinguistics

LINGUISTIC EXISTENCE OF HUMAN BEING AND ETHNOS

COLLECTION OF SCHOLARLY PAPERS

Issue 23

PROCEEDINGS OF XVIII BEREZIN READINGS

MOSCOW 2021

УДК: 81

ББК: 81

Рецензенты:

Т.А. Амирова, доктор филологических наук

А.Г. Сонин, доктор филологических наук

Языковое бытие человека и этноса : сборник научных трудов по материалам XVIII Березинских чтений (Москва, 08-11 июня 2021 г.) / под ред. В.А. Пищальниковой, Л.Р. Комаловой. – Москва : ИНИОН РАН, 2021. – Вып. 23: Материалы XVIII Березинских чтений. – 102 с.

ISBN 978-5-248-01006-6

Сборник содержит статьи по материалам докладов XVIII международных Березинских чтений. В публикациях представлены различные актуальные направления лингвистики, отражающие современную картину лингвистических исследований в России и отчасти за рубежом. Сборник включает публикации по методологии лингвистики и психолингвистики; экспериментальным и прикладным психолингвистическим и когнитивным проблемам; исследованию социального существования языка; переводоведению; функциональным, прагматическим аспектам изучения разных типов текста; использованию достижений языкознания в современной лингвистической экспертизе.

Издание предназначено для широкого круга специалистов, аспирантов и магистрантов гуманитарных областей знания.

УДК 81

ББК 81

© ФГБУН «Институт научной информации по общественным наукам РАН», 2021

© Лаборатория психолингвистики ФГБОУ ВО «Московский государственный лингвистический университет», 2021

ISBN 978-5-248-01006-6

DOI: 10.31249/berez/2021.23.00

UDC: 81

Reviewers:

T.A. Amirova, Doctor of Science in Philology

A.G. Sonin, Doctor of Science in Philology

Linguistic existence of human being and ethnos : Collection of scholarly papers. Proceedings of XVIII Berezin Readings (Moscow, 08-11 June 2021) / Edited by V.A. Pishchalnikova, L.R. Komalova. – Moscow : INION RAN, 2021. – Issue 23: Proceedings of XVIII Berezin Readings. – 102 p.

ISBN 978-5-248-01006-6

The collection contains articles based on reports presented at the XVIII Annual International Berezin Readings. The papers present various relevant areas of modern Linguistics, reflecting the modern picture of linguistic research in Russia and partly abroad. The collection includes articles on the methodology of Linguistics and Psycholinguistics, on Experimental and Applied Psycholinguistics and Cognitive Science, studies on the social existence of language, Translation Studies, functional, pragmatic aspects of different types of text analysis, the use of the achievements of Linguistics in modern linguistic expertise.

The publication is intended for a wide range of specialists, graduate students and undergraduates in the humanitarian fields of knowledge.

UDC: 81

© FSBIS «Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences», 2021

© Laboratory of Psycholinguistics
FSBEI HE «Moscow State Linguistic University», 2021

ISBN 978-5-248-01006-6

DOI: 10.31249/berez/2021.23.00

Pishchalnikova Vera, Komalova Liliya (Eds.)

**LINGUISTIC EXISTENCE OF
HUMAN BEING AND ETHNOS
18th International Berezin Readings
Moscow, Russia, June 08-11, 2021
Proceedings**

Moscow State Linguistic University,
Institute of Scientific Information for Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences

Editors

Vera Pishchalnikova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

Liliya Komalova

Institute of Scientific Information for Social Sciences

of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

ISBN 978-5-248-01006-6

DOI 10.31249/berez/2021.23.00

© Moscow State Linguistic University, Institute of Scientific Information
for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences

This work is subject to copyright. All rights are reserved by the Publisher, whether the whole or part of the material is concerned, specifically the rights of translation, reprinting, reuse of illustrations, recitation, broadcasting, reproduction on microfilms or in any other physical way, and transmission or information storage and retrieval, electronic adaptation, computer software, or by similar or dissimilar methodology now known or hereafter developed. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, service marks, etc. in this publication does not imply, even in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protective laws and regulations and therefore free for general use. The publisher, the authors and the editors are safe to assume that the advice and information in this book are believed to be true and accurate at the date of publication. Neither the publisher nor the authors or the editors give a warranty, expressed or implied, with respect to the material contained herein or for any errors or omissions that may have been made. The publisher remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

Linguistic Existence of Human Being and Ethnos

18th International Berezin Readings, 2021

Preface

The International conference “Linguistic Existence of Human Being and Ethnos” has become a regular event since 1999 thanks to the efforts of Dr. Prof. Vera Pishchalnikova.

22 years ago the Conference was established by the community of Russian researchers in the field of Psycholinguistics, Ethnolinguistics, Sociolinguistics, and Cognitive Sciences.

First session of the Conference was held at Altai State University in Barnaul (1999). The Chair of the conference since then was Altai State University (2000-2001, 2006), Altai Academy of Economics and Law (2001), Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences (2002, 2004-2006), and Moscow Humanitarian Economic Institute (2002, 2004-2006).

In 2008 the Conference was renamed after the famous Russian linguist [Fedor Berezin](#) and until present days it is held in collaboration by the Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences (2008-2009, 2010-2011, 2017-2021), Moscow State Linguistic University (2008, 2017-2020), and Academy of Public Administration (2010-2011).

The Conference Proceedings present early findings and case studies from a wide range of fundamental and applied work across the broad range of fields that comprise Research on picture of the world and its linguistic modeling; Text understanding; Theoretical and applied aspects of Linguistics, Psycholinguistics, and Cognitology; Research on language development trends in modern mass media and Internet; Possibilities and limitations of linguistic speech diagnostics; Linguistic and psycholinguistic aspects of cross-cultural communication and translation; Research on semiotic systems text interaction specifics; Linguistic and psycholinguistic research on basic ethnic values; Issues of text and discourse Semantics and Pragmatics; Language acquisition studies.

This year, the conference was dedicated to the memory of the Honored Worker of Science, Doctor of Science in Philology, Professor Alexandra Alexandrovna Zalevskaya.

Due to the COVID-19 global pandemic, this year the Conference was organized online during 08-11 June, 2021.

The results of scientific projects were presented by researchers from China (Pekin, Xian), Finland (Tampere), Italy (Como), Kyrgyzstan (Bishkek), Moldova (Kishinev), and Russia (Belgorod, Irkutsk, Kaluga, Kursk, Moscow, Omsk, Orenburg, Pyatigorsk, Ryazan, Saint-Petersburg, Samara, Sergiev-Posada, Surgut, Tver, Ufa, Ulyanovsk, Ussuriysk, Volgograd).

During the Conference, 15 keynote lectures were given by outstanding scientists from Como (Italy), Ekaterinburg (Russia), Irkutsk (Russia), Kursk (Russia), Moscow (Russia), Perm (Russia), and Pyatigorsk (Russia). Satellite event of the Conference was a round table “Russian language throughout school education”.

The volume of the Conference Proceedings is composed of 12 carefully reviewed contributions selected out of 133 paper presented at the Conference.

We would like to express our gratitude to all authors for providing their papers on time and to the editors and correctors for their hard work in preparing this volume. Special thanks are due to the members of the Organizing Committee for their tireless effort and enthusiasm during the Conference organization.

December 2021
Liliya Komalova

Organization

The 18th International Berezin Readings “Linguistic Existence of Human Being and Ethnos” (2021) was organized in cooperation by Moscow State Linguistic University ([MSLU](#), Moscow, Russia) and Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences ([INION RAN](#), Moscow, Russia). The conference website is <http://inion.ru/ru/publishing/journals/iazykovoe-bytie-cheloveka-i-etnosa/>

General Chairs

Irina Kraeva, Russia, Moscow State Linguistic University

Olga Iriskhanova, Russia, Moscow State Linguistic University

Program Committee

Vera Pishchalnikova, Russia, Moscow State Linguistic University

Liliya Komalova, Russia, Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences

Elena Kosichenko, Russia, Moscow State Linguistic University

Organizing Committee

Vera Pishchalnikova, Russia, Moscow State Linguistic University

Nadezhda Panarina, Russia, Moscow State Linguistic University

Zoya Adamova, Russia, Moscow, Moscow State Linguistic University

Anna Khlopova, Russia, Moscow, Moscow State Linguistic University

Содержание

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЛИНГВИСТИКИ, ПСИХОЛИНГВИСТИКИ И КОГНИТОЛОГИИ.....	12
<i>Николаева Н.Н., Нуриева Н.С.</i> Теория концептуальной интеграции в когнитивной стилистике	12
<i>Руденко В.Д.</i> Феномен гибридного религиозно-философского дискурса даосизма.....	23
ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА РЕЧИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ.....	32
<i>Добрякова М.В. Панасюгина Л.Е.</i> Хезитация: социальное или индивидуальное? Культура речи или лингвопсихология?.....	32
СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАЗЛИЧНЫХ СЕМИОТИЧЕСКИХ СИСТЕМ.....	39
<i>Гуджеджиани Т.А.</i> Политический плакат как креолизованный текст	39
<i>Попова М.С.</i> Взаимодействие вербального и визуального в креолизованном тексте (на примере рекламных плакатов немецких автомобилей).....	45
<i>Раренко М.Б.</i> Социальная реклама как гетеросемантический текст: проблемы восприятия.....	55
ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ БАЗОВЫХ ЭТНИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ.....	62
<i>Цюй Юнь.</i> Репрезентация моральной ценности «культурность» в социальной рекламе Китая	62
ВОПРОСЫ ЛИНГВОДИДАКТИКИ.....	69
<i>Асонова Г.А.</i> Специфика речепорождения на занятиях по русскому языку как иностранному при обучении видам глагола.....	69
<i>Иманалиева Т.И., Боколова С.Д., Оторбаева Г.Д.</i> Примеры кейс-стади, применяемые на занятиях по русскому языку как неродному в высшей школе.....	75
<i>Мурзалиева Д.Д., Боколова С.Д.</i> Интеграция русского языка и образования на русском языке в Киргизской Республике	81
<i>Скоробренко И.А., Бароненко Е.А., Райсвих Ю.А.</i> Формирование межкультурной текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка на основе работы с фабульными текстами .	89
<i>Чеботарева О.А.</i> Риторика для языкового преподавания в средней школе и вузе	99

Contents

THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS OF LINGUISTICS, PSYCHOLINGUISTICS, AND COGNITIVE SCIENCE	12
<i>Nikolaeva N.N., Nurieva N.S.</i> Conceptual integrational theory as a tool for cognitive stylistics	12
<i>Rudenko V.D.</i> The phenomenon of a hybrid religious- philosophical discourse of Taoism	23
LINGUISTIC SPEECH DIAGNOSIS: POSSIBILITIES AND LIMITATIONS	32
<i>Dobryakova M.V., Panasyugina L.E.</i> Hesitation: social or individual? Speech culture or linguapsychology?	32
SEMIOTIC SYSTEMS TEXT INTERACTION SPECIFICS	39
<i>Gujejani T.A.</i> Political poster as a creolized text	39
<i>Popova M.S.</i> Interaction of verbal and visual in creolized text (on the example of advertising posters for German cars)	45
<i>Rarenko M.B.</i> Social advertising as a heterosemantic text and its perception	55
LINGUISTIC AND PSYCHOLOGICAL RESEARCH ON BASIC ETHNIC VALUES	62
<i>Qu Yun.</i> Representation of the moral value of «culture» in social advertising in China	62
ISSUES OF LANGUAGE ACQUISITION	69
<i>Asonova G.A.</i> To the question of speech production at the russian as a foreign language lessons while teaching imperfective and perfective verbs	69
<i>Imanalieva T.I., Bokolova S.D., Otorbaeva G.D.</i> Examples of case studies used in the classroom of Russian as a non- native language in the higher education	75
<i>Murzalieva D.D., Bokolova S.D.</i> Integration of the Russian language and education in the Russian language in the Kyrgyz Republic	81
<i>Skorobrenko I.A., Baronenko E.A., Reischich Yu.A.</i> Formation of future foreign language teachers' intercultural textual competence based on work with fable texts	89
<i>Chebotareva O.A.</i> Rhetoric for language teaching at school and university	99

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЛИНГВИСТИКИ,
ПСИХОЛИНГВИСТИКИ И КОГНИТОЛОГИИ**

**THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS OF LINGUISTICS,
PSYCHOLINGUISTICS AND COGNITIVE SCIENCE**

УДК 811.11-112

**Николаева Н.Н., Нуриева Н.С.
Теория концептуальной интеграции
в когнитивной стилистике[©]**

*Московский государственный технический университет
имени Н.Э. Баумана, Россия, Москва, nikolaevann@bmstu.ru*

Аннотация. В статье рассматривается понятие концептуальной интеграции (блендинга) как когнитивной операции по объединению образов и идей в сети ментальных пространств, в результате которых репрезентируются новые смыслы, соотносимые с языковыми единицами. Доказывается и иллюстрируется примерами, возможность использования понятия в когнитивной стилистике, в частности в интерпретации коммуникативной ситуации адресантом и выборе им особых выразительных языковых средств, наиболее эффективно воздействующих на когнитивные процессы адресата, профилируя яркие ментальные образы и ориентируя мыслительную деятельность на поиск наиболее адекватных когнитивных схем оценки ситуации и на соответствующее языковое поведение.

Ключевые слова: когнитивная стилистика; концептуальная метафора; концептуальный блендинг.

[©] Николаева Н.Н., Нуриева Н.С., 2021

Nikolaeva N.N., Nurieva N.S.
Conceptual integrational theory
as a tool for cognitive stylistics[©]

*Bauman State Technical University,
Russia, Moscow, nikolaevann@bmstu.ru*

Abstract. The article deals with the concept of conceptual blending as a cognitive operation for combining mental images and ideas in a network of mental spaces resulting in creation of new meanings of language units. This concept can be used in cognitive stylistics, in particular for interpreting a communicative situation and choosing special expressive means that most significantly affect the addressee's cognitive processes. They proliferate vivid mental images and orient the latter's cognitive system to find the most appropriate cognitive schemes for evaluating the situation and responding to it by choosing the most effective linguistic means.

Keywords: cognitive stylistics; conceptual metaphor; conceptual blending

Введение

В современной лингвистике можно считать аксиоматичным утверждение, что ключевой фигурой при восприятии и интерпретации любого текста является читатель / слушающий, воссоздающий смысл текста в результате взаимодействия с ним. Такой «метатекст-интерпретация» [Кузьмина, 2011, с.114] представляет собой новый текст, созданный в результате интерпретирующей деятельности субъекта. При этом роль создателя текста заключается в использовании таких языковых форм, которые наиболее эффективным образом воздействуют на когнитивные процессы воспринимающего субъекта, профилируют яркие ментальные образы и ориентируют его мыслительную деятельность на поиск наиболее адекватных контексту деятельности когнитивных схем оценки ситуации. Именно это утверждается и в известном законе Гумбольдта-Потебни [Рубакин, 1977]: слово не передает Другому готовую мысль, а способно лишь пробудить в нем его собственную, в связи с чем содержание речевого произведения развивается не в авторе, а в сознании читателя / слушателя [Потебня, 1976, с. 181-190]. Очевидно, что функционирование языковых единиц и структур невозможно полностью понять и изучить без учета психических и ментальных особенностей человека, его познавательной деятельности

[©] Nikolaeva N.N., Nurieva N.S., 2021

и социокультурных условий существования. Язык, как отмечает Е.С. Кубрякова, является «источником сведений о концептуальных и когнитивных структурах нашего сознания и интеллекта. ... Язык выявляет, объективизирует то, как увиден и понят мир человеческим разумом, как он преломлен и категоризирован сознанием» [Кубрякова, 1994, с. 37-38]. Эти положения актуальны для стилистической интерпретации текста и языковых единиц всех уровней и с позиций когнитивной парадигмы лингвистических исследований.

Когнитивная стилистика ориентирована на изучение ментальных процессов, происходящих в когнитивной системе адресатов текстов, когда они читают или слушают, т.е., как отмечает М. Берк, когнитивная стилистика пытается понять, «что делают люди, когда читают», и «что происходит с людьми, когда они читают» [Burke, 2011, p. 218]. Поэтому интерпретация текста с позиций когнитивной стилистики включает в себя осмысление (декодирование) читателем / слушателем заложенной в нем картины мира, созданной автором, с помощью лингвистических средств. При этом «воссоздающийся смысл не содержится в самом тексте; смысл должен быть построен адресатом с помощью текста в процессе диалога с его собственными фоновыми знаниями» [Rumelhart, Ortony 1977, с. 128]. Задачей когнитивной стилистики, преемственницы когнитивной поэтики, является «изучение когнитивно-стилистических основ репрезентации знания, обработки лингвистической информации, представленной в литературе, и процесса восприятия художественных текстов читателем» [Фомичева, 2014, p. 280].

Расширяя её дискурсивно-жанровые рамки, вслед за П. Семино и Дж. Калпепером, отметим, что на современном этапе изучение текстов любых жанров в рамках когнитивной стилистики характеризуется сочетанием традиционного «эксплицитного, строгого, детального лингвистического анализа текстов (т.е. анализа взаимодействия между языковой формой, функцией, эффектом и интерпретацией текста) с систематичным и теоретически обоснованным рассмотрением когнитивных структур и процессов, лежащих в основе производства и восприятия языка» [Semino, Culpeper, 2002]. Как подчеркивает Л.Н. Лунькова, «когнитивный метод в стилистике позволяет соединить две конкурирующие традиции в изучении литературного произведения – словоцентризма и антропоцентризма, ... где равносильными и равноправными

центрами притяжения становятся слово и человек» [Лунькова, 2016, с. 4].

В настоящее время в когнитивной стилистике используются разные теоретические подходы и модели анализа (см. обзоры в: [Болотнова, 2012; Джусупов, 2011; Лунькова, 2016]), среди которых активно развиваются теории концептуального блендинга, концептуальной метафоры, концептуальных фреймов, схем, скриптов и сценариев, теория текстовых пространств, теория понимания повествования, дискурсивно-интеракционная модель и др. В данной статье мы рассматриваем положения теории концептуального блендинга (conceptual blending) в контексте их применения для когнитивно-стилистической интерпретации языковых единиц в англоязычных публицистических текстах. Цель исследования – определить «объяснительную силу» теории блендинга при выявлении воздействующего эффекта текстовых стилистических средств и приемов на понимание текста адресатом.

Концептуальный блендинг

Понятие концептуального блендинга было введено Ж. Фоконье и М. Тернером [Turner, Fauconnier, 1995] и интерпретируется как когнитивная операция по объединению ментальных образов и идей в сети ментальных пространств, в результате которых создается новый смысл языковых единиц. Это понятие, разрабатываемое прежде всего в контексте концептуальной метафоры и способов словообразования на синтаксическом уровне [Андреева, 2005; Лаврова, 2008; Хрущева, 2009; Plag, 2003 и др.], а также в рамках вычислительного подхода в области искусственного интеллекта [Ерре, 2018], может быть использовано и для целей когнитивной стилистики в целом, т.к. блендинг связан с динамической интерпретацией коммуникативной ситуации и текстовой информации, с моделированием определенной точки зрения на объект познания. Блендинг основан на нахождении определенных корреляций между концептуальными и языковыми структурами, за которыми стоит внутреннее богатство совмещенных ментальных пространств. Основная идея теории блендинга в применении к когнитивной стилистике может подчеркнуть, что традиционные стилистические концепты разных уровней анализа (стилистика норма, функция, выдвижение, идея текста, выразительные средства и приемы, интертекстуальность, прецедентность и др.) расширяют свои границы и выходят за пределы лингвистических форматов в область теории познания.

Концептуальный блендинг – это процесс, в котором создается новый концепт (blend) путем объединения двух известных исходных концептов (input concepts). В качестве иллюстрации рассмотрим классический пример блендинга концептов *house* (дом) и *boat* (лодка) [Goguen, 1999]. Одним из возможных результатов концептуального блендинга является создание концепта *house-boat* (плавучий дом), при этом пространство, которое традиционно ассоциируется с домом – земля (*land*), становится пространством, связанным с обычным местом дислокации лодки, т.е. водой (*water*), а житель дома (*the inhabitant of the house*) концептуализируется в качестве пассажира лодки (*the passenger of the boat*). Другим результирующим концептом может стать *boat-house* (лодочный домик), при этом лодка будет интерпретироваться как «обитатель» дома (*the boat 'inhabits' the house*). После того, как родовое пространство (*generic space*) концептуально установлено, происходит создание всевозможных блендов с помощью добавления к родовому пространству различных характеристик изначальных концептов в зависимости от знаний и опыта индивида, степени его креативности и мотивированности на определенную интерпретацию. Количество возможных блендов не ограничено, не имеет однозначной верхней границы, трансформируется с изменением темпорально-локальных условий и зависит от большого числа факторов, включающих как личностные характеристики интерпретирующего субъекта, так и дискурсивно-коммуникативные и контекстуальные характеристики текста [Turner, Fauconnier, 1995].

Таким образом, воздействующий потенциал бленда зависит от того, каким образом будет воссоздан / реконструирован его смысл адресатом в процессе восприятия и интерпретации текста с учетом контекстуальных и дискурсивных особенностей последнего. Очевидно, что разные читатели интерпретируют текст по-разному, однако, принимая во внимание известные характеристики референтной группы читателей / слушателей, автор публицистического текста может использовать такие выразительные языковые средства, которые могут ориентировать мысль адресата на концептуализацию ситуации, адекватную авторской. Исходные языковые средства и их концептуальное содержание должны быть внутренне структурированы с позиций их компонентного состава и их функциональной направленности. В таком случае, языковая единица, интерпретируемая как бленд, позволяет человеку создавать

ассоциативные смыслы (cross-mappings), связывающие исходные концепты когерентным образом.

Например, в статье П. Кингснорфа [Kingsnorth], идет речь об отношении крупных корпораций к глобальным экологическим процессам. Журналист, комментируя идею о том, что современные инвайронменталистские концепции, по сути, содействуют капиталистической экономике, пишет, что новые формы защиты окружающей среды являются «каталитическим конвертором на серебристом внедорожнике мировой экономики» (*the catalytic converter on the silver SUV of the global economy*). Здесь мы видим конвергенцию стилистических выразительных средств (концептуальную метафору, аллюзию, эпитет, профессионализм), представляющих собой концептуальный блендинг.

На первый план выступает метафора, в которой концепт глобальной экономики создается посредством концепта автомобиля. Однако в соответствии с теорией блендинга метафоризация не исчерпывается проекцией из сферы-источника в сферу-мишень, а включает в себя формирование смешанных ментальных пространств, порождающих смыслы в самом процессе концептуальной интеграции. В данном случае речь идет о модели нескольких пространств (many-space model) с двумя исходными пространствами (input spaces), возникающим родовым пространством (generic space) и смешанным пространством (blended space or blend), вместо модели метафоры, состоящей из двух областей (two-domain model). В бленде «смешиваются» детали исходных пространств, в результате чего образуется качественно новая концептуальная структура, не зависящая от исходных. В рассматриваемом бленде осуществляется концептуальная интеграция двух исходных ментальных пространств, в котором структуры и функции двух сложных механизмов сопоставляются, профилируя интерпретацию глобальной экономики не с ракурса финансовых рынков или производственных процессов, а в автомобильных терминах. Вид выбранного автомобиля (серебристый внедорожник) отсылает к предметам роскоши, образуя ментальный образ очень дорогого, мощного, элегантного автомобиля, но с большим расходом топлива, часто называемым «пожирателем бензина».

Мировая экономика концептуализируется как мощная и привлекательная сила, однако не рационально использующая ресурсы и технологии. Концептуальная эмерджентная структура, в которой экономика мыслится в терминах особенностей автомобиля, образует

блендинг концептов, запускающий развитие идеи П. Кингснорта, в результате которого множественные концептуальные пространства могут пересекаться, образуя разные ассоциации, например, отсутствие корреляции между привлекательными эстетическими ценностями и инженерной обоснованностью большого потребления топлива и, соответственно, вредных для экологии выбросов, а также необходимостью перепроектирования системы управления двигателем (т.е. эквивалента ядра экономических решений) путем установки конвертера. В статье П. Кингснорта утверждается, что идея защиты экологии сегодня равносильна именно такому конвертеру: на самом деле, капитализм не заинтересован в сохранении окружающей среды за счет сокращения чрезмерного использования природных ресурсов. Вместо этого фокус внимания смещается на разработку новых технологий. Роль экологических движений в пространстве блендинга концептуализируется как фальшивая и неэффективная, играющая на руку беспощадному техническому прогрессу, а не способствующая защите окружающей среды и сохранению природы. Несмотря на то, что исходный концепт носит метафорический характер, пространство блендинга обладает каузально-событийной структурой, не выводимой из пространства-источника. Подобная интерпретация идеи защиты окружающей среды возникает только в блендинге, т.к. другие умозаключения, которые могли бы быть выведены, используя традиционные логические схемы, могли бы привести к прямо противоположному выводу.

Как видим, по своей природе блендинг как средство создания и интерпретации стилистической выразительности чрезвычайно креативен, ведь, он предполагает привлечение когнитивных и творческих способностей человека, т.к. оставляет самому читателю / слушателю пространство для творческого осмысления текстовой информации. При этом происходит активное приращение эмоциональной составляющей, которая способствует созданию большей выразительности языковых единиц и усилению воздействующего эффекта высказывания.

В следующем примере описывается ситуация отправления российского самолета с медицинскими средствами в США в марте 2020 г. для помощи в борьбе с новым коронавирусом COVID-19 на фоне не прекращающихся русофобских заявлений политических лидеров европейских и американских стран: «*'This is NUTS!' Russiagaters see red over Putin's planeload of corona-aid for Trump, queue to look gift-horse in mouth. ... Russophobic pundits and red-*

baiting blue-checkmarks are gasping in horror and floating bizarre theories as Moscow sends a planeload of much-needed medical supplies to the US amid its worsening coronavirus epidemic. (Это же безумие! Ненавистники России видят распространение красной чумы в самолете Путина с грузом помощи для борьбы с коронавирусом, отправленный Трампу, как раз настало время посмотреть в зубы дареному коню. ... Русофобские эксперты и охотники за большевиками, недалекие праворадикальные журналисты задыхаются от ужаса и утопают в фантасмагоричных теориях, в то время, когда Москва отправляет в США целый самолет столь необходимых медикаментов на фоне обостряющейся эпидемии коронавируса») [This is NUTS]. Журналисты использовали конвергенцию стилистических приемов (метонимию, метафору, аллюзию, иронию, пословицу, яркие эпитеты и контаминации, реминисценцию и использование прецедентных текстов, пунктуационное выделение части текста с помощью заглавных букв, восклицательных и вопросительных знаков и др.) в качестве исходных концептов, создающих исходные концептуальные пространства «русофобии» и «порядочного поведения российского руководства в жизнеугрожающей ситуации» с целью создания родового пространства «лицемерия американской пропаганды». Эмоциональность использованных лексических единиц и стилистических выразительных средств ориентирует ментальную активность читателя на восприятие текста как сарказма и концептуализацию результирующего бленда следующим образом: «Позор лицемерным американским политикам и журналистам!» Как видим, субъективная интерпретация приведенного примера авторами данной статьи свидетельствует о возникшей новой концептуализации (бленде) и о том, что наше понимание этой ситуации обогатилось новой перспективой, возможно, независимой от намерений журналистов. Блендинг всегда связан с ожиданиями и уже существующими знаниями, он подвергает модификации когнитивные схемы / модели индивида в зависимости от приобретаемого им опыта.

Заключение

В заключение отметим, что концептуальный блендинг может быть использован в качестве средства интерпретации стилистической выразительности текста, так как блендинг позволяет соединить в единое концептуальное пространство различные точки зрения, добавив и / или создав новый смысл. Теория блендинга была изначально сформулирована в широком смысле как теория

конструирования смысла. Однако сегодня концептуальный блендинг применяется для интерпретации когнитивного и творческого поведения человека в различных областях, включая литературное и художественное творчество, живопись, музыку, кино, науку, искусственный интеллект. На наш взгляд, положения данной теории могут успешно применяться для решения задач когнитивной стилистики, т.к. имеют серьезную интерпретационную основу для описания того, как организуются, структурируются и используются когнитивные мыслительные модели и операции, что соответствует общей направленности когнитивного подхода в стилистике.

Список литературы

- Андреева К. А.* Когнитивная стилистика как новая парадигма исследования литературного текста // Вестник Тюменского государственного университета. 2005. № 2. С. 179–184.
- Болотнова Н. С.* Об основных тенденциях развития стилистики и статусе когнитивной стилистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2012. № 3. С. 5–11.
- Джусупов Н. М.* Когнитивная стилистика: современное состояние и актуальные вопросы исследования // Вопросы когнитивной лингвистики. 2011. № 3 (028). С. 65–76.
- Кубрякова Е. С.* Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология – когнитивная наука // Вопросы языкознания. 1994. № 4. С. 34–47.
- Кузьмина Н. А.* Интертекст: тема с вариациями. Феномены языка и культуры в интертекстуальной интерпретации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. 272 с.
- Лаврова Н. А.* Контаминация и другие способы словообразования // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2008. № 26 (127). С. 77–80.
- Лунькова Л. Н.* Когнитивная стилистика: обработка и декодирование художественного текста. М.: РУСАЙНС, 2016. 89 с.
- Потебня А. А.* Эстетика и поэтика. М.: Искусство, 1976. 614 с.
- Рубакин Н. А.* Психология читателя и книги: Краткое введение в библиологическую психологию / Н. А. Рубакин. М.: Книга, 1977. 264 с.
- Фомичева Ж. Е.* О когнитивно-стилистическом подходе к анализу современного англоязычного литературно-художественного дискурса / Ж. Е. Фомичева // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2014. 3. С. 277–287.
- Хрущева О. А.* Блендинг в системе словообразования // Вестник ОГУ. 2009. №11 (105). С. 95–101.
- 'This is NUTS!'* // RT Home / USA News. 2020.1 March. Available at: <https://www.rt.com/usa/484630-russiagaters-russia-us-coronavirus-supplies/> (дата обращения 24.10.2020).
- Burke M.* Literary reading, cognition and emotion: An exploration of the oceanic mind. New York: Routledge, 2011. 298 p.

- Eppe M.* A computational framework for conceptual blending / M. Eppe, E. Maclean, R. Confalonieri, O. Kutz, M. Schorlemmer, E. Plaza, K.-U. Kühnberger // *Artificial Intelligence*. 2018. № 256. P. 105–129.
- Goguen J. A.* An introduction to algebraic semiotics, with application to user interface design // *Computation for Metaphors, Analogy, and Agents*. 1999. № 3(25). P. 1–39.
- Kingsnorth P.* Dark Ecology // *Orion Magazine*. 2012. 20 December. URL: <https://orionmagazine.org/article/dark-ecology/> (accessed 24 October 2020).
- Plag I.* *Blending as a Type of Word-Formation in English*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 240 p.
- Rumelhart D. E., Ortony A.* The representation of knowledge in memory // In R. C. Anderson, R. J. Spiro, W. E. Montague (Eds.) *Schooling and the acquisition of knowledge*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1977. P. 99–135.
- Semino E., Culpeper J.* *Cognitive Stylistics. Language and cognition in text analysis*. Amsterdam: Publisher: John Benjamins Publ., 2002. 333 pp.
- Turner M., Fauconnier G.* *Conceptual Integration and Formal Expression // Metaphor and Symbolic Activity*. 1995. Vol. 10(3). P. 183–203.

References¹

- Andreeva, K.A. (2005). *Kognitivnaya stilistika kak novaya paradigma issledovaniya literaturnogo teksta* [Cognitive style as a new paradigm for the study of literary text]. *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2. 179-184.
- Bolotnova, N.S. (2012). *Ob osnovnykh tendentsiyah razvitiya stilistiki i statuse kognitivnoj stilistiki* [On the main trends in the development of stylistics and the status of cognitive stylistics]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. 3. 5-11.
- Dzhusupov, N.M. (2011). *Kognitivnaya stilistika: sovremennoe sostoyanie i aktual'nye voprosy issledovaniya* [Cognitive stylistics: current state and current research issues]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. 3 (028). 65-76.
- Kubryakova, E.S. (1994). *Nachal'nye etapy stanovleniya kognitivizma: lingvistika – psihologiya – kognitivnaya nauka* [Initial stages of the formation of cognition: linguistics – psychology – cognitive science]. *Voprosy yazykoznanii*. 4. 34-47.
- Kuz'mina, N.A. (2011). *Intertekst: tema s variatsiyami. Fenomeny yazyka i kul'tury v intertekstual'noj interpretatsii* [Intertext: a theme with variations. Phenomena of language and culture in intertextual interpretation]. Moscow: Knizhnyj dom «LIBROKOM»
- Lavrova, N.A. (2008). *Kontaminatsiya i drugie sposoby slovoobrazovaniya* [Contamination and other methods of word formation]. *Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie*. 26 (127). 77-80.
- Lun'kova, L.N. (2016). *Kognitivnaya stilistika: obrabotka i dekodirovanie hudozhestvennogo teksta* [Cognitive style: processing and decoding of artistic text]. Moscow: RUSAJNS.
- Potebnya, A.A. (1976). *Estetika i poetika* [Aesthetics and poetics]. Moscow: Iskusstvo.

¹ Здесь и далее библиографические записи в разделе References оформлены в соответствии со стилем «American Psychological Association» (APA) 6th edition.

- Rubakin, N.A. (1977). *Psihologiya chitatelya i knigi: Kratkoe vvedenie v bibliologicheskuyu psihologiyu* [Reader's Psychology and Books]. Moscow: Kniga
- Fomicheva, ZH.E. (2014). *O kognitivno-stilisticheskom podhode k analizu sovremennogo angloyazychnogo literaturno-hudozhestvennogo diskursa* [On the cognitive-stylistic approach to the analysis of modern English-language literary and artistic discourse]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. 277-287.
- Hrushcheva, O.A. (2009). Blending v sisteme slovoobrazovaniya [Blending in the system of word formation]. *Vestnik OGU*. 11 (105). 95-101.
- This is NUTS! (2020, March). RT Home. USA News. Retrieved from: <https://www.rt.com/usa/484630-russiagaters-russia-us-coronavirus-supplies/>
- Burke, M. (2011). *Literary reading, cognition and emotion: An exploration of the oceanic mind*. New York: Routledge
- Eppe, M.A. (2018). *Computational framework for conceptual blending*. Eppe, M., Maclean, E., Confalonieri, R., Kutz, O., Schorlemmer, M., Plaza, E., Kühnberger, K.-U. (eds.). *Artificial Intelligence*, 256, 105-129.
- Goguen, J.A. (1999). *An introduction to algebraic semiotics, with application to user interface design*. *Computation for Metaphors, Analogy, and Agents*, 3(25), 1-39.
- Kingsnorth, P. (2012, December). *Dark Ecology*. Orion Magazine. Retrieved from: <https://orionmagazine.org/article/dark-ecology/>
- Plag, I. (2003). *Blending as a Type of Word-Formation in English*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rumelhart, D.E., Ortony, A. (1977). *The representation of knowledge in memory*. In Anderson, R.C., Spiro, R.J., Montague, W.E. (eds.) *Schooling and the acquisition of knowledge*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 99-135.
- Semino, E., Culpeper, J. (2002). *Cognitive Stylistics. Language and cognition in text analysis*. Amsterdam: Publisher: John Benjamins Publ.
- Turner, M., Fauconnier, G. (1995). *Conceptual Integration and Formal Expression*. *Metaphor and Symbolic Activity*, 10(3), 183-203.

УДК: 81112

Руденко В.Д.
Феномен гибридного религиозно-философского
дискурса даосизма[©]

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, vadim.rudenko@rambler.ru*

Аннотация. Статья посвящена проблеме изучения лингвистического аспекта текста в даологии. Частичный анализ нескольких даосских текстов и анализ взаимовлияния различных дискурсов проводится в русле сопоставительного языкознания с привлечением примеров из текстов на русском и китайском языках, что позволило определить, что представляет из себя гибридный религиозно-философский дискурс в целом и установить его специфику в даосизме.

Ключевые слова: даология; гибридный дискурс; сравнительно-историческое языкознание; сопоставительное языкознание; даосские тексты; китаеведение.

Rudenko V.D.
The phenomenon of a hybrid religious-philosophical discourse
of Taoism[©]

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, vadim.rudenko@rambler.ru*

Abstract. The article is devoted to the problem of studying the linguistic aspect in daology. This area in Sinology is one of the least studied, which determines its relevance. A partial analysis of several Taoist texts and the analysis of mutual influence of various discourses within the texts themselves is carried out in line with comparative linguistics using examples both in Russian and Chinese languages, which made it possible to approach the problem of identifying the main features of a hybrid religious-philosophical discourse and determining what a hybrid religious-philosophical discourse is.

Key words: daology; hybrid discourse; comparative historical linguistics; Taoist texts; Sinology.

© Руденко В.Д., 2021

© Rudenko V.D., 2021

Введение

Даосизм как одно из основных религиозно-философских течений Китая изучается учеными уже давно. Даологическим исследованиям посвящено немало трудов и научных статей отечественных и зарубежных ученых. Даосизм рассматривается в научной литературе в нескольких аспектах – в культурологическом, историческом, социологическом, религиоведческом, лингвистическом. Последнее направление исследований представлено в науке фрагментарно. Можно отметить исследования П.Д. Ленкова [Ленков, 2015, 2016, 2017, 2019] и А.Д. Зельницкого [Зельницкий, 2014, 2015], которые так или иначе касаются этой сферы. В зарубежной лингвистике исследования языковой стороны даосизма в той или иной степени проводились такими учеными, как Тао Синхуа, И Сыпин, Лю Цзуго, Фэн Лихуа, У Шаньчжун, Хэ Лифан и Ли Сыбэй.

Методы исследования

Настоящее исследование проводится с применением сопоставительного метода, предусматривающего комплексное исследование религиозно-философского дискурса даосизма на основании предположения о взаимовлиянии и переплетении дискурсов даосизма, буддизма и конфуцианства в диахронии, что прослеживается на материале текстов даосского канона разных веков. Лингвистический анализ предусматривает, прежде всего, работу с различными даосскими текстами, среди которых нами особо выделяются «у чжэнь пянь 悟真篇» («главы о прозрении истины») XI в., «чунъян ли цзяо ши у лунь 重阳立教十五论» («пятнадцать статей, устанавливающих учение Ван Чунъяна») XII в. и «лунмэнь синьфа 龙门心法» («закон сердца / сознания традиции Лунмэнь») XVII в. В рамках настоящего исследования мы выбирали тексты, учитывая их перевод на русский язык такими учеными, как Е.А. Торчинов и П.Д. Ленков. Исследование текстов проводится на лексико-семантическом уровне с учетом диахронии лексических единиц.

О взаимовлиянии «трех учений 三教» в традиционном Китае и об отражении этого явления на китайской письменной традиции

Из истории даосизма в Китае известно, что в середине XII в. было основано так называемое «синкретическое» религиозно-философское учение «цюаньчжэнь пай 全真派», которое в XIII в. разделилось на несколько направлений, некоторые из них

существуют и развиваются и поныне. В частности, одно из направлений «цюаньчжэнь пай 全真派», которое носит название «лунмэнь пай 龙门派» по праву считается на сегодня одним из самых распространенных направлений даосизма в КНР (о «цюаньчжэнь пай 全真派» см., например, [Торчинов, 1999, с. 91]).

Важным письменным источником для исследования представляется текст субнаправления «лунмэнь пай 龙门派», который называется «лунмэнь синьфа 龙门心法» («закон сердца / сознания традиции Лунмэнь»). В этом тексте перекликаются различные концепции буддизма и конфуцианства, но при этом главная роль отводится даосизму. Возможным объяснением является тот факт, что по своей сути, «лунмэнь пай 龙门派» так же, как и «материнское» по отношению к нему направление «цюаньчжэнь пай 全真派», основывается на принципе «единства трех учений» – даосизма, буддизма и конфуцианства. Также не менее интересными для исследования также представляются тексты «у чжэнь пянь 悟真篇» («главы о прозрении истины»), «чунъян ли цзяо ши у лунь 重阳立教十五论» («пятнадцать статей, устанавливающих учение Ван Чунъяна»). П.Д. Ленков писал, что «во многих китайских текстах традиционные религиозно-философские учения «цзяо» как бы отражаются друг в друге... буддизм отражается в даосизме и конфуцианстве, даосизм – в буддизме и конфуцианстве, а конфуцианство – в даосизме и буддизме» [Ленков, 2015, с. 12]. Современные философы объясняют это тем, что «в Китае параллельно шли процессы распространения и рецепции буддизма и институционализации даосизма. Даосизм возник задолго до появления буддизма [в Китае], но именно в периоды поздней Хань, Цзинь, Южных и Северных династий приобрел свои институциональные формы, заимствуя многое у буддизма» [там же, с. 12].

О гибридном дискурсе даосизма

Изучение даосизма как явления ставит вопрос о системном исследовании традиционных религиозно-философских учений с учетом их взаимовлияния. В связи с этим важным представляется комплексное рассмотрение взаимовлияния и содержательного пересечения трех учений в китайских даосских текстах на протяжении нескольких веков. В данной статье мы рассматриваем несколько текстов, написанных в период с XI по XVIII вв. н.э.

В качестве рабочего мы оперируем определением понятия «дискурс» О.А. Радченко, так как оно допускает акцентирует взаимосвязанность компонентов лингвокультурной реальности как сложной системы, состоящей из различных традиций. Дискурс – это «фрагмент лингвокультурной реальности конкретного языкового сообщества, опирающийся на сложную систему традиций, обычаев, обрядов, неписаных правил, задающих параметры порождения и интерпретации любого социально значимого поведения человека, в том числе – и его речевых произведений» [Радченко, 2009, с. 61]. Такое общее определение может быть уточнено позицией Ю.С. Степанова: «Дискурс – это “язык в языке”, но представленный в виде особой социальной данности. Дискурс реально существует не в виде своей грамматики и своего лексикона... Дискурс существует прежде всего и главным образом в текстах, но таких, за которыми встает особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, – в конечном счете – особый мир» [Степанов, 1998, с. 676]. В настоящее время в языкознании все более отчетливо проявляется тенденция к изучению так называемых гибридных дискурсов. Гибридность понимается как свойство текста, которое проявляется в совмещении в нем черт различных типов дискурсов (о гибридности дискурса см., например, [Солопова, Наумова, 2018]).

Можно предположить, что взаимовлияние различных учений в письменной традиции даосизма основано на междискурсивном взаимодействии как взаимопроникновении и интеграции дискурсов. Поэтому в целом даосский религиозно-философский дискурс можно считать специфическим гибридным дискурсом, вобравшим в себя китайский буддизм и конфуцианство. Однако в таком понимании гибридный дискурс очень близок к понятию интрадискурса, так как пронизывающего «более конкретные виды дискурса, не включая их целиком...» [Радченко, 2009, с. 64]. Мы полагаем, что понятие гибридности по отношению к дискурсу может быть интерпретировано иначе. В нашем понимании гибридный религиозно-философский дискурс – это мооязыковой тип дискурса, возникновение которого связано с взаимовлиянием, приспособлением и *ассимиляцией* различных дискурсов, в данном случае – совокупности даосского, буддийского и философско-этического конфуцианского дискурсов.

Можно сказать, что в лингвистическом аспекте даосизм рассматривается в китаеведении довольно редко. П.Д. Ленков

рассматривается возможность применения структурно-герменевтического метода исследования религиозно-философских текстов² к изучению позднедаосских сочинений (см., например, [Ленков, 2018, 2019]). П.Д. Ленков приходит к выводу о том, что позднесредневековые тексты даосизма носят скорее синтетический характер, сочетая в себе концепции даосизма, буддизма и конфуцианства. Анализируя несколько глав из «лун мэнь синь фа», ученый также приходит к выводу о том, что в тексте ставятся в один ряд собственно даосские и буддийские выражения, которые в большинстве своем, видимо, одинаково понимаются и авторами даосских алхимических сочинений, и буддистами.

Изучая даосскую письменную традицию, в процессе перевода и изучения текстов преимущественно для философских и источниковедческих целей, исследователями (среди которых, например, П.Д. Ленков, А.Д. Зельницкий) было отмечено наличие в даосских произведениях понятий и терминов, общих с буддийскими и конфуцианскими текстами. В этом отношении очень примечателен, например, текст «лунмэнь синьфа 龙门心法», в котором используются такие буддийские термины, как «дхармакая» и «сансара», «принять прибежище в трех драгоценностях 皈依三宝», «шесть корней 六根». В этом трактате в первых же главах можно встретить изречение «три устоя и пять нормативных отношений» (сань ган у лунь 三綱五倫). В частности, в ходе настоящего исследования, используя корпус китайского языка [CCL], было установлено, что данное выражение вероятно восходит к конфуцианскому тексту «чжуцзы юйлэй» за авторством Ли Цзиндэ XIII в.

Стоит упомянуть даосский текст XI в. «у чжэнь пянь 悟真篇» за авторством Чжан Бодуаня. В нем встречаются такие буддийские термины, как «фанбянь 方便 искусные методы» (санскр. «упайя»), «дуньу 顿悟» (мгновенное пробуждение), «сань ши 三尸» (три трупа), «шэньтун 神通 проникновение к духам» (санскр. «абхиджня»), «чжэньжу 真如 истинная таковость» (санскр. «бхутататхата»), «у лоу 无漏 неистекающее» (санскр. «анасрава»), «сы го 四果» (четыре плода), «цзин ту 淨土» (чистые земли будды Амитабха; санскр. «сукхавати»), «бэнь синь 本心» (изначально просветленное сознание),

² Структурно-герменевтический метод как метод исследования религиозно-философских текстов был разработан В.И. Рудым и Е.П. Островской.

«би ань 彼岸» (другой берег, санскр. «нирвана»), «сян 相» (признаки, свойства; санскр. «лакшана»), «и чэн 一乘» (единая колесница, санскр. «экална»), «сань чэн 三乘» (три колесницы учения, санскр. «триана»), «си ци 习气» (энергия привычки, санскр. «васана»), «цзе 劫длительный период времени, космический период» (санскр. «кальпа») и др.

Вместе с тем, заимствования далеко не всегда сохраняли исконный смысл, равно как не всегда оставались моносемичными. Например, словосочетание «гуй и сань бао 皈依三宝» (принятие прибежища в трех драгоценностях) пришло в даосизм из буддизма, однако, если в буддизме общепринято в данном контексте значение трех драгоценностей как «будда, дхарма и сангха», то в даосизме «три драгоценности 三宝» обычно понимаются как «дао 道» (в общем смысле, дао – это единство законов природы), учитель «ши 师» (или учителя) и письменные каноны (тексты) «цзин 经». В качестве примера можно привести словосочетание «цзуйшан чэн 最上乘», что переводится как «высочайшая колесница». Вместе с тем, в контексте «лунмэнь синьфа 龙门心法» имеется ввиду совсем не «махаяна» (большая колесница учения) как противопоставление «хинаяне» (малая колесница учения) и «ваджраяне» (алмазная колесница). (см., например, [Титаренко, Абаев, 1994]). В даосском тексте подразумевается, что учение, о котором идет речь, является намного более совершенным, чем какие-либо другие религиозно-философские учения того времени.

Заключение

Дискурсивный подход позволяет исследователям в области истории, культурологии и философии более глубоко взглянуть на проблему сосуществования в Китае религиозно-философских и этико-философских учений.

Первичный анализ нескольких даосских текстов XI-XVII вв. показал, что даосский религиозно-философский дискурс является гибридным монопольным. Перспективно изучение даосских текстов с позиций стилистики и прагматики.

Список литературы

Васильев Л. С. Дао и даосизм в Китае. М.: Изд-во «Наука», 1982.

Зельницкий А. Д. Три учения и государственная религиозно-идеологическая политика в эпохи Суй и Тан // История Китая с древнейших времен до начала XXI века в 10 т., Т. III: Троецарствие, Цзинь, Южные и Северные династии, Суй, Тан. М.: Изд-во «Восточная литература», 2014.

- Зельницкий А. Д.* Даосское или имперское? Об учреждении «Училища почитания сокровенного» (Чунсюань сюэ 崇玄學) в эпоху Тан. *Asiatica: Труды по философии и культурам Востока*. Вып. 9., СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского Университета, 2015.
- Ленков П. Д.* Особенности описания языка психопрактик в позднем даосизме (по тексту «лун мэнь синь фа»): Психотехники и измененные состояния сознания. СПб.: Издательство РХГА, 2018. С. 154-163.
- Ленков П. Д.* Буддийские элементы антропологических представлений религиозного даосизма школы Цюаньчжэнь (по материалам «Лун мэнь синь фа»): Концепция человеческой деятельности и сотериология. *Религиоведение*. 2019. № 2.
- Ленков П. Д.* Действия (карма) и монашеская дисциплина согласно учению школы Цюаньчжэнь (по тексту «Лун мэнь синь фа») // *Asiatica: Труды по философии и культурам Востока*. 2017. № 11-2. С. 41–54.
- Ленков П. Д.* Концепция «Трех Драгоценностей» в позднесредневековом даосизме и ее буддийские параллели: по тексту «Лун мэнь синь фа», XVII в. // *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств*. № 2 (23), июнь 2015. С. 64–68.
- Ленков П. Д.* «Лун мэнь синь фа» («Закон сердца/сознания традиции Лунмэнь»). Предисловие, перевод 1-й главы текста, примечания П.Д. Ленкова // *История философии*. № 2/2015. С. 12–21.
- Ленков П. Д.* Практика покаяния в позднесредневековом даосизме: по материалам второй главы трактата «Лун мэнь синь фа» // *Религиоведение*. № 4. 2016. С. 53–64.
- Радченко О. А.* Исследование агрессивного дискурса: проблемы и перспективы. М.: Вестник МГПУ, 2009. №1(3).
- Солопова, О. А.* Гибридные форматы дискурса: проблемы классификации / О. А. Солопова, К. А. Наумова // *Филологический класс*. 2018. №4 (54). С. 15–21.
- Степанов Ю. С.* Язык и метод: К современной философии языка / Степанов Ю. С. М.: Языки русской культуры, 1998. – 784 с.
- Титаренко М. Л., Абаев Н. В.* Сань чэн (триана) // *Китайская философия. Энциклопедический словарь* / ред. М. Л. Титаренко. М.: Мысль, 1994.
- Торчинов Е. А.* Даосизм. «Дао-Дэ цзин». 2-е изд. СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2004.
- Торчинов Е. А.* Даосизм. Опыт историко-религиоведческого описания. СПб.: Андреев и сыновья, 1993.
- CCL – Center for Chinese Linguistics PKU http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/ (дата обращения: 11.02.2021). URL: http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/search?q=%E4%B8%89%E7%B6%B1%E4%BA%94&start=0&num=50&index=FullIndex&outputFormat=HTML&encoding=UTF-8&maxLeftLength=30&maxRightLength=30&orderStyle=score&LastQuery=&dir=gudai&scopestr=#

References

- Vasil'ev L. S.* (1982). *Dao i daosizm v Kitae* (Tao and Taoism in China). Moscow: Izdatelstvo “Nauka”. (In Russ.).

- Zel'nitskii A. D.* (2014). Tri ucheniya i gosudarstvennaya religiozno-ideologicheskaya politika v epokhi Sui i Tan // Istoriya Kitaya s drevneishikh vremen do nachala XXI veka: Troetsarstvie, Tszin', Yuzhnye i Severnye dinastii, Sui, Tan (Three teachings and religious politics during Song and Tang // History of China from the earliest days to the XXI century in 10 volumes., volume III). Moscow: Izdatelstvo "Vostochnaya literatura". (In Russ.)
- Zel'nitskii A. D.* (2015). Daoskoe ili imperskoe? Ob uchrezhdenii «Uchilishcha pochitaniya sokrovennogo» (Chunshuan' syue 崇玄學) v epokhu Tan (Taoist or imperial? The foundation of "Chongxuanxue" during Tang dynasty period. Asiatica: The study of Oriental culture and philosophy., №9). Saint-Petersbourg: Izdatelstvo Sankt-Peterburgskogo Universiteta". (In Russ.)
- Lenkov P. D.* Osobennosti opisaniya yazyka psikhopraktik v pozdnem daosizme (po tekstu «lun men' sin' fa»): Psikhotehniki i izmenennye sostoyaniya soznaniya. SPb.: Izdatel'stvo RKhGA, 2018. S. 154-163.
- Lenkov P. D.* (2019). Buddiiskie elementy antropologicheskikh predstavleniy religioznogo daosizma shkoly Tsyuan'chzhen': Kontsepsiya chelovecheskoi deyatel'nosti i soteriologiya (Buddhist concepts in anthropological views on religious Taoism of Quanzhen school: Concepts of human activities and soteriology). Religiovedenie. № 2., p. 56-65. (In Russ.)
- Lenkov P. D.* (2017). Deistviya (karma) i monasheskaya distsiplina soglasno ucheniyu shkoly Tsyuan'chzhen' (Action (karma) and monastery discipline according to Quanzhen school of Taoism). Asiatica: Trudy po filosofii i kul'turam Vostoka. 2017. № 11-2., p. 41–54. (In Russ.)
- Lenkov P. D.* (2015). Kontsepsiya «Treh Dragotsennostei» v pozdnesrednevekovom daosizme i ee buddiiskie paralleli: po tekstu «Lun men' sin' fa», XVII v. ("Three treasures" conception in the late medieval Taoism and its Buddhist parallels: on the basis of "Longmen xinfu" XVII century AD). Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv. № 2 (23), p. 64–68. (In Russ.)
- Lenkov P. D.* (2015). «Lun men' sin' fa». Predislovie, perevod 1-i glavy teksta, primechaniya P.D. Lenkova (Taoist text "Longmen xinfu" and its 1st chapter translation, notes and translation by P.D. Lenkov). Istoriya filosofii. № 2/2015., p. 12–21. (In Russ.)
- Lenkov P. D.* (2016). Praktika pokayaniya v pozdnesrednevekovom daosizme: po materialam vtoroi glavy traktata "Lun men' sin' fa" (Repentance in the late medieval Taoism: on the basis of Taoist text "Longmen xinfu"). // Religiovedenie. № 4., p. 53–64
- Radchenko O. A.* (2009). Issledovanie agressivnogo diskursa: problemy i perspektivy (The study on aggressive discourse: problems and perspective). Moscow: Vestnik MGPU. №1(3). (In Russ.)
- Solopova O. A.* (2018) Gibridnye formaty diskursa: problemy klassifikatsii (Hybrid format of discourse: classification problems). / O. A. Solopova, K. A. Naumova // Filologicheskii klass. №4 (54). p. 15-21. (In Russ.)
- Stepanov Yu. S.* Yazyk i metod: K sovremennoi filosofii yazyka / Stepanov Yu. S. – M. : Yazyki russkoi kul'tury, 1998. – 784 p.
- Titarenko M. L., Abaev N. V.* (1994). San' chen (triana) // Kitaiskaya filosofiya. Entsiklopedicheskii slovar' / red. M. L. Titarenko. ("Sancheng" (triana) //

- Chinese philosophy. Encyclopedic dictionary). Moscow: Izdatelstvo Mysl'. (In Russ.)
- Torchinov E. A.* (2004). Daosizm. «Dao-De tszin». 2-e izd. (Taoism. Taoist text “Daodejing”). Saint-petersbourg: «Peterburgskoe Vostokovedenie» (In Russ.)
- Torchinov E. A.* (1993). Daosizm. Opyt istoriko-religiovedcheskogo opisaniya. (Taoism. Experience of historical and religious study). Saint-Petersbourg: Andreev i synov'ya (In Russ.)
- CCL – Center for Chinese Linguistics PKU http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/
(дата обращения: 11.02.2021). URL:
http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/search?q=%E4%B8%89%E7%B6%B1%E4%BA%94&start=0&num=50&index=FullIndex&outputFormat=HTML&encoding=UTF-8&maxLeftLength=30&maxRightLength=30&orderStyle=score&LastQuery=&dir=gudai&scopestr=#

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА РЕЧИ:
ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ**
**LINGUISTIC DIAGNOSIS OF SPEECH:
POSSIBILITIES AND LIMITATIONS**

УДК: 81'33

Добрякова М.В.¹⁾, Панасюгина Л.Е.²⁾
Хезитация: социальное или индивидуальное?
Культура речи или лингвопсихология?[©]

¹⁾ *Российский университет транспорта (МИИТ),
Россия, Москва, litnora@yandex.ru*

²⁾ *Экспертно-криминалистический центр Министерства внутренних дел РФ,
Россия, Москва, lada-ple@mail.ru*

Аннотация. В статье обобщаются данные о роли хезитационных периодов в устной спонтанной речи при характеристике индивидуального речевого портрета говорящего. Исследование показывает отсутствие взаимосвязи между количеством и способами оформления хезитационных периодов с уровнем образования и социальным положением говорящего и акцентирует связь хезитационных периодов с индивидуальными свойствами говорящего, с его психологическим и эмоциональным состоянием.

Ключевые слова: хезитация; устная речь; разговорная речь; коммуникативная ситуация; социальный статус; психологическое состояние.

Dobryakova M.V.¹⁾, Panasyugina L.E.²⁾
Hesitation: social or individual?
Speech culture or linguapsycology?[©]

¹⁾*Russian University of Transport, Russia, Moscow, litnora@yandex.ru*

²⁾*Forensic Science Center, MI of Russia, Russia, Moscow, lada-ple@mail.ru*

Abstract. The article summarizes the data on the role of hesitation periods in oral spontaneous speech in the individual speech portrait of the speaker. The study shows that there is no correlation between the number and kinds of hesitation periods with the level of education and social status of the speaker, and it's presence with the speaker's personality, as well as with his psychological and emotional state.

Keywords: hesitation; oral speech; colloquial speech; communicative situation; social status; psychological state.

Упрощенная модель устной и письменной форм речи

Исследование устной разговорной речи прошло большой путь от первых средств звукозаписи до цифровых диктофонов и от восприятия устной речи как варианта письменной речи, недостаточно совершенного и даже испорченного, до понимания того, что устная спонтанная речь имеет специфические закономерности, существенно отличные от закономерностей письменной речи [Лурия, 2019; Лаптева, 1976; Подлесская, Кибрик, 2007]. Согласно А.Р. Лурия [Лурия, 2019], если письменная речь разворачивается в пространстве текста, то устная имеет в своем распоряжении только время. Именно эту причину А.Р. Лурия указывает в качестве основной при установлении различий устной и письменной речи. О.А. Лаптева же в своей работе [Лаптева, 1976] акцентирует форму устной речи. Если оттолкнуться от этих идей, то можно сформулировать представление о размерности пространства письменной речи (по аналогии с размерностью пространства нашего физического мира 3+1, имеющего три измерения: длину, ширину и высоту, добавив к выделенным параметрам время). Тогда размерность устного текста может быть рассчитана с учетом длины и ширины поверхности, на которой отображается письменный текст, а также времени, затраченного на его написание и прочтение: размерность пространства устной речи составляет 0+1. Очевидно, что возможности передачи информации, часто многомерной, ограничены до размерности времени,

[©] Dobryakova M.V., Panasyugina L.E., 2021

пространство же в рамках данной модели отсутствует. Именно подобное различие в возможности / невозможности обдумывания высказывания и его материальной фиксации обуславливает значительное отличие письменной речи от устной. Одно из физических проявлений таких значимых отличий – наличие либо отсутствие хезитаций.

Это, конечно, упрощенная модель представления устной речи, акцентирующая, что информация репрезентируется линейно, с учётом эфемерности категории времени. Различия между устной спонтанной речью и письменной речью, по сути, настолько сильны, что представляется корректным говорить, скорее, о двух специфических формах его существования. В частности, дословная «перекодировка» некой фонограммы в письменный текст требует его существенного перестроения, в частности, оценки значимости хезитаций: следует ли её удалить, или такое удаление связано с потерей смысла.

Верно и обратное. Каким бы грамотным ни был написанный текст, его простое озвучивание во многих случаях не гарантирует не только комфортного, но и адекватного авторскому пониманию. В частности, некоторые синтаксические конструкции в письменной речи могут быть настолько сложны, что из-за перегрузки кратковременной памяти человека они не будут пониматься [Мечковская, 1996].

Речевая культура говорящего

Однако существует и другая проблема, связанная с порождением и восприятием речи, с которой сталкиваются говорящий и слушающий. Она связана с тем, что физиологическая скорость речевой продукции всегда несколько (насколько – сказать сложно, так как это связано со многими, часто случайными, факторами разного рода) отстаёт от скорости порождения смыслов. Причины этого наиболее наглядны при рассмотрении модели речевой коммуникации в теории связи (намерение-замысел-формулировка-фонация). Звено в цепи в любом случае меньше всей цепи целиком [Потапова, 2020]. Это в свою очередь означает, что смысловые разрывы, реализуемые в речи в виде хезитационных периодов, обусловлены самой природой порождения речевого высказывания, даже если глубоко не касаться психофизиологии речевой деятельности [Потапов, 2006; Яковлева, 2003].

В своих лекциях Е.А. Брызгунова, стоявшая у истоков изучения структуры устной спонтанной речи, рассказывала, с каким трудом научное филологическое сообщество поначалу восприняло то, что

даже люди с учёными степенями по филологии говорят совсем не так, как пишут [Белицкая, 2014а], [Добрякова, 2003]. Развитие исследования устной и письменной речи постепенно привело к формированию особого направления – прикладного речеведения. Однако в ряде источников встречается мнение о зависимости способов оформления хезитационных периодов от речевой культуры говорящего, которая иногда связывается с его уровнем образования и социальным статусом [Миронова, 1994]. Если бы это было так, то с позиций криминалистики идентификационная значимость данной группы признаков была бы относительно низкой, квалифицируясь как пример групповых признаков, и с этой точки зрения их можно было бы рассматривать в качестве диагностических и работать с портретом говорящего по его речевым характеристикам [Потапова, Потапов, 2006]. Однако экспериментальные исследования не подтверждают данной гипотезы. В частности, в магистерской диссертации А.А. Белицкой [Белицкая, 2014б], работа над которой шла при руководстве активном участии М.В. Добряковой, экспериментальным исследованием такая взаимосвязь не подтвердилась, хотя изначальная гипотеза заключалась в том, что эта связь существует, и ставилась задача выявить определенные закономерности.

Исследование проводилось на материале фонограмм устной спонтанной речи длительностью более 5 часов с участием 16 дикторов разного уровня образования и социального положения [Белицкая, 2014б]. В ходе исследования выявилось следующее. Количество и соответствие частоты встречаемости хезитационных периодов в речи практически не зависит от уровня образования, зато находится в существенной зависимости от эмоционального и психологического состояния говорящего, в частности, от его уверенности в себе, а также от того, насколько хорошо говорящий владеет информацией о том, о чём говорит. Когда человек говорит о своей любимой работе, предмете своих научных изысканий или своём увлечении, он существенно более уверен в себе, нежели, когда он находится в незнакомой для себя ситуации. Если он чувствует себя в безопасности, то ему проще что-либо рассказывать, либо о чём-либо говорить, нежели если он ощущает себя в уязвимом положении. Подобные особенности проявления говорящих в рамках конкретной речевой ситуации иногда ошибочно соотносят с социальным статусом. В действительности человек может чувствовать себя в безопасности либо наоборот уязвимым по многим причинам, далеко не все из которых в рамках любого исследования вообще можно

учесть либо спрогнозировать. Существенным фактором, увеличивающим количество хезитаций, являются также отвлекающие факторы любого рода: необходимость выполнять какие-то действия, отвечать на вопросы сторонних лиц, не относящихся к предмету разговора. Аналогичное влияние может оказывать усталость или плохое самочувствие. Если же анализировать то, чем именно говорящие заполняли паузы хезитации, то в целом никакой более-менее строгой зависимости между уровнем образования и составом способов оформления хезитационных периодов не прослеживается. На первый план выходит как индивидуальность говорящего, так и его привычка что-либо объяснять и рассказывать [Белицкая, 2014б].

Напротив, исследование показало строгую индивидуальность набора способов оформления хезитационных периодов вне зависимости от уровня образования и социального положения говорящего, что выводит данную группу признаков из статуса диагностических при анализе уровня образования и социального положения говорящего. Как оказалось, корректный анализ их набора и сочетания имеет высокую идентификационную значимость. Особое значение полученные данные имеют в тех случаях, когда эксперту приходится работать на ограниченном поле признаков в том случае, если качество речевого сигнала не позволяет использовать инструментальные признаки (например, в случае присутствия на фонограмме шумов определённой громкости и качества), либо при работе с речевым материалом на неродном для эксперта языке, когда представляется проблематичным использование сегментных фонетических признаков, например, диалектных различий в виде остаточных явлений диалектных баз либо иностранного акцента при речи, близкой к литературной норме (такое, например, легко можно встретить во французском языке, но возможно и во многих других языках, где по разным причинам диалектные различия выражены слабо).

Заключение

Хезитации – неотъемлемая часть языковой личности, и их нельзя исключить из спонтанной речи. Кроме того, они не являются признаком низкой речевой культуры. Речь без хезитаций требует специальной подготовки, скрытого чтения. Любая подготовленная речь будет иметь меньше хезитаций, но не лишена их полностью. Оценка возможностей коррекции хезитации – актуальная проблема будущего, и такая гипотетическая коррекция лежит не в области

уменьшения количества хезитаций, а в повышении осознанности их применения и оформлениа.

Список литературы

- Белицкая А.А.* О роли хезитационных пауз в спонтанной речи // Филология и литературоведение. 2014а. № 2 URL: <https://philology.snauka.ru/2014/02/697>. (дата обращения: 12.03.2021)
- Белицкая А.А.* Взаимосвязь между социальными характеристиками говорящего и особенностями оформления хезитационных периодов: дисс. ...магистра филологии. М., 2014б. 95 с.
- Добрякова М.В.* Зависимость между вербальной спецификой эксперта и надёжностью идентификации иноязычного говорящего: дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 197 с.
- Лаптева О.А.* Русский разговорный синтаксис. М.: Наука. 1976. 399 с.
- Лурия А.Р.* Язык и сознание. Санкт-Петербург: Питер. 2019. 336 с.
- Мечковская Н.Б.* Социальная лингвистика. 2-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 1996.
- Миронова Н.И.* Устный спонтанный диалог и явления речевого колебания (теоретический и прикладной аспект): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М. 1994. 20 с.
- Подлесская В.И., Кибрик А.А.* Самоисправления говорящего и другие типы речевых сбоев как объект аннотирования в корпусах устной речи // Научно-техническая информация. Т. 2. № 23. 2007. С. 1-39.
- Потапов В.В.* Прикладные аспекты современной фонетики // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал. № 3, 2006. 147-152 с.
- Потапова Р.К.* Реконструкция «портрета» говорящего по его фонетическим характеристикам // Языкознание в теории и эксперименте. М.: Пробел. 2002. С. 435-461.
- Потапова Р.К., Потапов В.В.* Язык, речь, личность. М.: Языки славянской культуры, 2006. 496.
- Потапова Р.К.* Речь. Коммуникация, информация, кибернетика. М.: Едиториал УРСС. 2020. 598 с.
- Яковлева Э.Б.* Акустика речи и прикладная лингвистика // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал. № 2, 2003. 81-93 с.

References

- Belickaya, A.A. (2014). *O roli hezitacionnyh pazv v spontannoj rechi* [On the role of hesitation pauses in spontaneous speech]. *Filologiya i literaturovedenie*. Retrieved from: <https://philology.snauka.ru/2014/02/697>
- Belickaya, A.A. (2014). *Vzaimosvyaz' mezhdru social'nymi harakteristikami govoryashchego i osobennostyami oformleniya hezitacionnyh periodov* [The relationship between the social characteristics of the speaker and the features of the design of the hesitation period]. Master's dissertation. Moscow.
- Dobryakova, M.V. (2003). *Zavisimost' mezhdru verbal'noj specifikoj eksperta i nadyozhnost'yu identifikacii inoyazychnogo govoryashchego* [The relationship

- between the verbal specifics of the expert and the reliability of identifying a foreign speaker]. Moscow.
- Lapteva, O.A. (1976). *Russkij razgovornyj sintaksis* [Russian colloquial syntax]. Moscow: Nauka.
- Luriya, A.R. (2019). *YAzyk i soznanie* [Language and consciousness]. Sankt-Peterbourg.
- Mechkovskaya, N.B. (1996). *Social'naya lingvistika* [Social linguistics]. Posobie dlya studentov gumanitarnyh vuzov i uchashchihsya liceev. 2-e izd., ispr. Moscow: Aspekt Press.
- Mironova, N.I. (1994). *Ustnyj spontannyj dialog i yavleniya rechevogo kolebaniya (teoreticheskij i prikladnoj aspekt)* [Oral spontaneous dialogue and phenomena of speech vibration (theoretical and applied aspect)]. Doctoral dissertation. Thesis. Moscow.
- Podlesskaya, V.I., Kibrik, A.A. (2007). *Samoispravleniya govoryashchego i drugie tipy rechevyh sboev kak ob"ekt annotirovaniya v korpusah ustnoj rechi* []. Nauchno-tehnicheskaya informaciya, 2, 23, 1-39.
- Potapov, V.V. (2006). *Prikladnye aspekty sovremennoj fonetiki* [Applied aspects of modern phonetics]. Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: YAzykoznanie. Referativnyj zhurnal, 3, 147-152.
- Potapova, R.K. (2002). *Rekonstrukciya «portreta» govoryashchego po ego foneticheskim harakteristikam* [Reconstruction of the "portrait" of a speaker according to his phonetic characteristics]. YAzykoznanie v teorii i eksperimente. Moscow: Probel. 435-461.
- Potapova, R.K., Potapov, V.V. (2006) *YAzyk, rech', lichnost'* [Language, speech, personality]. Moscow: "YAzyki slavyanskoj kul'tury"
- Potapova, R.K. (2020). *Rech'. Kommunikaciya, informaciya, kibernetika* [Speech. Communication, information, cybernetics]. Moscow: Editorial URSS.
- Yakovleva, E.B. (2003). *Akustika rechi i prikladnaya lingvistika* [Acoustics of speech and applied linguistics]. Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: YAzykoznanie. Referativnyj zhurnal, 2, 81–93.

**СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
РАЗЛИЧНЫХ СЕМИОТИЧЕСКИХ СИСТЕМ
SEMIOTIC SYSTEMS TEXT INTERACTION SPECIFICS**

УДК: 811.11-112

Гуджеджиани Т.А.

Политический плакат как креолизованный текст[©]

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, tamara20051999@gmail.com*

Аннотация. В статье представлены результаты анализа плакатов к парламентским выборам в Австрии в 2019 году. В ходе исследования было выявлено, что степень креолизации политических плакатов влияет на формирование образа кандидата и отчасти может влиять на ход голосования.

Ключевые слова: политическая реклама; предвыборный плакат; австрийские парламентские выборы; креолизованный текст.

Gujejiani T.A.

Political poster as a creolized text[©]

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, tamara20051999@gmail.com*

Abstract. The article analyzes posters for the parliamentary elections in Austria 2019. It was revealed that the degree of creolization of political posters directly affects the formation of the candidate's image, which can become a key moment while voting.

Keywords: political advertising; election poster; Austrian parliamentary elections; creolized text.

[©] Гуджеджиани Т.А., 2021

[©] Gujejiani T.A., 2021

Введение

Главная цель политической рекламы – информировать граждан о политических программах, платформах партий, избирательных блоках, отдельных кандидатах и продемонстрировать их неоспоримые преимущества. Одной из наиболее распространенных форм реализации политической рекламы является плакат, представленный в газетах, журналах и на баннерах. Избиратели видят такую рекламу ежедневно, благодаря чему возможно неосознанное формирование их политического выбора в пользу представленного на рекламных плакатах кандидата.

Особое значение для политической рекламы имеют социокультурные факторы, которые определяют степень воздействия посылы адресата на адресанта в политической коммуникации. Выбор элементов, которые используются в ходе создания предвыборных плакатов, определяется целевой группой.

Политический плакат

Политический плакат – это единичное произведение искусства, лаконичное, броское изображение с кратким текстом, выполненное в агитационных, рекламных целях [Демосфенова, 1962]. Предвыборный плакат обладает манипулятивным потенциалом, и главная его цель заключается в воздействии на электорат. Политическая реклама содержит ряд обязательных содержательных компонентов: целевые установки, временные рамки, статусно-ролевые характеристики участников коммуникации, стратегии и тактики, что определяет её манипулятивные и аргументативные особенности.

Политический плакат широко используется в предвыборной кампании по всему миру. Он, как правило, состоит из вербальной (слоган, информация о программе) и невербальной составляющих (изображения, шрифт, цвет). В связи с этим политический плакат можно отнести к креолизованным текстам. Е.Е. Анисимова в зависимости от наличия изображения и характера его связи с вербальной частью выделяет три основные группы креолизованных текстов [Анисимова, 2003, с. 15]:

- тексты с нулевой креолизацией;
- тексты с частичной креолизацией (между вербальным и невербальным компонентами складываются отношения, в которых вербальная часть независима от изображения, а изобразительные элементы текста оказываются факультативными (автосемантические отношения)) – такое сочетание часто

встречается в газетных, научно-популярных и художественных текстах;

- тексты с полной креолизацией (вербальная часть не может существовать отдельно, независимо от изобразительной части (синсемантические отношения) – вербальная часть в данном случае ориентирована на изображение или отсылает к нему; такая зависимость обычно наблюдается в рекламных плакатах, карикатурах и объявлениях).

Изображение является неотъемлемой частью рекламы. Визуальная составляющая обрабатывается мозгом иначе, чем текстовая. «Чем ярче сформированный образ, тем сильнее он влияет на поведение реципиента» [Krieg, 2005]. Следовательно, изображения должны способствовать созданию мотивации адресата ознакомиться с текстовой частью. Плакаты, в которых визуальная часть гармонирует с текстовой составляющей, потенциально обладают более сильным воздействием.

Лозунг является кратким текстом на плакате (обычно это одно простое предложение), выражающим «руководящую идею, задачу, требование» [Левин, 1998]. Этот жанр ориентирован на отображение определенной общей идеи, связанной с решением актуальной проблемы, затрагивающей жизнь целого общества. В лозунгах акцент делается на использовании ключевых слов, которые вызывают ассоциации с партией или конкретным политиком, и раскрывают концепцию предвыборной программы партии. Например, партия «Зелёные – Зелёная альтернатива», выступающая за социально-экологические реформы, в ходе предвыборной кампании представила плакаты со следующими лозунгами: *Wen würde das Klima wählen?* (Кого бы выбрал климат?), *Wen würde die Bildung wählen?* (Кого бы выбрало образование?), *Saubere Umwelt. Saubere Politik* (Чистая окружающая среда. Чистая политика). По мнению Х. Вальтера, основными характеристиками лозунга являются высокая степень эксплицитности в выражении концепции, тематическая однофокусность, идеологическая заданность и эмоциональность, а также временные рамки [Вальтер, 2016].

Эмпирическое исследование политических плакатов

Рассмотрим степень креолизации плакатов, представленных партиями на парламентских выборах в Австрии в 2019 году. На предвыборных плакатах «Австрийской народной партии» изображен действующий канцлер – Себастьян Курц, который общается с гражданами, показывая тем самым, что политика партии направлена

на решение остросоциальных проблем, волнующих разные слои населения, и именно данный политический деятель понимает, какие шаги необходимо предпринять для их решения.



Рис. 1



Рис. 2

Лозунг «*Das ist mein Kanzler*» (Это мой канцлер) подчеркивает, что Себастьян Курц является канцлером, которого волнуют проблемы каждого австрийца.

Избирателям важно знать, что кандидаты, за которых они голосуют, понимают вопросы, волнующие население и готовы их решать. На плакате «*Einer, der unsere Sprache spricht*» (Тот, кто говорит на нашем языке) (рис. 1). Себастьян Курц совершает прогулку по горам с двумя женщинами. Плакат отображает национальные традиции австрийцев, для которых поход в горы является типичным, именно такая обстановка показывает, что кандидат от «Австрийской народной партии» готов к диалогу с населением и ему небезразличны проблемы каждого избирателя. Текст тесно связан с изображением плаката, вербальная часть плаката ориентирована на изображение.

Понимание роли ценностей в жизни человека является ключом к сохранению культуры и традиций, что особенно важно для старшего поколения, которое, как правило, консервативно. На плакате «*Einer, der auf unsere Werte schaut*» (Тот, кто смотрит на наши ценности) (рис. 2.) Себастьян Курц смотрит на пожилого мужчину, который одобрительно кивает. Себастьян Курц смотрит в одном направлении со старшим поколением и готов заботиться о ценностях австрийцев.

Для некоторых предвыборных плакатов свойственно отсутствие прямой связи между изображением и текстом. Партия «NEOS – Новая Австрия и Либеральный форум» размещает на своих плакатах лозунги, отображающие предвыборную программу. На плакатах

(рис. 3, 4) изображен кандидат от партии Беата Майнль-Райзингер, чьи действия на плакате не имеют связи с текстовой составляющей.



Рис.3



Рис.4

На наш взгляд, данный подход к созданию плаката является неудачным из-за однотипных изображений. Плакаты не привлекают внимание электората и не производят должного впечатления.

Выводы

Широкая доступность и легкость усвоения гражданами содержания политических плакатов – важные характеристики этого жанра предвыборной агитации. Использование креолизованных текстов повышает возможности манипуляции электоратом, а степень креолизации плакатов может повлиять на результаты формирования необходимых политических смыслов. Плакаты с полной или частичной креолизацией являются прагматически более успешными.

Список литературы

- Анисимова Е.Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Academia, М., 2003. 128 с.
- Вальтер Х.* Лозунг как речевой жанр публицистического дискурса // Медиалингвистика. 2016. № 3 (13). С. 33-45.
- Ворошилова М.Б.* Креолизованный текст: кинотекст // Политическая лингвистика. 2007. № 2 (22). 194 с.
- Гайкова О.В.* Предвыборный политический дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 211 с.
- Демосфенова Г.Л.* Советский политический плакат. М.: Искусство, 1962. 443 с.
- Лазарева Э.А.* Политический и рекламный дискурс и его влияние на социум. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2005. 144 с.
- Левин Ю.И.* Семиотика советских лозунгов // Избранные труды. Поэтика. Семиотика. М.: Языки рус. культуры, 1998. 822 с.
- Малеина М.Н.* Правовые аспекты политической рекламы // Государство и право. 1994. № 10. С. 151-159.

- Krieg U. Wortbildungsstrategien in der Werbung: Zur Funktion und Struktur von Wortneubildungen in Printanzeigen. Hamburg: Helmut Buske Verlag, 2005.
- Römer R. Die Sprache der Anzeigenwerbung // Sprache der Gegenwart. Schriften des Instituts für deutsche Sprache. Bd. 4. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann, 1968. 288 S.

References

- Anisimova, E.E. (2003). *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikaciya (na materiale kreolizovannyh tekstov)* [Linguistics of the text and intercultural communication (on the material of creolized texts)]. Ucheb. posobie dlya stud. fak. inostr. yaz. vuzov, Academia, Moscow.
- Val'ter, H. (2016). *Lozung kak rechevoj zhanr publicisticheskogo diskursa* [Slogan as a speech genre of journalistic discourse]. *Medialingvistika*, 3 (13), 33–45.
- Voroshilova, M.B. (2007). *Kreolizovannyj tekst: kinotekst* [Creolized text: film text//Political linguistics]. *Politicheskaya lingvistika*, 2 (22).
- Gajkova, O.V. (2003). *Predvybornyj politicheskij diskurs kak zhanr politicheskoy kommunikacii (na materiale anglijskogo yazyka)* [Pre-election political discourse as a genre of political communication (based on English)]. (Doctoral dissertatio. Thesis), Volgograd.
- Demosfenova, G.L. (1962). *Sovetskij politicheskij plakat* [Soviet political poster]. Moscow: Iskusstvo.
- Lazareva, E.A. (2005). *Politicheskij i reklamnyj diskurs i ego vliyanie na socium* [Political and advertising discourse and its influence on society]. Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet.
- Levin, YU.I. (1998). *Semiotika sovetskih lozungov* [Semiotics of Soviet slogans]. *Izbrannye trudy. Poetika. Semiotika*. M.: SHk. «Yazyki rus. kul'tury».
- Maleina, M.N. (1994). *Pravovye aspekty politicheskoy reklamy* [Legal aspects of political advertising]. *Gosudarstvo i parvo*, 10, 151-159.
- Krieg U. (2005). *Wortbildungsstrategien in der Werbung: Zur Funktion und Struktur von Wortneubildungen in Printanzeigen*. Hamburg: Helmut Buske Verlag.
- Römer R. (1968). *Die Sprache der Anzeigenwerbung*. Sprache der Gegenwart. Schriften des Instituts für deutsche Sprache. Bd. 4. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.

Попова М.С.

Взаимодействие вербального и визуального в креолизованном тексте (на примере рекламных плакатов немецких автомобилей)[©]

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, maria_popova_24@mail.ru*

Аннотация. В статье проводятся результаты анализа рекламных плакатов немецких автомобилей как креолизованных текстов. Выявлено, что преимущество имеют плакаты, где вербальная и визуальная части дополняют друг друга и гармонируют между собой, так как текст и изображение объединяются в сознании читателя и создают единый образ рекламируемого продукта.

Ключевые слова: вербальная составляющая; визуальная составляющая; реклама автомобилей; креолизованный текст.

Popova M.S.

**Interaction of verbal and visual in creolized text
(on the example of advertising posters for German cars)[©]**

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, maria_popova_24@mail.ru*

Abstract. The article analyzes advertising posters of German cars as creolized texts. It was revealed that posters have an advantage, where the verbal and visual parts complement each other and harmonize with each other, since the text and image are combined in the mind of the reader and create a single image of the advertised product.

Key words: verbal component; visual component; car advertising; creolized text.

Введение

В связи с компьютеризацией общества и появлением новых способов передачи информации, связанных с процессом совершенствования информационных и коммуникационных технологий, возрос интерес к рекламным плакатам как креолизованным текстам. Основная задача рекламного текста заключается в том, чтобы обеспечить реципиенту оптимальные условия для успешной интерпретации представленной информации и

[©] Попова М.С., 2021

[©] Popova M.S., 2021

задать направление его потребительской деятельности [Шультер, 2012, с. 11]. Использование вербальных и невербальных компонентов является целесообразным, так как визуальная часть выступает в качестве необходимого элемента текста и облегчает восприятие информации. В связи с этим используется понятие «креолизированный текст», который представляет собой текст, состоящий из двух разнородных компонентов: вербального и невербального. Компоненты креолизованных текстов образуют смысловое единство, т.е. текст, презентация, музыка и анимация передают единый смысл [Анисимова, 2003, с. 3]. Наиболее активно креолизованные тексты используются в современных печатных и Интернет-изданиях. Они выполняют коммуникативную, аттрактивную, экспрессивную, суггестивную, которая является доминирующей, функции и могут воздействовать на взгляды и вкусы реципиента [Чигаев, 2010, с. 5]. Такой тип текста, где изображение играет важную роль, способствует более точному восприятию рекламы и запоминанию информации реципиентом [Алексеев, 2001, с. 19]. В связи с этим работа в данном направлении является актуальной.

Методология исследования

Целью исследования является анализ взаимосвязи вербального и визуального компонентов и их влияния на реципиента на основе трех классификаций креолизованных текстов: Е.Е. Анисимовой, Л. Бардена и А.А. Бернацкой.

Видеовербальный или креолизированный текст – это текст, состоящий из двух негомогенных компонентов: вербального и невербального, которые создают смысловое единство [Сорокин, 1999, с. 180]. Таким образом, текст в сочетании с изображением / анимацией передают единый смысл.

По мнению М.Б. Ворошиловой, слово и изображение не образуют «сумму семиотических знаков» [Ворошилова, 2007, с. 73]. Их значение создает сложный смысл. Между этими составляющими формируются разного рода корреляции (связи). В современной лингвистике существуют разные подходы и классификации креолизованных текстов.

Л. Барден исследует соотношение компонентов вербального и невербального в зависимости от типа передаваемой в них информации: коннотативной и денотативной. Он выделяет четыре типа корреляций [Барден, 1975, с. 99-110]:

1) изображение «Д» + Слово «Д»; (оба компонента представляют собой описательную информацию, но изображение преобладает над текстом – данный тип присущ информационным сообщениям);

2) изображение «Д» + Слово «К» (слово выражает коннотативную информацию, изображение – денотативное, изображение преобладает над словом – данный тип соответствует иллюстративному сообщению);

3) изображение «К» + Слово «Д» (слово выражает денотативную информацию, а изображение – коннотативную, слово играет ведущую роль – в большинстве случаев данный тип присущ комментарию);

4) изображение «К» + Слово «К» (оба компонента несут коннотативную информацию. Они равны по отношению друг к другу – данный тип коррелирующий типичен для символического сообщения).

В зависимости от наличия изображения и того, как оно связано с вербальной частью, Е.Е. Анисимова выделяет три основные группы креолизованных текстов [Анисимова, 2003, с. 8]:

1) тексты с нулевой креолизацией;

2) тексты с частичной креолизацией, в которой вербальная часть может существовать независимо от визуальной;

3) тексты с полной креолизацией, в которых вербальный и визуальный компоненты тесно связаны между собой; чаще всего данный вид креолизации можно встретить в научно-технических текстах, инструкциях, рекламах.

Е.Е. Анисимова отмечает, что вербальная и визуальная части взаимодействуют на содержательном, содержательно-языковом и содержательно-композиционном уровнях. На содержательном уровне представлены два типа семантических связей: 1) прямая денотативная соотнесенность (знаки обоих компонентов обозначают один и тот же объект); 2) опосредованная денотативная соотнесенность (компоненты обозначают разные объекты, но связаны между собой ассоциативно или тематически).

Взаимосвязь вербального и визуального компонентов может быть выражена на языковом уровне имплицитно, т.е. на основе выявления их внутренних семантических связей или эксплицитно (иконический знак может быть включен в вербальный компонент, идентифицировать отправителя) [Анисимова, 2003, с. 23-30]. Порядок расположения вербального и визуального компонентов определяется на содержательно-композиционном уровне. Между ними возникает внутренняя или семантическая соотнесенность и внешняя или

визуально-пространственная соотнесенность [Анисимова, 2003, с. 21-30].

Классификация, предложенная А.А. Бернацкой, близка к классификации Е.Е. Анисимовой [Бернацкая, 2000, с. 104]:

1) сильная степень креолизации – оба компонента взаимозависимы;

2) умеренная степень креолизации – один компонент (чаще всего вербальный) преобладает над другим;

3) слабая степень креолизации – доминирующая роль принадлежит паралингвистическим средствам (кинетическим, графическим).

Однако А.А. Бернацкая не выделяет тексты с «нулевой креолизацией, так как в современном мире об абсолютно “чистых” текстах говорить не приходится» [Бернацкая, 2000, с. 103].

Важной характеристикой креолизованного текста являются размер и цвет шрифта, использование пунктуационных и математических знаков, а также других паралингвистических средств. С помощью цвета и шрифта выполняется аттрактивная и смысловыделительная функция, так как с их помощью привлекается внимание адресата и выделяются наиболее значимые элементы вербального компонента [Бернацкая, 2000, с. 102-104].

Методика исследования

Материалом исследования являются рекламные плакаты немецких автомобилей, источником являются сайты немецких автомобильных концернов VAG, Daimler и BMW Group. В статье представлены рекламные плакаты 2011 -2016 годов.

Методы исследования: анализ, изучение и обобщение отечественных и зарубежных исследований, систематизация и классификация изученных фактов; метод сравнения; метод описания.

Анализ креолизованных рекламных текстов

Для того чтобы проследить взаимосвязь вербального и визуального компонентов, а также рассмотреть воздействие каждого из этих компонентов на реципиента, проведем анализ рекламных плакатов немецких автомобилей.

На рекламном плакате Mercedes (рис. 1) размещен следующий рекламный текст: *«So kann eine Siegesserie auch aussehen / Победившая серия может выглядеть и так»*. Данная рекламная кампания посвящена чемпионату мира по футболу среди женщин, который проходил в Германии в 2011 году. В центре изображения – женская футбольная команда, представлявшая страну на чемпионате,

и ряд автомобилей Mercedes. Основная идея рекламной кампании – не только поддержать команду и пожелать ей победы, но и подчеркнуть, что новая серия автомобилей столь же успешна.



Рис. 1. Mercedes-Benz

Вербальные и визуальные компоненты гармонируют друг с другом и передают общую информацию. Связь вербального и визуального компонентов на содержательно-языковом уровне выражена эксплицитно и имплицитно. Фраза «So kann ... aussehen» относится к женской футбольной команде и автомобилям Mercedes. Имплицитная связь выражается артиклем «die» и, таким образом, подчеркивает, что Германия может гордиться не только своими игроками, но и своими автомобилями. На содержательно-композиционном уровне взаимосвязь компонентов выражена семантически (связь изображения с предложением) и визуально (текст включен в изображение). Согласно классификации Е.Е. Анисимовой, этот рекламный плакат представляет собой текст с полной креолизацией. Согласно классификации А.А. Бернацкой, этот текст имеет сильную степень креолизации, а согласно классификации Л. Бардена текст плаката относится к четвертому типу корреляции, где изображение и слово несут коннотативную информацию.

На следующем рекламном плакате (рис. 2) размещен слоган: «Der helle Wahnsinn. Heute mal in Schwarz. Welcome to Black. Audi A7 Black Edition / Настоящий фурор. Теперь в черном цвете. Добро

пожаловать в мир черного. Audi A7 Black Edition», в котором сообщается о том, что компания представит автомобиль в новом цвете. Рекламодатель сознательно подчеркивает, что этот оттенок уникален и не имеет аналогов среди конкурентов. Цветовая гамма изображения имеет также особое значение. С помощью контрастного белого фона и черного автомобиля привлекается внимание реципиента, поэтому можно говорить об аттрактивной функции цвета.



Рис. 2. Audi

На содержательно-языковом уровне прослеживается имплицитная связь между вербальным и визуальным компонентами, которая выражена с помощью определенного артикля «Der helle...» и относится к рекламируемому автомобилю. На содержательно-композиционном уровне наблюдается семантическая (изображение дублирует информацию в тексте) и визуальная (текст размещен на картинке) корреляция.

Несмотря на наличие имплицитной связи на содержательно-языковом уровне, которая обнаруживается в текстах с полной креолизацией, в данном рекламном плакате текст имеет частичную креолизацию, так как вербальная составляющая относительно автономна и независима от визуальной. Согласно классификации А.А. Бернацкой, между компонентами наблюдается умеренная степень креолизации. Согласно классификации Л. Бардена, текст относится к третьему типу связи: изображение несет коннотативную информацию, а слово – денотативную.

Рассмотрим рекламный плакат автомобильного концерна VAG (рис. 3). В качестве вербальной составляющей выступает текст: «*Fahren Sie den Karren ruhig mal in den Dreck. Der Touareg / Уверенно по бездорожью. Touareg*». Визуальная составляющая определяется изображением рекламируемого автомобиля и пустынного пейзажа. Рекламодатель подчеркивает, что данная серия имеет полный привод, поэтому Touareg является автомобилем повышенной проходимости. Особую роль играет использование слова Karren, которое имеет негативную коннотацию и означает «старый автомобиль».

**Fahren Sie den Karren ruhig mal
in den Dreck. Der Touareg.**

Geländewagen trifft Oberklasse-Luxuslinie. Im Touareg ist diese Symbiose perfekt gelungen. Die hervorragenden Offroad-Eigenschaften paaren sich mit außergewöhnlicher Eleganz, Großzügigkeit, stilvolles Design und sorgfältige Materialien schaffen ein exklusives Ambiente. Und auf komfortablen Sitzen, umgeben von hochwertigen Stoffen und wohlweiche edlen Hölzern, macht Reisen gleich noch mehr Spaß.

Volkswagen Zentrum Kiel
Schmidt & Hoffmann GmbH, Königsweg 76-78, 24114 Kiel, Tel. (0431) 96 44-0, www.vw-kiel.de

Рис. 3. Volkswagen

Внутренняя и внешняя корреляция возникает на содержательно-композиционном уровне, поскольку слоган и основная часть текста рекламы связаны с изображением. Рекламный текст не размещается непосредственно на изображении: рекламодатель располагает слоган над изображением, а основную информацию об автомобиле и условиях покупки – ниже. С позиций содержательно-языкового уровня наблюдается имплицитная корреляция, которая выражена определенными артиклями «den Karren, den Dreck, der Touareg». Тем не менее, мы отнесем данный плакат к тексту с частичной креолизацией, потому что вербальная часть текста относительно независима от изображения, визуальная составляющая сопровождает вербальную часть. Поскольку текст выражает денотативную информацию, а коннотативную информацию изображение, мы можем отнести этот текст к третьему типу корреляций «изображение К + слово Д» согласно Л. Бардену. Согласно классификации А.А. Бернацкой, этот текст имеет умеренную креолизацию.

Мы намеренно не разделяем рекламные плакаты BMW (рис. 4 и рис. 5), так как производитель применяет одну и ту же модель построения плаката и использует схожие изображения для рекламы всей новой серии автомобилей. Данный прием используется для того, чтобы одинаково подчеркнуть достоинства каждого рекламируемого автомобиля. В качестве вербальной части выступают текст: «*Lässt Schnee im Regen stehen / Брошает вызов снегу*» и текст «*Hey Schnee, immer schön locker bleiben / Эй, снежок, зря стараешься*». В качестве визуальной составляющей – изображение автомобилей и зимнего пейзажа, что подчеркивает связь между двумя компонентами. Таким образом рекламируется интеллектуальная система полного привода, помогающая преодолевать гололед и снежные покровы.



Рис. 4. BMW Рис. 5. BMW

На содержательно-композиционном уровне наблюдается семантическая и визуальная корреляция. Изображение связано с текстом, оба элемента находятся в одном зрительном поле. Поэтому данный текст по классификации Е.Е. Анисимовой имеет полную креолизацию, по А.А. Бернацкой – сильную степень креолизации, поскольку наблюдается взаимная синсемантика обоих компонентов. По классификации Л. Бардена текст относится к четвертому типу корреляций.

В качестве заключения

В заключение отметим, что креолизованный текст сегодня вызывает интерес и всеобщее внимание во всех сферах общественной жизни. Рекламный плакат несет в себе информацию о товаре или услуге, его особенностях и ценовой политике, поэтому он должен быть заметным и привлекать внимание реципиента. Для сферы рекламы использование креолизованных текстов имеет большое значение, так как подобные тексты способны воздействовать на реципиента за счет аттрактивной, смысловыделительной, экспрессивной функций.

Рассмотрев рекламные плакаты немецких автомобилей с опорой на классификации Е.Е. Анисимовой и А.А. Бернацкой, мы пришли к выводу, что 60% анализируемых текстов имеют полную или сильную степень креолизации, 40% – частичную или умеренную. По классификации Л. Бардена 60% анализируемых текстов принадлежат к четвертому типу корреляций, где оба компонента имеют коннотативное значение, в 40% случаев слово имело денотативное значение, а изображение – коннотативное.

Таким образом, анализ рекламных плакатов показал, что для создания единого образа рекламируемого продукта и ускорения передачи информации рекламодатели прибегают чаще всего к текстам, где вербальная и визуальная составляющие тесно взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Список литературы

- Алексеев Ю. Г.* Креолизованный текст в межкультурной коммуникации (на матер. этнопсихолингвистического эксперимента) // Уч. зап. УлГУ. Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики. Сер. Лингвистика. Вып.1(6). Ульяновск: УлГУ, 2001. 65 с.
- Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов, Academia, М., 2003. 128 с.
- Бернацкая А. А.* К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: Специализированный вестник / Ред. А. П. Сковородников. Красноярск: Краснояр. гос. Ун-т, 2000. Вып. 3 (11). С. 104–110.
- Ворошилова М. Б.* Креолизованный текст в политическом дискурсе / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика, 2007. С. 73–78.
- Лившиц Т. Н.* Специфика рекламы в прагматическом и лингвистическом аспектах: Автореф. дис. канд. филол. наук, Таганрог, 1999. 213 с.
- Пэдхем Ч., Сондерс Дж.* Восприятие света и цвета, М., 1978. 256 с.
- Сорокин Ю. А.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. М.: Высшая школа, 1990. С. 180–186.
- Чигаев Д. П.* Способы креолизации современного рекламного текста: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2010. 24 с.
- Bardin L.* Le texte et l'image // Communication et languages, N°26, 1975. С. 98–112.
- Schülter S.* Die Sprache der Werbung: Entwicklungen, Trends und Beispiele / S Schülter. – Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2012. 80 с.

References

- Alekseev, Ju.G. (2001). Kreolizovannyj tekst v mezhkul'turnoj kommunikacii (na mater. jetnopsiholingvisticheskogo jeksperimenta). *Uch. zap. UIGU. Aktual'nye problemy lingvistiki i lingvodidaktiki. Ser. Lingvistika*, 1(6), 59-65.
- Anisimova, E.E. (2003). *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaja kommunikacija* (na materiale kreolizovannyh tekstov). Moscow: Academia.

- Bernackaja, A.A. (2000). K probleme «kreolizacii» teksta: istorija i sovremennoe sostojanie. *Rechevoe obshhenie: Specializirovannyj vestnik*, 3(11), 104-110.
- Voroshilova, M.B. (2007). Kreolizovannyj tekst v politicheskom diskurse. *Politicheskaja lingvistika*, , 73-78.
- Livshic, T.N. (1999). *Specifika reklamy v pragmaticheskom i lingvisticheskom aspektah*. Unpublished doctoral dissertation. Taganrog.
- Pjedhem, Ch., Sonders, Dzh. (1978). *Vosprijatie sveta i cveta*. Moscow.
- Sorokin, Ju.A., Tarasov, E.F. (1990). Kreolizovannye teksty i ih kommunikativnaja funkcija. In: *Optimizacija rechevogo vozdejstvija* (pp. 180-186). Moscow: Vysshaja shkola.
- Chigaev, D.P. (2010). *Sposoby kreolizacii sovremennogo reklamnogo teksta*. Unpublished doctoral thesis. Moscow.
- Bardin, L. (1975). Le texte et l'image. *Communication et languages*, 26, 98-112.
- Schülter, S. (2012). *Die Sprache der Werbung: Entwicklungen, Trends und Beispiele*. Saarbrücken: AV Akademikerverlag.

Раренко М.Б.
**Социальная реклама как гетеросемантический текст:
проблемы восприятия** ©

*Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН,
Россия, Москва, rarenco@rambler.ru*

Аннотация: Текст современной социальной рекламы представляет собой пример поликодового текста, создаваемого при помощи вербальных и визуальных средств. Социальная реклама направлена на стабилизацию и гармонизацию отношений в современном обществе и рассматривается как одна из наиболее важных коммуникативных практик дискурса социальной гармонии.

Ключевые слова: дискурс социальной гармонии; социальная реклама; рекламный текст; ценностный посыл; гуманизация общества; снижение социальной напряженности.

Rarenko M.B.
Social advertising as a heterosemantic text and its perception ©

*Institute of Scientific Information for Social Sciences of
the Russian Academy of Sciences, Russia, Moscow, rarenco@rambler.ru*

Abstract: The text of the modern social advertising is an example of a hybrid text created using verbal and visual means. Social advertising is aimed at stabilizing and harmonizing relations in the modern society and is regarded as one of the most important communicative practices of the social harmony discourse.

Keywords: discourse of social harmony; social advertising; advertising text; value message; humanization of society; reduction of social tension.

Введение

Одной из речевых практик, активно развивающихся в настоящее время в рамках дискурса социальной гармонии³ (подробнее см.

© Раренко М.Б., 2021

© Rarenko M.B., 2021

³ Под «социальной гармонией» мы понимаем «позитивные отношения между членами общества, в том числе принадлежащими к разным социальным слоям, возрастным группам, имеющими разное здоровье и пр., которые позволяют всем представителям общества в целом и отдельным его гражданам гармонично развиваться, при этом их права не должны нарушаться, в том числе и вербально»

[Раренко, 2021]), является социальная реклама, под которой, в отличие от коммерческой, нацеленной исключительно на экономическую выгоду, в самом широком понимании, подразумевают разновидность рекламы (рекламной деятельности), задача и цель которой заключается, во-первых, в том, чтобы служить каналом оповещения всех слоев общества, во-вторых, привлекать внимание всего населения к актуальным в данный момент для общества в целом проблемам, затрагивающих человека (личность, гражданина), а также его интересы и, в-третьих, способствовать формированию в данном обществе определенной системы морально-нравственных и социально важных норм и, соответственно, моделей поведения [Раренко, 2020, 2021].

Неудивительно, что изучением феномена социальной рекламы сегодня занимаются политологи, поскольку социальная реклама рассматривается как инструмент для формирования как государственных принципов организации федеральных, так и муниципальных проектов, будучи частью социальной политики государства; социологи, поскольку социальная реклама может рассматриваться, например, как надежный ресурс социального управления; психологи, поскольку социальная реклама – средство воздействия на поведение населения, в основе которой лежат такие принципы психологического воздействия, как убеждение, воздействие, манипулирование и пр. [Раренко, 2020]; лингвисты, поскольку ценностный посыл социальной рекламы создается и транслируется, прежде всего, языковыми средствами, и т.д. [там же].

Источником возникновения социальной рекламы справедливо считают «общественную жизнь, которая изобилует конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп и поэтому остро нуждается в созидательных стимулах и процессах» [Арнольд, 1990, с. 202]. Нельзя утверждать, что в XX в. социальное противостояние достигло критической отметки, вследствие чего и возник феномен социальной рекламы, как нельзя отрицать, что появление социальной рекламы было подготовлено всем предыдущим периодом (более подробно см. [Раренко, 2020]). Возникновение нового типа рекламы было, вне всякого сомнения, обусловлено рядом причин. В первую очередь, это связано с изменением социально-политической обстановки в мире. Во вторую, – с изменением коммуникативных практик в обществе, о чем пишут многие

[Раренко, 2020, с. 148].

исследователи: «Прошедший XX век можно с полным правом охарактеризовать как век глобальных социокультурных трансформаций, изменивших лицо современной культуры и сами основы бытия современного человека», а «возникновение новой информационной среды и новых методов передачи, обработки, хранения и информации повлекло за собой ряд принципиальных изменений в способах трансляции и усвоения социального опыта, управления и контроля над обществом» [Арцибашев, 2003, с. 3].

Исследователи социальной рекламы считают датой ее рождения 1906 г., а место рождения – Соединенные Штаты Америки, отмечая в то же время, что в России о возникновении социальной рекламы можно говорить только с 1994 г. (подробнее см. [Николайшвили]), что, на наш взгляд, кажется не совсем верным, поскольку, как следует из анализа как отечественной, так и зарубежной специальной литературы (подробнее см. [Раренко, 2020]), для социальной рекламы в целом характерными чертами являются, во-первых, стереотипность представления (изображения) информации, во-вторых, стремление к формированию определенных социально значимых идеалов, норм и, как следствие, моделей поведения, а в-третьих, исключительно массовый характер, то источником социальной рекламы в том виде, в каком она сегодня оказывается представлена в России, можно рассматривать советский Агитпром, представлявший политическую и идеологическую рекламу в своей основе.

Анализ одного примере социальной рекламы

Сегодня рекламная деятельность, в том числе социальной рекламы, в России регламентируется федеральным законом «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ (с изменениями, внесенными ФЗ от 31 декабря 2017 г. № 489-ФЗ) [Федеральный...]. Традиционными заказчиками социальной рекламы в обществе выступают государство, общественные организации и представители социально ответственного бизнеса, при этом чаще все же государство, заинтересованное в социальной интеграции общества. Потребителем социальной рекламы выступают целевые социальные группы – дети, родители, опекуны (в том числе потенциальные), работодатели, работники, люди разных профессий, общество в целом.

Соответственно, основными темами социальной рекламы выступают 1) общегосударственные события (праздники, соревнования, выборы в органы государственной и муниципальной власти и пр.); 2) повышение престижа отдельных профессий, востребованных в обществе (например, в недавнем прошлом –

рабочие специальности) или государственных институтов (армия, полиция, Росгвардия и пр.); 3) дети и все связанные с ними проблемы (рождение, здоровье, воспитание, образование, защита и пр.) и 4) безопасность жизни и связанные с ней проблемы (в первую очередь, дорожно-транспортные происшествия и поведение участников дорожного движения, а также здоровый образ жизни).

Примером современной российской социальной рекламы может служить плакат, приведенный ниже.



Его тематику можно определить как 1) безопасность на дорогах, 2) поведение участников дорожного движения, 3) забота о детях. Эти проблемы сегодня представляются актуальными как для жителей мегаполисов, так и небольших городов России. Увеличение числа личного автотранспорта, часто безответственное поведение участников дорожного движения в последние годы способствовали увеличению числа серьезных ДТП, в которых гибнут и становятся инвалидами люди, в том числе подростки и дети.

Социальным заказчиком рекламы выступает, как следует из надписи внизу плаката, Госавтоинспекция Алтайского края. Реклама обращена, прежде всего, к автомобилистам и призывает их быть внимательнее на дорогах, не превышать скорость движения, помнить, что на дороге внезапно могут оказаться пешеходы.

Рекламный плакат разделен на две части: в левой части изображена девочка с ранцем, в правой – написанное детским почерком обращение к маме, объясняющее, почему сегодня ребенок не придет домой. Плакат выполнен в контрастной гамме: на темном фоне едва различимый силуэт девочки, внимательно смотрящей на нас, на фоне вечернего города и обращение ребенка к маме белыми буквами. Благодаря цветовому контрасту вычитывается еще один социальный посыл к автомобилистам: особенно внимательным нужно быть в темное время суток, когда вероятность не заметить пешехода на дороге возрастает в несколько раз.

Сочетание вербальных и невербальных средств данного примера социальной рекламы создает определенный эффект, напоминает водителям о социальной ответственности, стимулирует нужную модель поведения, вызывая в сознании реципиента определенные культурные концепты: ответственность, безопасность, забота, дети, любовь и пр.

На основе проведенного анализа можно заключить, что целью текста социальной рекламы заключается в том, чтобы мотивировать как отдельных членов общества, так и общество в целом на совершение нужного действия. Воздействуя на сознание человека, социальная реклама формирует у реципиента установки, что наблюдаемая в обществе ситуация (в данном случае несоблюдение скоростного режима) противоречит правилам общежития в цивилизованном обществе (в данном случае, правилам поведения социально ответственного водителя, поскольку, нарушая ПДД, он ставит под угрозу жизнь ребенка), и, соответственно, нуждается в изменении. Социальная реклама для формирования требуемой установки пользуется мощным средством – оценением действительности, и, как показано в приведенном примере, наглядно демонстрирует, что несоблюдение водителем правил дорожного движения стоит ребенку жизни.

Социальная реклама основана на бинарной оппозиции: произошла трагедия, которую можно было бы предотвратить, если бы водитель следовал правилам и проявил социальную ответственность. Таким образом, в самом тексте социальной рекламы заложен алгоритм действий реципиента (автомобилиста). Несмотря на то, что окончательное решение о том, как поступить, принимает реципиент социальной рекламы, сам рекламный текст – эксплицитно, но все же чаще имплицитно – изначально содержит положительную оценку действиям реципиента и подталкивает его к принятию «правильного» решения. Поскольку для любого человека принципиально важным является признание его членом коллектива, осознание того, что его поведение, поступки, действия поддерживаются обществом, оценка (положительная) будущей модели поведения становятся сильнейшим рычагом воздействия текста социальной рекламы, а сама социальная реклама становится одной из главных практик дискурса социальной гармонии, способствуя снижению в обществе социальных противоречий.

Заключение

В заключение следует подчеркнуть роль социальной рекламы в формировании в российском обществе на современном этапе его развития дискурса социальной гармонии, поскольку именно благодаря ей становится возможным решение ряда вопросов, связанных с проблемой социальной несправедливости, приводящей к обострению социальных противоречий, осознаваемых как то, что в обществе есть, и тем, что быть не должно. Социальная реклама, благодаря имеющимся у нее мощным рычагам воздействия, обращая внимание общества на различные аспекты социальной несправедливости (нищета, бедность, безработица, бездомность, безразличие, сиротство, жестокость, неравноправие, угроза жизни и безопасности и пр.), способствует снижению социальной напряженности и повышению уровня гуманизации общества в целом, подчеркивая тот факт, что абсолютной ценностью в современном обществе обладает именно человек.

Список литературы

- Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – Москва : Просвещение, 1990. – 300 с.
- Арцибашев В.Н. Реклама как вид социальной коммуникации: автореф. дис. ... канд. философ. наук. – Ростов-на-Дону, 2003. – 24 с.
- Николайшвили Г. Краткая история социальной рекламы. – URL: http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=390&SECTION_ID=122 (дата обращения: 15.08.2020)
- Раренко М.Б. Лингвокультурные параметры вербализации социальной гармонии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2020. – № 12 (841). – С. 147-157.
- Раренко М.Б. Речевые практики дискурса социальной гармонии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2021. – № 6 (848). – С. 139-147.
- Федеральный закон «О рекламе». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202107020068> (дата обращения: 19.09.2021)

References

- Arnol'd, I.V. (1990). *Stilistika sovremennogo anglijskogo yazyka* [Stylistics of modern English]. Moscow: Prosveshchenie.
- Arcibashev, V.N. (2003). *Reklama kak vid social'noj kommunikacii* [Advertising as a type of social communication] (Doctoral Dissertation thesis).
- Nikolajshvili, G. *Kratkaya istoriya social'noj reklamy* [Brief history of social advertising]. Retrieved from: http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=390&SECTION_ID=122
- Rarenko, M.B. (2020). Lingvokul'turnye parametry verbalizacii social'noj garmonii [Linguistic and cultural parameters of social harmony verbalization]. *Vestnik*

Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki, 12(841), 147-157.

Rarenko, M.B. (2021). Rechevye praktiki diskursa social'noj garmonii [Speech practices of social harmony discourse]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, 6(848), 139-147.

Federalny zakon «O reklame» [On advertising]. Retrieved from: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202107020068>

**ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
БАЗОВЫХ ЭТНИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ
LINGUISTIC AND PSYCHOLOGICAL STUDIES
ON BASIC ETHNIC VALUES**

УДК: 81'139

**Цюй Юнь
Репрезентация моральной ценности «культурность»
в социальной рекламе Китая[©]**

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, alex9526qip@yandex.com*

Аннотация. Китай с древнейших времен известен как государство этикета и церемоний. Культурный этикет воспринимается носителями культуры как традиционная добродетель китайского народа. В последние годы с развитием современного общества и повышением статуса государства граждане Китая уделяют этикету больше внимания как компоненту социального имиджа. Социальная реклама часто используется для пропаганды культурного поведения и социальных добродетелей среди населения, а также для правильного ориентирования населения на духовную культуру и ее основные ценности. Автор статьи выделяет основные средства представления в поликодовом тексте моральной ценности «культурность», анализирует гетерогенные элементы социальной рекламы как поликодового текста.

Ключевые слова: социальная реклама; массмедиа; ценность «культурность»; моральные ценности; поликодовый текст.

Qu Yun
**Representation of the moral value of «culture»
in social advertising in China[©]**

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, alex9526qun@yandex.com*

Abstract. China has been known as a country of manners since ancient times. Cultural etiquette is considered a traditional virtue of the Chinese people by culture carriers. In recent years, with the development of modern society and the improvement of the national status, Chinese citizens have paid more attention to etiquette as a component of social image. Public service announcement is often used to promote civilized behavior and social virtues among the population, as well as to provide proper guidance to people's spiritual culture and its core values. The author of the article identifies the main means of presenting the moral value of «civility» in a multimodal discourse, analyzes the heterogeneous elements of public service announcement as a multimodal discourse.

Keywords: public service announcement; mass media; value of «civility»; moral values; multimodal discourse.

Введение

Китай с древнейших времен известен как государство этикета и церемоний. Этикет воспринимается носителями культуры как традиционная добродетель, в последние годы граждане Китая уделяют этикету больше внимания как компоненту социального имиджа [Цюй, 2021]. Социальная реклама часто используется для пропаганды культурного поведения и для целенаправленного ориентирования населения на духовную культуру и ее основные ценности [Цюй, 2021].

Цель социальной рекламы – построение более гармоничного общества через внедрение в культуру ценностей, способствующих этому процессу [Уэллс и др. 1999]. Роль социальной рекламы в воспитании социума, предупреждении поведенческих реакций и проявлении мировоззрения, которые разрушили содержание ядерной зоны культуры, проявляется в намеренном формировании стереотипов, поддерживающих это содержание.

В системе социалистических базовых ценностей Китая моральные ценности составляют доминирующий сегмент. Китай осуществляет политику, в соответствии с которой страна укрепляет

[©] Qu Yun, 2021

духовную составляющую цивилизации, консолидирует идеологические и нравственные основы социальных процессов, активно претворяя в жизнь основные ценности социализма, что целенаправленно отражается в социальной рекламе.

Культурность

Слово *文明* / *культура* в широком смысле понимается как состояние социального прогресса, когда общество избавлено от варварства и дикости [Цюй, 2021]; в узком смысле – как духовная культура каждого человека с точки зрения его личного поведения и привычек, вежливого отношения к коммуниканту в межличностном социальном взаимодействии [Цюй, 2021]. Но совершенно естественно, что оба эти значения слова – отражение единства человека и общества: культурное состояние социума определяет социальную сущность каждого своего члена, а культурное поведение индивидуума определяет и духовное состояние общества. Таким образом, культурность является важным признаком социального прогресса и реализует общие функции ценностей: стабилизирующую состояние социума и аксиологическую, способствующую возникновению системы стереотипов как моделей поведения, действий, оценок [Пищальникова и др. 2020]. Специфика субъекта внедрения ценностей в культуру определяет разные их коннотации: для страны – это высокоразвитая культура и высокая сознательность; для общества – это устойчивый, соблюдаемый всеми порядок, окружающая среда, способствующая процветанию культуры; для каждого гражданина – личностный, индивидуальный культурный уровень.

Анализ социальной рекламы культурности

Проанализируем рекламный поликодовый текст (см. рис.), представляющий ценность «культурность», с целью выявления соотношения вербальных и невербальных компонентов, направленных на репрезентацию определенного доминантного содержания.

В качестве значимого элемента поликодового текста выступают вербальные и рисуночные элементы, цвет, размер шрифта и композиция. Рисуночный компонент на переднем плане представлен простым и ясным символом: дерево со спиленными ветвями, но не погибающее, а, напротив, отрастившее обильные молодые побеги, покрытые густой листвой. Этот рисунок символизирует твердость, настойчивость, негибкость характера человека, не сломленного невзгодами, и в целом качество нации, культура которой существует

несколько тысячелетий, несмотря на многочисленные вторжения иноземных захватчиков, разрушение памятников культуры, массовые убийства китайцев. Остановившийся возле дерева человек на лошади внимательно разглядывает его. На втором плане даны стихотворные строки Кун Нина, которые эксплицируют представленную рисуночным компонентом мысль: «走过了很多地方，见到了地老天荒。而今策马回望，泪水新诗两行：中华民族根千丈，历经苦难又辉煌» (Побывал во многих местах и увидел все на свете. Теперь, подстегивая лошадь и оглядываясь назад, пролил две дорожки слез и написал две строчки стихов: китайский народ имеет «корни деревьев» на глубине тысячи метров, а потому он выдержит невзгоды и встретит славу)⁴. Они не акцентированы цветом и размером шрифта, поскольку их функция – указать на традицию, связывающую разные поколения китайцев, подчеркнуть незыблемость этих традиций, создать смысловую основу для восприятия и понимания слогана текста. Он повторяет мысль, представленную в пиктографическом и поэтическом элементах, в отчетливой прозаической форме: «中华文明，生生不息» (Китайская цивилизация останется из поколения в поколение), причем слово *中华* / *китайский* обозначено самым крупным шрифтом и подчеркнуто красным цветом: так подчеркнут субъект цивилизации и идея об избранности нации.

Очевидно, что в смысловом отношении анализируемый текст является ассоциативно насыщенным, совмещая в себе различные способы представления разных составляющих доминантного смысла: (1) традиционный характер китайской культуры, укоренённость ее в древних обычаях, поэзии, искусстве, (2) устойчивость китайской культуры в течение нескольких тысячелетий, (3) как следствие – необходимость ориентироваться на моральные устои, проверенные временем, (4) вера в возможность улучшения среды существования за счет повсеместного внедрения пропагандируемой ценности, вера в «китайскую мечту».

⁴ Здесь и далее перевод наш. – Ц. Ю.

используемые обычно в уставных и сдержанных стилях китайской каллиграфии. Печати рассматривают как аналог авторского клейма-подписи, и они являются специфическим элементом поликодовых китайских текстов [Цюй, 2021].

Кроме того, в левом нижнем углу поставлен QR-код, который содержит информацию об истории и идее этого рекламного произведения. Таким образом современные технологии позволяют расширить смысловое пространство рекламного текста, ограниченного определенными заданными размерами, и позволяет людям узнать о нем больше.

Еще один вербальный компонент, ограничивающий графическое поле текста, расположен в левом верхнем углу, где красным цветом написано название этой серии социальной рекламы: 讲文明树新风 公益广告 (быть культурным и создавать новые цивилизованные нормы – социальная реклама). В правом верхнем углу написано 中国精神, 中国形象, 中国文化, 中国表达 (китайский дух, китайский образ, китайская культура и китайское выражение). В правом нижнем углу изображения обозначены технические изготовители данной социальной рекламы: красном выделено «Произведено интернет-телевидением Китая / материал предоставлен выставочным павильоном дома-музея Фэн Цзыкая в Шанхае».

Выводы

Реклама, отражающая ценность «культурность», призывает быть аккуратным и вежливым человеком, призывает к практическим действиям по повышению уровня воспитанности, вежливости, чистоплотности, привлекает внимание к различным проявлениям антикультуры. Исследованные поликодовые тексты позволяют выявить несколько усиливающихся тенденций в реализации социальной рекламы Китая.

Во-первых, увеличивается доля серийной рекламы, посвященной внедрению базовых ценностей в широкие массы населения. Во-вторых, в поликодовом тексте актуализируются традиционные ценности и символы, составляющие основу китайской культуры. В-третьих, подчеркивается древность и устойчивость традиционных китайских ценностей, что стало обязательным смысловым компонентом социальной рекламы. В-четвертых, в поликодовых текстах китайской рекламы, наряду с такими известными компонентами, как цвет, планы изображения, размер графем и др., активно используется «эстетический потенциал» иероглифической

письменности, традиционной китайской каллиграфии и других специфических эстетических форм.

Реклама социальной ценности «культурность» объединяет все перечисленные приемы, используя в качестве фундаментальной основы традиционные пиктографические и вербальные символы, наглядно представляющие содержание ценности, опираясь на отражение ценностей в поэзии, представляя ценности в виде наглядных рисуночных образов. При этом все перечисленные средства направлены на репрезентацию доминантного содержания ценности, выполняющего функцию регуляции социально одобряемого / неодобряемого поведения. Важна и степень частотности социальной рекламы: печатная реклама распространена на городских площадях, остановках общественного транспорта и железнодорожных станциях, на стройплощадках и др. Кроме того, создатели социальной рекламы активно используют новые технологии, которые хорошо сочетаются с традиционной печатной рекламой: так, в тексты добавляют QR-коды.

Список литературы

- Пищальникова В.А., Дубкова О.В., Цун Фэнлин, Яо Чжипэн. Картина мира китайцев: теория и практика научного исследования. М.: Р. Валент, 2020.
- Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб., 1999.
- Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: АСТ, 2003.
- Цюй Юнь. Репрезентация моральной ценности «культурность» в социальной рекламе Китая // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. Вып. 9 (851). С. 212-224.

References

- Pishchalnikova, V.A., Dubkova, O.V., Cun, Fenlin, Yao, Chzhipen. (2020). *Kartina mira kitajcev: teoriya i praktika nauchnogo issledovaniya* [Chinese image of the world: theory and practice of research]. Moscow: R. Valent.
- Uells, U., Bernet, D., Moriarti, S. (1999). *Reklama: principy i praktika* [Advertising: principles and practice]. Saint-Petersburg.
- Hantington, S. (2003). *Stolknovenie civilizacij* [Clash of civilizations]. Moscow: AST.
- Qu, Yun. (2021). *Reprezentaciya moral'noj cennosti «kul'turnost'» v social'noj reklame Kitaya*. *Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki*, 9(851), 212-224.

ВОПРОСЫ ЛИНГВОДИДАКТИКИ
ISSUES OF LANGUAGE ACQUISITION

УДК: 001.83

Асонова Г.А.

**Специфика речепорождения на занятиях по русскому языку
как иностранному при обучении видам глагола[©]**

*Московский педагогический государственный университет,
Россия, Москва, asonova.galina@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена анализу речепорождения на занятиях по русскому языку как иностранному при изучении категории вида глагола. Исследование основывается на практическом опыте автора. В работе применены методы теоретического описания и практического анализа процесса речепорождения на занятиях по русскому языку как иностранному, проанализирован экспериментальный материал.

Ключевые слова: речепорождение; восприятие речи; несовершенный и совершенный вид глагола.

Asonova G.A.

**To the question of speech production at the russian as a foreign
language lessons while teaching imperfective and perfective verbs[©]**

*Moscow Pedagogical State University,
Russia, Moscow, asonova.galina@yandex.ru*

Abstract. This article is devoted to analysis of the speech production in the classroom in Russian as a foreign language teaching imperfective and perfective verbs. The research within the article is based on the practical experience of the article's author. The methods that have been used in the article are of theoretical description and practical analysis of speech production in Russian as a foreign language. The article defines process of speech production, analyzes the experimental part of the study.

Keywords: speech production, speech acquisition, imperfective verbs, perfective verbs.

[©] Асонова Г.А., 2021

[©] Asonova G.A., 2021

Теоретические подходы к процессу речепорождения

«Язык есть объективная действительность, существующая вне науки о языке», – утверждал А.А. Леонтьев [Леонтьев, 1969]. В восприятии речевого произведения Ч. Осгуд выделяет следующие уровни:

а) «projection level» («уровень проекции»), т.е. анализ воспринимаемой информации;

б) «integration level» («уровень интеграции», который подразумевает наличие опыта применения тех или иных речевых единиц (если применить эти уровни к овладению иностранной речью, можно считать, что на первом и втором информация соотносится с опытом использования иностранного языка, имеющимся у индивида, и интегрируется с другим содержанием сознания, т.е. определяется как знакомая или не знакомая);

в) «representation level» («символический уровень»), на котором происходит процесс так называемой идентификации звукового «образа» [Леонтьев, 1969, с. 123].

Дж. Миллер указывал: «то, что мы усваиваем – это не определенные ряды слов, но правила порождения допустимых рядов слов» (цит. по: [Леонтьев, 1969, с. 55]). В РКИ грамматические правила даются в следующей последовательности: усвоение иностранными учащимися категорий числа и рода, категория падежа, аспектуальности, или вида русского глагола, системы функционирования глаголов (спряжение, взаимосвязь со всеми указанными выше категориями, в особенности с категорией падежа), видо-временной системы глагола, активных и пассивных конструкций с включенной в них видо-временной системой и некоторых др. Основания такой последовательности – лингвистические, методические, психолингвистические (специфика формирования речепорождения).

С психолингвистических позиций важна интенция, под которой понимается коммуникативно значимое намерение говорящего вербализовать определенное мыслительное содержание. Под речевой реализацией подразумевается осуществление речевой интенции в речевой форме с помощью процесса речепорождения. Успешность речепорождения зависит от процесса осознания учащимися получаемой лексико-грамматической информации и сопоставления ее на разных уровнях, о которых говорилось выше.

На уровне проекции СВИ преобразуется в «нервные импульсы», что позволяет рождать образы и первоначальные идеи высказывания;

на уровне интеграции фрагментарные высказывания преобразуются в текстовые сообщения, базирующиеся на речевых интенциях, что способствует взаимодействию СВИ и ППИ. Иностранцы учащиеся, изучая русский язык, на данном этапе в зависимости от степени ознакомления с системой языка оказываются способными в большей или меньшей степени строить коммуникативные высказывания.

На символическом уровне в сознании учащихся осуществляется соотнесение символов языка с содержанием образов сознания: «если человек знает 1000 слов, у него в голове 1000 образов слов. Строя предложение, мы путешествуем по коре мозга, отбирая слова поштучно или “пачками”, связывая их <...> В целом вся эта картина весьма напоминает процесс ручного набора» [Леонтьев, 1969, с. 11]; «Мозг не применяет тех примитивных способов разделения этого мира на элементы, какие первыми придут в голову, но налагает на него те операторы, которые моделируют этот мир, отливая модель в последовательно уточняемые и углубляемые формы» [Бернштейн, 1966].

По нашим наблюдениям, у *китайских* обучающихся для овладения коммуникативной компетенцией и осуществления процесса речепорождения важно практиковать парную работу в аудитории, когда активно формируются лексико-грамматические навыки и умения.

У *сирийских* обучающихся овладение основами русского языка, как и у болгарских обучающихся, возникает при благоприятном начальном этапе обучения, когда учащиеся осознанно воспринимают учебный материал изучения русского языка, дальнейшее обучение строится на взаимодействии СВИ и ППИ.

В настоящей статье мы обращаемся к грамматической категории вида русского глагола, представляющей сложность в овладении ею для всех иностранных учащихся, что может проявляться в знании правил употребления видовых форм глагола, но неумении применять эти правила в реальных коммуникативных ситуациях.

Экспериментальное исследование

Эксперимент был направлен на принятие грамматического и лексического решений по определению глагольной формы. Двум группам иностранных обучающихся было предложено задание на определение выбора глагольной формы в зависимости от контекста.

Задание 1: Прочитать начало учебного текста (в объеме уровня А2) и в течение 1 минуты продолжить его, используя список

предложенных глаголов НСВ и СВ (*пробовать – попробовать, есть – съесть, покупать – купить*):

«*Мария отправилась в продуктовый магазин, в котором позже увидела экзотические фрукты. Она никогда в жизни не* (продолжите текст). *Ей захотелось ...* (продолжите текст)».

Китайскими студентами были выбраны формы глаголов несовершенного вида при завершении первой части текста, однако после слов *ей захотелось* тремя участниками были выбраны формы глагола *покупать* вместо *купить*. В группе сирийцев была допущена только одна ошибка в конструкции: *Она никогда в жизни не съела такие экзотические фрукты*.

«Взрослый человек, успешно окончивший школу, не будучи лингвистом, продолжает пользоваться не столько правилами, сколько функциональными ориентирами, позволяющими ему успешно справляться со многими проблемами при оперировании “расплывчатыми множествами” и решении “плохо сформулированных задач”: именно это нам приходится делать на каждом шагу» [Залевская, 2007, с. 18].

Ошибки, допущенные иностранными студентами, отчасти могут быть объяснены недостаточной языковой практикой в условиях дистанционной формы обучения и малой тренировкой в употреблении видо-временных форм русского глагола, представляющих большие трудности для иностранцев.

При указании на ошибки все разъяснения, сделанные преподавателем, были поняты учащимся и не допущены при повторном выполнении задания.

Задание 2. В обеих группах студентам был предложен грамматический способ усвоения учебного материала, включающий СВИ и ППИ указанных правил с обязательным последующим выполнением некоторых коммуникативных заданий. Нами было дано такое задание: Выберите правильный вид глагола и впишите его в правильной форме в следующих предложениях: *Брат ... тяжелый мешок риса» (нес – носил)*.

Такое задание помогает воспользоваться знанием предшествующего опыта, когда студенты выстраивают ассоциативный ряд по аналогии с родным языком:

– *аккумулятивный аспект*:

Впишите формы глаголов несовершенного или совершенного вида с помощью метода трансформации. Прочитайте текст, замените

глаголы несовершенного вида глаголами совершенного вида (и наоборот).

– коммуникативный аспект (используя 10 глагольных пар, придумайте короткий рассказ заданий; – закончите высказывания *Виктор пришел в университет, и...*; – перескажите текст, используя только глаголы несовершенного (или совершенного) вида и подобное).

Результаты выполнения второго задания представлены в таблице.

Таблица. Результаты выполнения задания 2

Состав группы	Срок усвоения категории вида на базовом этапе (A2)	Результаты усвоения в процентном соотношении	Комментарии автора статьи
Китайские студенты	3 недели (три раза по два академических часа в неделю)	От 55 до 78% усвоения на «отлично» От 45 до 67% усвоения на «хорошо»	Употребление видовых пар глаголов затруднено.
Сирийские обучающиеся		От 78 до 88% усвоения на «отлично» От 65 до 90% усвоения на «хорошо»	Употребление правильное в связи с расширением опыта применения исследуемых форм.

Выводы

Категория вида позволяет выразить многообразие семантики действий. Поскольку категории вида и времени взаимосвязаны, необходимо обратить внимание обучающихся на значение категории вида, образование видовых пар, их функционирование во времени, их сочетаемость с некоторыми фазисными глаголами и др.

Попытки использования видовых форм иностранными обучающимися не всегда оказываются верными, несмотря на наличие знаний лексико-грамматической системы русского языка. Иностранные обучающиеся делают выбор в пользу несовершенного вида, особенно при употреблении глагола в форме прошедшего

времени (*готовил* вместо *приготовил*), и совершенного в форме будущего времени (*буду прочитать*).

Список литературы

Бернштейн Н.А. Очерки по физиологии движений и физиологии активности. – Москва, 1966. – 349 с.

Залевская А.А. Введение в психолингвистику. – 2-е изд. – Москва : изд-во РГГУ, 2007. – 382 с.

Леонтьев А.А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. – Москва : Наука, 1969. – 307 с.

Слюсарь Н.А. Введение в экспериментальные исследования грамматики. – Санкт-Петербург : изд-во СПбГУ, 2019. – 74 с.

References

Bernstein, N.A. (1996). *Ocherki po fiziologii dvizheniyam I fiziologii aktivnosti* [Essays on the physiology of movements and the physiology of activity]. Moscow

Zalevskaya, A.A. (2007). *Vvedenie v psicholingvistiku* [Introduction to psycholinguistics]. 2-e izd. Moscow: izd-vo RGGU.

Leontjev, A.A. (1969). *Psicholingvisticheskie edinitsy i porozhdenie rechevogo vyskazyvaniya* [Psycholinguistic units and the generation of speech]. Moscow: «Nauka».

Slioussar, N.A. (2019). *Vvedenie v eskperimentalnye issledovaniya grammatiki: uchebnoe posobie* [Introduction to experimental studies of grammar: text. manual]. Spb.: izd-vo S.-Peterb. un-ta.

Иманалиева Т.И., Боколова С.Д., Оторбаева Г.Д.
Примеры кейс-стади, применяемые на занятиях по русскому
языку как неродному в высшей школе ©

КНУ имени Ж. Баласагына, Кыргызстан, Бишкек

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые примеры кейс-стади, применяемые на занятиях по русскому языку как иностранному в высшей школе. Методика преподавания русского языка как иностранного позволяет решать прикладные задачи в процессе изучения русского языка в высшей школе: прежде всего, выработать такие приёмы и использовать такие методы обучения русскому языку как иностранного, которые могут обеспечить достижение и полноценную реализацию требуемых компетенций. В соответствии с ними преподаватели русского языка обучают студентов языку как средству свободного общения, формируя навыки продуктивного общения у студентов, изучающих русский язык как неродной, и адекватного применения полученных знаний и использования выработанных навыков продуктивной речевой деятельности.

Ключевые слова: Киргизская Республика; русский язык; методика работы по изучению русского языка как иностранного; прикладные задачи в процессе изучения русского языка; языковые умения; развивающее обучение; кейс-стади.

Imanalieva T.I., Bokolova S.D., Otorbaeva G.D.
Examples of case studies used in the classroom of Russian
as a non-native language in the higher education ©

KNU named after J. Balasagyn, Kyrgyzstan, Bishkek

Abstract. The paper presents case study techniques applied while teaching Russian as a second language at university. Such techniques help ensure the achievement and the full implementation of relevant competencies. Russian language teachers make every effort to show language possibilities as a system and as a means of free communication: to form productive communication skills among students who study Russian as a non-native language, so that they can speak and listen in emerging situations of the communication, adequately applying the knowledge gained and using developed skills of the productive speech activity.

© Иманалиева Т.И., Боколова С.Д., Оторбаева Г.Д., 2021

© Imanalieva T.I., Bokolova S.D., Otorbaeva G.D., 2021

Keywords: the Kyrgyz Republic; the Russian language; second language acquisition techniques; applied tasks in the process of learning the Russian language; language skills; developmental teaching; case study.

В мире высоких требований к современным языковым навыкам усложняются и методики преподавания русского языка как неродного в высшей школе. Преподаватели формируют навыки продуктивного общения у студентов, изучающих русский язык как неродной так, чтобы они умели говорить и слушать в непредсказуемых ситуациях коммуникации, адекватно применяя полученные знания и используя выработанные навыки продуктивной речевой деятельности [Методика обучения русскому языку 2015].

В высшей школе активно применяются новые методики преподавания русского языка как неродного, основанные на технологиях «кейс-стади». Эта методика была впервые использована в США при обучении специальным дисциплинам [Земская URL; Методика обучения русскому языку 2015]: она активно применяется при обучении студентов экономического направления в Киргизском национальном университете имени Жусупа Баласагына. Метод «кейс-стади» предполагает проблемный, деятельностный характер обучения, дискуссии и анализ коммуникативной ситуации, необходимость выработки предложений по эффективному решению обсуждаемой проблемы.

Специфика технологии «кейс-стади» связана с комплексным использованием всех видов учебной речевой деятельности: 1) чтение; 2) говорение; 3) письмо; 4) аудирование и письменным представлением принятого коммуникативного решения.

Условно все «кейс-стади» можно разделить на: 1) бытовые, связанные с решением коммуникативных задач, возникающих ежедневно в обычной жизни в сфере повседневного общения; 2) учебные, обусловленные необходимостью общения в сфере образования; 3) профессиональные ситуации, имеющие четкую профессиональную направленность.

Примером *бытового* «кейса» может выступить следующая ситуация: «Максим сегодня ранним утром случайно разбил очки в своей комнате. Пришлось заниматься этой проблемой с самого раннего утра.

В отделе «Оптика» Максим обратился с вопросом: «Здравствуйте. Мне нужны (очки) с диоптриями и со светопоглощением».

Девушка любезно ответила Максиму: «Здравствуйте. Вы можете выбрать дымчатые (очки) или солнезащитные (очки)».

Максим с сожалением сказал девушке: «У меня астигматизм при наличии близорукости».

Девушка помогла Максиму подобрать нужные (очки) и предложила купить футляр для (очков).

Какие варианты просьбы будут предложены Вами? Почему?

Почему Максим отказался выбрать дымчатые (очки) и от солнезащитных (очков)? Почему Максим огорчился?

Скажите, пожалуйста, что такое астигматизм?

Постройте свой вариант разговора Максима с девушкой в отделе «Оптика».

В данном «кейсе» представлены три этапа: 1) знакомство с коммуникативной проблемой; 2) сбор необходимой информации для выработки навыка «приобретать и оценивать информацию»; 3) обсуждение возможных альтернативных решений.

Примером учебного «кейса» может выступить следующая ситуация: «Марат является студентом 1 курса экономического факультета. Он приехал из горного села в город в начале лета. На занятиях по русскому языку преподаватель попросил Марата взять в библиотеке книгу для проведения дополнительного занятия с ним. Марат впервые пришел в библиотеку.

Здравствуйте. Разрешите войти? Не могли бы Вы мне помочь? Пожалуйста, дайте мне книгу (название книги). Благодарю Вас за помощь. Я верну книгу строго в срок. До свидания.

Постройте свой вариант разговора Марата с сотрудником библиотеки. Какую книгу выберет Марат? Почему? Что скажет преподаватель Марату об этой книге? Почему? Что скажете Вы об этой книге? Почему? Дайте развёрнутый ответ».

Третьим примером «кейса» выступает профессиональный «кейс». Он считается самым трудным при освоении русского языка как неродного, так как требует и от студентов, и от преподавателя знаний специфики данной профессиональной сферы и высокого уровня владения самим языком.

Профессиональный «кейс»: «Здравствуйте. Сегодня у нас по плану посещение фирмы (промышленного предприятия). Вы хотели бы посетить автомобильный завод / металлургический завод / часовой

завод / текстильную фабрику / кондитерскую фабрику / швейное предприятие?

Мы хотели бы пройти в литейный цех / в механический цех / в сборочный цех / на главный конвейер.

Какую продукцию выпускает этот (это) цех / участок / предприятие?

Нас интересуют последние (перспективные) разработки фирмы. Это собственная разработка фирмы? / Это секрет фирмы? / Это фирменное название? / Это торговая марка?

Мы хотели бы побеседовать с директором / техническим (коммерческим) директором / управляющим по качеству / начальником цеха / ведущими работниками предприятия.

Кто владелец фирмы (предприятия)? Кто президент / генеральный директор?

В каком году была основана Ваша фирма (компания)?

Когда построен (а) этот (эта) завод (фабрика)?

Можно посмотреть, как работает эта установка / этот станок (прибор) это устройство?

Какой срок службы (годности, хранения)?

Какой процент брака?

Есть ли заимствованные узлы и детали?

Какие новые модели (конструкции) проектируются?

Какое общее число работающих?

Какое у Вас соотношение рабочих и ИТР?

Сколько человек занято на производстве / основных (вспомогательных, контрольных) операциях?

Какая производственная мощность?

Какая производственная площадь?

Кто является основным поставщиком (заказчиком)?

В какие страны Вы экспортируете свою продукцию?

Есть ли у фирмы дочерние предприятия?

Как осуществляется технический контроль / охрана труда?

Какие условия труда на Вашей фабрике / Вашем заводе?

Сколько часов Вы работаете в день / неделю?

Какая у Вас система оплаты труда?

У Вас почасовая (сдельная) оплата?

Сколько зарабатывает в месяц (год) инженер / служащий / (квалифицированный) рабочий / разнорабочий?

У Вас бывают сверхурочные работы?

Как оплачивается сверхурочная работа?

Существует ли премиальная система?
Какое пособие получает рабочий по болезни?
У Вас оплачиваемые отпуска?
Какая продолжительность отпуска?»

Подобные «кейсы» должны использоваться на занятиях по русскому языку в высшей школе с определенной регулярностью и цикличностью и сопровождаться презентациями.

При этом необходимо учитывать саму сложность предлагаемых заданий, лексическое и грамматическое наполнение предлагаемого «кейса». Естественно, что при работе с кейсами студенты могут использовать все доступные им лексические и грамматические ресурсы, а не только обозначенные в кейсе, относящиеся ко всем уровням освоения языка. «Кейсы» выполняют функцию опорной схемы для поиска решения коммуникативной задачи, проблемы без её ограничения.

Вывод

В процессе преподавания русского языка как неродного в высшей школе методическая задача преподавателя – грамотно сформулировать задания и коммуникативную задачу «кейсов» с обязательным учётом: 1) требований стандарта, 2) возраста обучающихся студентов и 3) их индивидуальных возможностей. Например, на элементарном уровне результатом решений «кейсов» может быть таблица, которую студенты заполняют самостоятельно, представляя свои предложения и варианты. На базовом уровне в качестве результата в виде материального продукта студенты могут представить сложный коллаж или сценический сюжет с докладом или презентацией. Большой объем времени и самостоятельной работы необходимы при подготовке результата работы по *профессиональному кейсу*. Особенно много времени и усилий требуется как от каждого студента, так и в целом от группы, если проводится групповая (командная) работа. В связи с этими обстоятельствами необходимо комбинировать традиционную систему обучения русскому языку как неродному с элементами «кейс-стади» с детальным анализом «кейса» в самом конце занятия.

Список литературы

Земская Е. А. Особенности русской речи эмигрантов четвёртой волны. URL: http://gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_520. (дата обращения: 15.03.2021)

Методика обучения русскому языку как неродному: учебное пособие / Под ред. проф. И.П. Лысаковой. М.: Изд. «Русайнс», 2015. 160 с.

References

- Zemskaya, E.A.* Osobennosti russkoj rechi emigrantov chetyortoj volny [Features of Russian speech of fourth-wave emigrants]. Retrieved from http://gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_520
- Metodika obucheniya russkomu yazyku kak nerodnomu* [Method of teaching Russian as a non-native language] (2015). Uchebnoe posobie. Lysakova, I.P. (Ed.). Moscow: Rusajns.

УДК: 378

Мурзалиева Д.Д., Боколова С.Д.
Интеграция русского языка и образования на русском языке в
Киргизской Республике ©

*Киргизский национальный университет им. Ж. Баласагына,
Бишкек, Кыргызстан, djamilya19641012@mail.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты интеграции русского языка и образования на русском языке в Киргизской Республике. Интеграционные процессы, в которые вовлечена Киргизская Республика, требуют нового подхода к обучению, особенно языковому. Участие Киргизской Республики в ЕАЭС становится основанием для дальнейшей интеграции русского языка и образования на русском языке, поскольку языковая ситуация в Киргизии динамично изменяется, и не только в положительную сторону.

Ключевые слова: Киргизская Республика; русский язык; образование; интеграция русского языка и образования на русском языке в Киргизской Республике.

Murzalieva D.D., Bokolova S.D.
Integration of the Russian language and education
in the Russian language in the Kyrgyz Republic ©

*Kyrgyz National University named after J. Balasagyna,
Bishkek, Kyrgyzstan, djamilya19641012@mail.ru*

Annotation. The paper discusses some aspects of integration of the Russian language and education in Russian in the Kyrgyz Republic. The integration processes in the Kyrgyz Republic require a new approach towards teaching, especially towards teaching language. The participation of the Kyrgyz Republic in the EAEU becomes the basis for the further maintenance of the Russian language and education in Russian in our country, as the language situation in our country is changing dynamically, and not only in a positive direction.

Key words: the Kyrgyz Republic; the Russian language; the education; the integration of the Russian language and the education in Russian in the Kyrgyz Republic.

Интеграционные процессы, в которые вовлечена Киргизская Республика, требуют нового подхода к обучению, особенно языковому. Участие Киргизской Республики в ЕАЭС становится основанием для дальнейшей интеграции русского языка и

© Мурзалиева Д.Д., Боколова С.Д., 2021

© Murzalieva D.D., Bokolova S.D., 2021

образования на русском языке. Региональная интеграция предоставляет возможность участия во многих проектах, совместно реализуемых странами-членами ЕАЭС. Русский язык становится основополагающим фактором, способствующим развитию интеграционных процессов во всех сферах деятельности. С Россией Киргизская Республика имеет общее историческое прошлое, а в настоящем – тесные экономические связи, дополнительно закрепленные в формате ЕАЭС, постоянное военно-политическое сотрудничество, в частности в рамках международных организаций ОДКБ и ШОС.

С 2001 г. в Киргизской Республике русский язык наделен статусом официального языка. До настоящего времени образовательная среда также сохранила русский язык обучения. В период с 2018 г. по 2019 г. обучение на русском языке осуществлялось в 220 государственных школах, 72 частных общеобразовательных организациях и 576 смешанных школах.

Таблица 1. Основные показатели образования в Киргизской Республике и их динамика за 2013 – 2019 годы*

Показатели	2013 / 2014	2014 / 2015	2015 / 2016	2016 / 2017	2017 / 2018	2018 / 2019	2019 / 2020
Охват населения Киргизской Республики образованием, в% к численности населения в возрасте 7 – 24 лет	70,4	70,8	72,6	75,2	76,0	77,1	78,9
ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ КИРГИЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ							
Дневные общеобразовательные организации **							
Число дневных общеобразовательных организаций, единиц	2207	2205	2218	2236	2262	2265	2283
Численность учащихся в дневных общеобразовательных организациях, человек	10271 23	10436 29	10912 60	11757 80	12226 61	12680 68	13114 78
Численность учащихся, занимающихся в 1	64,2	63,6	61,8	61,0	60,5	60,4	60,8

смену, в%							
Численность учащихся, занимающихся в 2 смену, в%	34,5	34,8	36,2	36,7	37,1	37,1	36,3
Численность учащихся, занимающихся в 3 смену, в%	1,3	1,5	2,0	2,3	2,4	2,5	2,9
Численность детей, не приступивших к занятиям, человек	2901	2623	2226	2576	2613	2826	2834
Образовательные организации высшего образования **							
Число образовательных организаций высшего образования, единиц	55	53	52	50	51	51	55
Число государственных образовательных организаций высшего образования, единиц	34	34	34	33	35	34	38
Численность студентов в государственных образовательных организациях высшего образования, тысяч человек	196,2	188,8	175,6	153,5	138,7	141,2	159,6
Число частных образовательных организаций высшего образования, единиц	21	19	18	17	16	17	17
Численность студентов частных образовательных	27,0	25,6	23,9	22,0	22,7	23,4	24,2

организациях высшего образования, тысяч человек							
Всего численность студентов, человек	22324 1	21441 0	19950 5	17543 0	16140 6	16458 5	18377 8

На начало 2020 г. в Киргизской Республике действовало 2283 школы с общей численностью учащихся 1311478 человек. Охват населения Киргизской Республики образованием населения в возрасте 7-24 лет составляет 78,9%.

Анализ удельного веса дневных общеобразовательных организаций с одним русским языком обучения за прошедшие пять лет показал, что количество школ с русским языком обучения составляет 12,3%; но количество учащихся только с русским языком составляет 21,9%. В среднем количество учащихся, выбирающих классы с русским языком обучения, растет на 5 тысяч человек ежегодно.

В образовательных организациях среднего и высшего профессионального образования выбор языка обучения зависит от направления, профиля, специальности. В образовательных организациях среднего профессионального образования с естественным, техническим, информационно-технологическим направлениями обучающиеся предпочитают группы на русском языке обучения. В высших учебных заведениях с преобладанием естественных, технических, юридических, медицинских, информационно-технологических направлений студенты также предпочитают группы на русском языке обучения.

Таблица 2. Основные показатели образования на русском языке в Киргизской Республике и их динамика за 2013 – 2019 годы*

Показатели	2013 / 2014	2014 / 2015	2015 / 2016	2016 / 2017	2017 / 2018	2018 / 2019	2019 / 2020
Дневные общеобразовательные организации в Киргизской Республике **							
Дневные общеобразовательные организации с одним языком обучения, единиц	1714	1698	1692	1685	1689
в том числе:							
русским языком	203	203	198	216	226

Численность учащихся в дневных общеобразовательных организациях с одним языком обучения, человек	641472	629406	643662	680399	696338
в том числе:							
русским языком	133784	132643	138471	152964	162698
Число дневных общеобразовательных организаций с двумя и более языками обучения, единиц	493	507	525	551	573
в том числе:							
киргизско-русским языком	346	360	369	397	409
узбекско-русским языком	46	49	52	48	54
киргизско-узбекско-русским языком	35	38	43	50	51
русско-узбекско-таджикским языком	4	4	3	3	3
киргизско- русско-узбекско-таджикским языком	-	-	-	1	1
Образовательные организации среднего профессионального образования в Киргизской Республике **							
Численность обучающихся в образовательных организациях среднего профессионального образования, человек	91623	92550	89605	90585	91877
из них обучаются на:							
русском языке	48523	49811	47993	48739	48573
Образовательные организации высшего профессионального образования в Киргизской Республике**							
Численность студентов в образовательных организациях высшего профессионального образования, человек	223241	214410	199505	175430	162406
из них обучаются на:							
русском языке	162293	145070	133263	120955	108403

Численность студентов из стран СНГ**							
Численность студентов из стран СНГ, человек	8195	8466	8908	8194	7653
из них из:							
Российской Федерации	1225	1377	1186	910	1535

Анализ удельного веса дневных общеобразовательных организаций с несколькими языками обучения, одним из которых является русский, за прошедшие пять лет показал, что таких школ, где одним из языков обучения выступает русский язык, 89,4% от общего числа всех школ с двумя и более языками обучения. При этом средний удельный вес дневных общеобразовательных организаций с киргизским и русским языками обучения составил за прошедшие годы 71,0%.

Удельный вес учащихся в школах с несколькими языками обучения, одним из которых является русский, за прошедшие пять лет составил 92,6% от общей численности учащихся в школах с двумя и более языками обучения.

При этом средний удельный вес учащихся с киргизским и русским языками обучения в дневных общеобразовательных организациях с двумя и более языками обучения составил за прошедшие годы 72,7%.

Удельный вес обучающихся на русском языке в образовательных организациях среднего профессионального образования (СПО) составил за анализируемый период 53,4% от общей численности обучающихся в организациях СПО.

Удельный вес студентов, обучающихся на русском языке, в общей численности студентов в образовательных организациях высшего профессионального образования (ВПО) составил 68,6%.

Кроме того, удельный вес студентов из Российской Федерации, обучающихся на русском языке, в общей численности студентов в образовательных организациях высшего профессионального образования (ВПО) составил 15,2%.

Таким образом, в Киргизской Республике необходимо гармонизировать отношения между русским и киргизским языками. Это станет перспективным направлением к языковой политике. Для более результативного внедрения русского языка в образование необходимо реализовывать крупномасштабные проекты, в том числе и через строительство школ с русским языком обучения в регионах.

Проекты, которые должны быть реализованы с определенной периодичностью и с полноценной оценкой результатов их реализации, будут постоянно способствовать продвижению и укреплению русского языка и образования на русском языке.

Список литературы

Закон Киргизской Республики «Об образовании» от 30 апреля 2003 года № 92, в последней редакции от 14 августа 2020 года № 128, URL: www.cbd.minjust.gov.kg

Государственный образовательный стандарт школьного общего образования Киргизской Республики, утверждённый Постановлением Правительства Киргизской Республики от 21 июля 2014 года № 403, в редакции Постановлений Правительства Киргизской Республики от 15 ноября 2016 года № 590, от 18 августа 2017 года № 496, от 30 августа 2017 года № 544, от 7 декабря 2018 года № 573, URL: www.edu.gov.kg

Предметный стандарт по предмету «Русский язык» для 5 – 11 классов общеобразовательных организаций Киргизской Республики, утверждённый Постановлением Министерства образования и науки Киргизской Республики от 8 сентября 2015 года № 1153/1, URL: www.edu.gov.kg

Социально-экономическое положение Киргизской Республики, URL: www.stat.kg

Анализ тенденций и проблемы экономического развития регионов Киргизской Республики на современном этапе, URL: <http://www.stat.kg/>

Образование и наука в Киргизской Республике, URL: <http://www.stat.kg/>

References

Zakon Kyrgyzskoj Respubliki «Ob obrazovanii» ot 30 aprelya 2003 goda № 92, v poslednej redakcii ot 14 avgusta 2020 goda № 128 [Law of the Kyrgyz Republic "On Education" of April 30, 2003 No. 92, in the latest version of August 14, 2020 No. 128], Retrieved from www.cbd.minjust.gov.kg

Gosudarstvennyj obrazovatel'nyj standart shkol'nogo obshchego obrazovaniya Kyrgyzskoj Respubliki, utverzhdyonnyj Postanovleniem Pravitel'stva Kyrgyzskoj Respubliki ot 21 iyulya 2014 goda № 403, v redakcii Postanovlenij Pravitel'stva Kyrgyzskoj Respubliki ot 15 noyabrya 2016 goda № 590, ot 18 avgusta 2017 goda № 496, ot 30 avgusta 2017 goda № 544, ot 7 dekabrya 2018 goda № 573 [The state educational standard of school general education of the Kyrgyz Republic, approved by Decree of the Government of the Kyrgyz Republic of July 21, 2014 No. 403, as amended by Resolutions of the Government of the Kyrgyz Republic of November 15, 2016 No. 590, dated August 18, 2017 No. 496, dated August 30, 2017 No. 544, dated December 7, 2018 No. 573], Retrieved from www.edu.gov.kg

Predmetnyj standart po predmetu «Russkij yazyk» dlya 5 – 11 klassov obshcheobrazovatel'nyh organizacij Kyrgyzskoj Respubliki, utverzhdyonnyj Postanovleniem Ministerstva obrazovaniya i nauki Kyrgyzskoj Respubliki ot 8 sentyabrya 2015 goda № 1153/1 [Subject standard in the subject "Russian language" for 5-11 classes of general education organizations of the Kyrgyz Republic, approved by Decree of the Ministry of Education and Science of the

- Kyrgyz Republic of September 8, 2015 No. 1153/1], Retrieved from www.edu.gov.kg
- Social'no-ekonomicheskoe polozhenie Kyrgyzskoj Respubliki [Socio-economic situation of the Kyrgyz Republic], Retrieved from www.stat.kg
- Analiz tendencij i problemy ekonomicheskogo razvitiya regionov Kyrgyzskoj Respubliki na sovremennom etape [Analysis of trends and problems of economic development of regions of the Kyrgyz Republic at the present stage], Retrieved from <http://www.stat.kg/>
- Obrazovanie i nauka v Kyrgyzskoj Respublike [Education and Science in the Kyrgyz Republic], Retrieved from <http://www.stat.kg/>

УДК: 378

**Скоробренко И.А., Бароненко Е.А., Райсвих Ю.А.
Формирование межкультурной текстовой компетенции
будущих учителей иностранного языка
на основе работы с фабульными текстами[©]**

*Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет,
Россия, Челябинск, kaktus0096@mail.ru, baronele@yandex.ru, tolljulia@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена проблеме формирования межкультурной текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка посредством работы с фабульными текстами. Делается акцент на важности использования преподавателями высшей школы аутентичных материалов в процессе формирования межкультурной текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка. Приводится пример системы упражнений, предполагающих работу с фабульными текстами в контексте формирования межкультурной текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка.

Ключевые слова: межкультурная текстовая компетенция; фабульный текст; аутентичные материалы; текстовые образцы; профессиональная подготовка учителей.

**Skorobrenko I.A., Baronenko E.A., Reiswich Yu.A.
Formation of future foreign language teachers' intercultural textual
competence based on work with fable texts[©]**

*South Ural State Humanitarian Pedagogical University,
Chelyabinsk, Russia, kaktus0096@mail.ru, baronele@yandex.ru, tolljulia@mail.ru*

Abstract. The article is devoted to the problem of future foreign language teachers' intercultural textual competence's formation by working with fable texts. The emphasis is put on importance of using authentic materials by teachers of higher education in the process of future foreign language teachers' intercultural textual competence's formation. An example of exercises system involving work with fable texts in the context of future foreign language teachers' intercultural textual competence's formation is given.

Keywords: intercultural textual competence, fable text, authentic materials, text samples, teachers' professional training.

[©] Скоробренко И.А., Бароненко Е.А., Райсвих Ю.А., 2021

[©] Skorobrenko I.A., Baronenko E.A., Reiswich Yu.A., 2021

Текстовая компетенция

На протяжении последних лет очевидным стал факт, что владение иностранными языками является не роскошью, а объективной необходимостью. Это обусловлено набирающими обороты процессами глобализации, усиливающимися международными контактами, необходимостью вхождения современного человека в систему межкультурных взаимодействий на микро- и макроуровне.

Основным носителем информации сегодня является текст, с которым большинство людей сталкивается в своей повседневной жизни и деятельности, следовательно, особую важность приобретает формирование способности и готовности человека к обработке текста как носителя информации, а также к ее критическому анализу. А.В. Свиридова отмечает, что текстовая компетенция «подразумевает наличие знаний о типах речи, грамматике текста, его структуре, стилевой структуре языка, о жанрах, законах формирования текста» [Свиридова 2012, с. 174]. В связи с этим она предлагает рассматривать текстовую компетенцию как результат межпредметной интеграции, являющейся базой развития коммуникативно-креативных умений обучающихся. Л.С. Васюкович понимает под текстовой компетенцией «совокупность лингвистических и речевых знаний, умений, положительного опыта текстовой деятельности, необходимых и достаточных для восприятия, интерпретации и создания текстов, обеспечивающих готовность, способность личности к сознательному речевому взаимодействию» [Васюкович 2015, с. 185]. Вслед за упомянутыми определениями под текстовой компетенцией мы понимаем способность обучающихся как читать и понимать, так и подобающим образом продуцировать, создавать тексты. Текстовая компетенция включает в себя первоначально базовую способность чтения и письма и в то же время знания о различных типах и образцах текста, умение анализировать текст, определять его структуру и уметь воспроизводить и создавать свои тексты.

Мы считаем, что в процессе обучения иностранным языкам следует формировать у обучающихся межкультурную текстовую компетенцию, характеристика которой «осуществляется опосредованно – через систему языковых и коммуникативных компетенций, что обуславливается многоаспектной природой текста и подходов его определения» [Несмеянов, Шадеко 2019, с. 108]. В своих более ранних работах мы неоднократно отмечали, что

«формирование межкультурной текстовой компетенции и предъявление обучающимся текстовых образцов является значимой составной частью процесса обучения иностранному языку» [Бароненко, Райсвих, Скоробренко 2019, с. 50], владеющий межкультурной текстовой компетенцией на высоком уровне, способен эффективно подготовить своих учеников к взаимодействию с иноязычной текстовой информацией. В связи с этим актуальной нам представляется профессиональная подготовка будущих учителей иностранного языка на основе работы с фабульными текстами, которая может быть эффективно проведена в рамках таких дисциплин, как «Практика устной и письменной речи на иностранном языке», «Практикум по домашнему чтению» на первом курсе по направлению подготовки «Педагогическое образование. Немецкий язык. Английский язык».

Фабула

По определению Т.В. Матвеевой, фабула есть фактическая сторона повествования, то есть события, факты, случаи, действия, состояния в их последовательности, которые komponуются и оформляются автором в процессе творческой деятельности в сюжет на основе закономерностей, устанавливаемых автором [Матвеева, 2010]. Отечественные и зарубежные специалисты в области педагогической психологии справедливо подчеркивают, что чтение фабульных текстов с интересным, захватывающим сюжетом является оптимальной мотивацией к обучению при изучении иностранного языка. Такие тексты формируют у студентов адекватное отношение к явлениям окружающей жизни, являются средством активизации важных познавательных процессов – внимания, мышления, памяти. Обоснование для такой точки зрения можно найти в работах Л.С. Выготского, И.А. Зимней, Ж. Пиаже и др.

Чтение фабульных текстов способствует лучшему освоению обучающимися иноязычного речевого материала, способствует углублению и расширению их знаний в области изучаемого языка, развитию логики, познавательного интереса к изучаемому иностранному языку, его истории и культуре. При этом именно познавательный интерес «определяет поисковый, творческий характер любого вида деятельности» [Скоробренко, Быстрай 2020, с. 54]. Информация, полученная обучающимися из фабульных текстов, как правило, стимулирует самостоятельность и развивает нестандартность мышления, побуждает студентов к активной речевой

деятельности, в которой отображаются личные взгляды, точки зрения, интересы, специфика аргументации.

Требования к фабульным текстам

На наш взгляд, основными требованиями к фабульным текстам для использования их в процессе формирования текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка должны стать их аутентичность и высокая информативность. Процесс обучения живому, естественному иностранному языку, максимально приближенный к условиям иноязычной коммуникативной среды, представляется нам возможным лишь при условии использования материалов, которые коннотируются с образом жизни и менталитетом носителей изучаемого языка и составлены в соответствии с социокультурными особенностями страны изучаемого языка и ее речевыми нормами. Мы разделяем точку зрения Е.А. Василенко, В.И. Долговой и А.С. Бароненко о том, что «люди испытывают наибольшую трудность в понимании менталитета других народов, особенностей их мышления, восприятия жизни, усвоении поведенческих паттернов, свойственных другой культуре» [Василенко, Долгова, Бароненко 2017, с. 113], из которой следует, что отсутствие сформированной межкультурной текстовой компетенции у обучающихся может привести к межкультурным разногласиям. По этой причине формирование межкультурной текстовой компетенции и предъявление обучающимся текстовых образцов является значимой составной частью процесса обучения иностранному языку в вузе. Мы считаем, что благодаря привлечению к образовательному процессу высшей школы подобных учебных материалов обучение всем видам речевой деятельности будет протекать наиболее эффективно, имитируя погружение обучающихся в естественную языковую среду, которую мы называем квазимежкультурной.

Обращение к аутентичным материалам в процессе обучения иностранному языку и в вузе, и в школе в значительной степени способствует повышению познавательного интереса обучающихся к занятиям. Кроме того, использование аутентичных материалов преподавателями характеризуется высокой степенью их функциональности, под которой понимается ориентация их на реальное использование, что создает ощущение у обучающихся приобщения к языковой среде, что, в свою очередь, является залогом более успешного протекания процесса формирования межкультурной текстовой компетенции студентов факультета иностранных языков. Именно аутентичные материалы, как ни одни другие учебные

материалы, представляют собой оптимальное средство формирования межкультурной текстовой компетенции в процессе обучения иностранному языку в высшей школе и делают этот процесс более качественным и продуктивным, поскольку характеризуются «аутентичностью фонетического, лексического и грамматического наполнения, культурологической, информационной, ситуативной и реактивной естественностью, адекватностью используемых языковых средств» [Быстрой, Белова, Власенко, Заседателева, Шкитина 2019, с. 247].

Таким образом, реализация процесса формирования межкультурной текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка на основе работы с фабульными текстами будет протекать более эффективно с опорой на аутентичный текстовый материал, который может быть взят из источников, не предназначенных первоначально для учебных целей. Однако, заметим, что такого рода тексты сложны для восприятия студентами-первокурсниками и не всегда могут соответствовать условиям обучения и поставленным педагогическим задачам. Поэтому именно тексты, обработанные преподавателем в учебных целях и максимально приближенные к естественным образцам, мы считаем аутентичными в контексте нашей работы. Такие тексты появляются в среде иноязычного взаимодействия и соответствуют нормативным основам естественной коммуникации, ее целям и задачам, лингводидактическим требованиям к содержанию и подаче текстового материала, а также интеллектуальному и языковому уровню студентов.

Информативная аутентичность учебного текста предполагает содержание в любом естественном тексте новой информации, способной пробудить у обучающегося интерес к ней, поэтому содержательную часть фабульных текстов необходимо обрабатывать и незначительно адаптировать с учётом интересов обучающихся и оценивать информацию с позиций практической значимости, понятности и доступности для них. Здесь следует акцентировать, что текст считается информативно аутентичным, если он может вызвать высокую заинтересованность у студента. Сейчас информативная сторона лингводидактической аутентичности является одной из определяющих при отборе учебного материала. Следовательно, вниманию обучающихся должны быть представлены тексты, содержащие актуальную для них информацию: жизнь зарубежных студентов, традиции и обычаи страны изучаемого языка,

исторические факты. Ситуативная же аутентичность подразумевает естественность ситуации, которая предлагается как учебная иллюстрация. Таким образом, аутентичный фабульный текст представляет собой не только понятие, имеющее в своей основе оригинальность, подлинность, но и учёт целого ряда характеристик, позволяющих такому тексту способствовать решению целого комплекса важных лингводидактических задач.

Практическое применение фабульных текстов в аудитории

В качестве примера, иллюстрирующего нашу практическую работу со студентами-первокурсниками факультета иностранных языков Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, направленную на формирование у них межкультурной текстовой компетенции на основе работы с фабульными текстами, приведем систему упражнений к фабульному тексту «Der alte Großvater und der Enkel» («Старый дед и внучек») на немецком языке. Отметим, что в конструировании системы упражнений к фабульным текстам мы опираемся на технологию проблемного обучения, поскольку она способствует более детальной проработке материала, что позволяет обучающимся более эффективно справиться с решением коммуникативной задачи, а также в значительной степени снимает их трудности в определении проблематики и подборе аргументов для конкретизации собственной точки зрения.

Работу с фабульными текстами мы предлагаем организовывать в три этапа. На предтекстовом этапе проводится подготовка к чтению, предполагающая снятие языковых трудностей, ознакомление с темой текста, а также знакомство с социокультурными понятиями и реалиями, упоминаемыми в тексте. Важным условием успешности в организации дальнейшей работы обучающихся с текстом мы считаем создание психологически комфортной и безопасной атмосферы в аудитории, а потому на предтекстовом этапе преподавателю следует заинтересовать студентов, вовлечь их в активный творческий процесс работы с текстом, тем самым обеспечивая положительную мотивацию обучающихся. Приёмы оперирования с материалом текста и соответствующие упражнения на предтекстовом этапе предназначены для дифференциации лексических единиц, речевых формул и фразеологических оборотов, их узнавания в тексте, овладения различными структурными материалами (например, словообразовательными элементами, видовременными формами

глагола), а также языковой догадкой для формирования умений и навыков лингвистического прогнозирования у студентов.

На данном этапе работы с фабульным текстом перед студентом должна быть поставлена такая задача, при поиске решения которой он опирается на уже имеющиеся знания, опыт и мышление. Благодаря упражнениям, разработанным нами, студенты нацелены на самостоятельный активный поиск решения поставленной проблемы, заключающейся в необходимости определения общей проблематики исследуемого текста, определения его тематического поля.

Приведем примеры упражнений к немецкоязычному тексту „Der alte Großvater und der Enkel“ («Старый дед и внучек»). Упражнение 1. „Was fällt dir zu dem Titel „Der alte Großvater und der Enkel“? ein. Erarbeiten Sie bitte ein Assoziogramm zu dem Titel. (Какие мысли вызывает у Вас заголовок «Старый дед и внучек»? Составьте, пожалуйста, ассоциогамму к заголовку.

Упражнение 2. Lesen Sie folgende Auszüge und vermuten Sie, worum es im Text gehen kann. Welche Problematik kann der Text haben? (Прочтите следующие отрывки и сделайте предположения, о чем может идти речь в тексте. Какую проблематику может иметь текст?) Ich ging eine Straße entlang. Alle Menschen liefen schnell in die gleiche Richtung (Я шел по улице. Все люди быстро бежали в том же направлении). Er lächelte mich an und sagte: „Komm setz dich auf die Bank und hör mir zu“. Ich wollte schon sagen; 'keine Zeit', doch ich setzte mich (Он улыбнулся мне и сказал: «Пойдем, садись на лавку и слушай меня». Я хотел было уже сказать: «Нет времени», тем не менее, я присел). Er sprach von Liebe, Freundlichkeit. Auch von Güte, Geduld (Он говорил о любви, дружелюбии. Также о доброте, терпении). Ich stand auf um meinen Weg auf der Strasse des Lebens weiterzugehen. Aber ich gehe jetzt mit ruhigem Schritt (Я встал, чтобы продолжить свой путь по дороге жизни. Но сейчас я иду ровным шагом).

Упражнение 3. Lesen Sie die Wörter. Was verbindet diese Wörter? Was bedeuten diese Wörter für Sie? (Прочтите слова. Что объединяет эти слова? Что означают эти слова для Вас?) Eltern (родители), Kinder (дети), Waise – ein Kind, das keine Eltern hat (сирота – ребенок, у которого нет родителей), Mutter (мама), allein (один), einsam (одинокий), Glück (счастье).

На текстовом этапе в заданиях мы акцентируем коммуникативные установки, в которых содержатся указания на вид чтения (изучающее, ознакомительное, просмотровое, поисковое), скорость и необходимость решения определенных познавательных

коммуникативных задач в процессе изучения текстовой информации и ее критического анализа с опорой на те или иные фрагменты аутентичного текста. Мы предлагаем выполнение задания, направленного на более глубокое понимание текста, его проблематики, формулирование отношения к сюжету и поднимаемым проблемам в тексте. Приведем примеры целевых установок. *Wie kann man den Text „Der alte Großvater und der Enkel“ in Abschnitte teilen und sie benennen? Lesen Sie den Text und ordnen Sie zu* (Как можно разделить текст «Старый дед и внучек» на разделы и как можно их озаглавить? Прочтите текст и упорядочите). *„Das Verhältnis zu dem alten Mann in der Familie“* («Отношение к пожилому мужчине в семье»), *„Der Schreck der Eltern“* («Ужас родителей»), *„Ein steinalter Mann“* («Древний старик»).

Послетекстовый этап направлен на формирование иной интерпретации текста. Студентам предлагается продумать альтернативный ход событий, представленных в фабульных текстах при помощи наводящих вопросов или посредством примерения обучающимися образов-оппонентов из текстов на себя: *Stellen Sie sich folgende Situationen vor* (Представьте себе следующие ситуации). *Sie sind die Frau oder der Mann aus dieser Familie. Wie ist Ihr Verhalten zum alten Mann? Warum sorgen Sie für ihn nicht gern?* (Вы муж или жена из этой семьи. Каково Ваше отношение к пожилому мужчине? Почему Вы не охотно заботитесь о нем?). *Sie sind Sie. Wie ist Ihr Verhalten zum alten Mann? Wie ist Ihr Verhalten zu Ihren Eltern?* (Вы – это Вы. Каково Ваше отношение к пожилому мужчине? Каково Ваше отношение к Вашим родителям?).

Качественно отобранный материал имеет высокий уровень информативности и, следовательно, способствует достижению образовательных целей обучения иностранному языку в целом и формирования межкультурной текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка на основе работы с фабульными текстами. Кроме того, аутентичные тексты различных жанров предоставляют речевую опору, модель для подражания, базис для создания собственных речевых высказываний. Фабульный текст содержит сюжет, на основании которого преподаватель может поставить ряд задач перед обучающимися, разработать учебные задания с элементами проблемности, которые содействуют формированию творческого и исследовательского стиля мышления, а также воспитывают ответственную личность, ориентированную на самостоятельную индивидуальную работу.

Выводы

Работа с фабульными текстами на занятиях по иностранному языку в вузе в процессе профессиональной подготовки будущих учителей иностранного языка способствует лучшему освоению языкового и речевого материала обучающимися, расширяет их знания в области изучаемого языка, развивает логику, познавательный интерес. Информация, полученная из фабульных текстов, стимулирует самостоятельность мышления, побуждает к инициативной речи, в которой отображаются субъективные взгляды обучающихся, их интересы и жизненная позиция. Следовательно, использование фабульных текстов в процессе формирования межкультурной текстовой компетенции будущих учителей иностранного языка обладает высоким лингводидактическим потенциалом.

Список литературы

- Бароненко Е. А., Райсвих Ю. А., Скоробренко И. А.* Формирование межкультурной текстовой компетенции в процессе обучения иностранным языкам в высшей школе // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2019. № 7. С. 43–64.
- Быстрой Е. Б., Скоробренко И. А.* Организационно-педагогические условия успешного развития познавательного интереса будущих учителей к изучению иностранного языка в лингвополикультурном пространстве // Современные проблемы филологии и методики преподавания языков: вопросы теории и практики: Сборник научных трудов / Под ред. Е. М. Шастиной, В. М. Панфиловой. Елабуга, 2020. С. 52–56.
- Быстрой Е. Б., Белова Л. А., Власенко О. Н., Заседателева М. Г., Шкитина Н. С.* Формирование аудитивной компетенции студентов, изучающих иностранный язык, посредством аутентичных материалов // Перспективы науки и образования. 2019. № 5 (41). С. 243–261.
- Василенко Е. А., Долгова В. И., Бароненко А. С.* Структура психологической готовности к межкультурной коммуникации у студентов педагогического вуза с профильной подготовкой по иностранному языку // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2017. № 10. С. 109–115.
- Васюкович Л. С.* Текстовая компетенция в контексте современного лингвистического образования // Преподаватель XXI век. 2015. № 1-1. С. 185–193.
- Матвеева Т. В.* Полный словарь лингвистических терминов. Москва: Феникс, 2010. 562с.
- Несмеянов А. В., Шадеко В. П.* Опыт аспектного моделирования текстовой компетенции (на примере текстовой компетенции письменной речевой деятельности) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. № 2. С. 107–111.

Свиридова А. В. Текстовая компетенция – основная цель обучения русскому языку (к проблеме воплощения в учебный процесс новых ФГОС) // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2012. № 1. С. 173–178.

References

- Baronenko, E.A., Rajsvih, YU.A., Skorobrenko, I.A. (2019). *Formirovanie mezhkul'turnoj tekstovoj kompetencii v processe obucheniya inostrannym yazykam v vysshej shkole* [Formation of intercultural text competence in the process of teaching foreign languages at higher school]. Vestnik YUzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta, 7, 43-64.
- Bystraj, E.B., Skorobrenko, I.A. (2020). *Organizacionno-pedagogicheskie usloviya uspehnogo razvitiya poznavatel'nogo interesa budushchih uchitelej k izucheniyu inostrannogo yazyka v lingvopolikul'turnom prostranstve* [Organizational and pedagogical conditions for the successful development of the cognitive interest of future teachers in the study of a foreign language in the linguistic and cultural space]. *Sovremennye problemy filologii i metodiki prepodavaniya yazykov: voprosy teorii i praktiki: Sbornik nauchnyh trudov*. SHastina, E.M., Panfilova, V.M. (Eds.), Elabuga, 52-56.
- Bystraj, E.B., Belova, L.A., Vlasenko, O.N., Zasedateleva, M.G., SHkitina, N.S. (2019). *Formirovanie auditivnoj kompetencii studentov, izuchayushchih inostrannyj yazyk, posredstvom autentichnyh materialov* [Formation of the auditory competence of students studying a foreign language through authentic materials]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya*, 5 (41), 243-261.
- Vasilenko, E.A., Dolgova, V.I., Baronenko, A.S. (2017). *Struktura psihologicheskoy gotovnosti k mezhkul'turnoj kommunikacii u studentov pedagogicheskogo vuza s profil'noj podgotovkoj po inostrannomu yazyku* [Structure of psychological readiness for intercultural communication among students of a pedagogical university with specialized training in a foreign language]. Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta, 10, 109-115.
- Vasyukovich, L.S. (2015). *Tekstovaya kompetenciya v kontekste sovremennogo lingvisticheskogo obrazovaniya* [Text competence in the context of modern linguistic education]. *Prepodavatel' XXI vek*, № 1-1, 185-193.
- Matveeva, T.V. (2010). *Polnyj slovar' lingvisticheskikh terminov* [A complete dictionary of linguistic terms]. Moscow: Feniks.
- Nesmeyanov, A.V., SHadeko, V.P. (2019). *Opyt aspektnogo modelirovaniya tekstovoj kompetencii (na primere tekstovoj kompetencii pis'mennoj rechevoj deyatel'nosti)* [Experience of aspect modeling of text competence (on the example of text competence of written speech activity)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, T. 12, № 2, 107-111.
- Sviridova, A.V. (2012). *Tekstovaya kompetenciya – osnovnaya cel' obucheniya russkomu yazyku (k probleme voploshcheniya v uchebnyj process novyh FGOS)* [Text competence is the main goal of teaching the Russian language (to the problem of translating new GEF into the educational process)]. Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta, 1, 173-178.

Чеботарева О.А.
Риторика для языкового преподавания
в средней школе и вузе[©]

*МЭИ Национальный исследовательский университет,
Россия, Москва, cb.author@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматривается значение риторики для образовательного процесса, в особенности для овладения гуманитарными дисциплинами. Пример изучения этой дисциплины в периоды Античности, эпохи Возрождения и Просвещения, а также обзор аспектов, включаемых в изучение риторики, позволяет сделать вывод о важности этой дисциплины. Прослеживается эволюция этой дисциплины на протяжении веков, происхождение позитивных и негативных коннотаций термина «риторика».

Ключевые слова: навыки коммуникации; ораторское искусство; тропы; фигуры речи; софисты.

Chebotareva O.A.
Rhetoric for language teaching at school and university[©]

*MPEI National Research University of Energetics,
Russia, Moscow cb.author@mail.ru*

Abstract. In this article will be examined the significance of rhetoric in the educational process particularly in the disciplines of the Humanities. The examples of learning the art of rhetoric in the epochs of Antiquity, the Renaissance and the Enlightenment and the overview of aspects included in the study of Rhetoric allow us to acknowledge its prime importance in language acquisition. The negative and positive connotations of the word 'rhetoric' are also explored. The article argues that the Art of Rhetoric can enrich the process of language acquisition.

Keywords: communication skills; the Art of Rhetoric; tropes; figures of speech; the Sophists.

Введение

Одна из больших проблем, с которой сталкиваются учителя и преподаватели иностранных языков вузов и средних учебных заведений, – это отсутствие мотивации и интереса у студентов. Если удастся создать это, то освоение материала становится значительно

© Чеботарева О.А., 2021

© Chebotareva O.A., 2021

более эффективным. Освоение языка – это процесс многогранный, включающий в себя множество аспектов: понимание речи на слух, говорение, письменные навыки, способность воспринимать прочитанный текст по разным темам и другие. Все эти аспекты включает риторика, которая была одной из основных для обучения не только во времена Античности и Средневековья, но и в период Возрождения. Её преподавали в «Грамматических школах» «Grammar Schools» в 16-17 вв. Задача статьи состоит в том, чтобы раскрыть сущность и предполагаемое значение риторики для преподавания языков и навыков коммуникации в школе и вузе.

Определение понятия риторики

Общеизвестно, что риторика изучает закономерности порождения, передачи и восприятия хорошей речи и качественного текста [Большой толковый..., 1998]. В момент своего возникновения в древности риторика понималась как искусство красиво говорить на публике, как искусство оратора, и одной из её задач было убедить слушателей во время публичного выступления. Традиционная риторика как «наука о хорошей речи» противопоставлена грамматике – «науке о правильной речи», поэтике и герменевтике.

В эпоху Средневековья искусство риторики понималось как *ars orandi* – искусство украшения речи. Традиционно фигуры речи делились на *фигуры слова* и *фигуры мысли*. Разница между ними проявляется, например, в том, что замена слова на близкое по значению разрушает фигуры слова, но не фигуры мысли. Фигуры мысли легко поддаются переводу на другой язык, в отличие от фигур слова. В некоторых случаях отнесение фигуры к одному или другому виду не очевидно (например, в случае антитезы).

В XVI в. главной задачей риторики считалось не украшение речи, а искусство удачно сочетать слова – *ars bene loquendi*. Риторика, тем не менее, в грамматических школах XVI в. владение риторикой подразумевало и умение с выражением читать стихи, и произнести речь, и рассказать историю.

Обучение риторике включалось в школьную программу начиная с XI в. [Watson, 1971, с. 32]. Очень важно было умение правильно подбирать веские аргументы в споре. Ученики грамматических школ учились произносить свои речи отчетливо, свободно и естественно. Риторика включала в себя и способность рассказать историю.

В более позднее время понимание риторики изменилось. То, что раньше называлось «владением риторикой», сейчас нередко включается в писательский талант.

Отрицательный смысл риторики

У слова *rhetoric* в современном английском языке коннотация, скорее, отрицательная: *'It's just rhetoric'*, *'It is empty rhetoric'*, *'Action is louder than words'*. С легкой руки современных политиков, адвокатов и журналистов авторитет риторики сильно упал.

Здесь мы соприкасаемся с моральным аспектом риторики, который не обходили вниманием еще со времен античности. В «Риторике» Аристотеля во II й книге говорится, что причины, возбуждающие доверие к говорящему, – это разум, добродетель и благорасположение. В «Диалогах» Платона также отмечается важность морального аспекта риторики. Для Платона и еще одного наследника софистической системы Сократа истина и красноречие были неразрывны [Гаспаров, 1972, с. 12]

Можно также упомянуть имена величайших философов и богословов раннего Средневековья, таких как Иоанн Златоуст и Григорий Богослов, для которых духовная, морально-этическая составляющая имела первостепенное значение для риторики.

А.А. Волков, ссылаясь на Аристотеля в характеристике предмета риторики, подчеркивает: «Задача риторики, по замыслу Аристотеля, состояла в том, чтобы нравственные принципы, на которых должна основываться общественная жизнь, стали более убедительными, чем эгоистические и материально-практические соображения» [Волков, 2001, с. 5].

Таким образом, риторика всегда являлась важнейшим предметом, который необходимо было освоить не только для эффективного владения языком, но и для достижения своих целей и манипуляции общественным мнением. Представляется, что риторические принципы необходимо включать в изучение иностранных языков.

Список литературы

- Большой толковый словарь русского языка* / Под ред. С. А. Кузнецова. Спб.: Норинт, 1998, 1534 с.
- Волков А. А. Курс русской риторики. М.: Издательство храма св. муч. Татианы, 2001. 480 с.
- Гаспаров М. Л. Цицерон и античная риторика. М.: Издательство «Наука», 1972. 472 с.
- Watson F. Beginning of Teaching of Modern Subjects in England. London: Ep Publications, 1971. 612 p.

References

- Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka* [Large interpretive dictionary of the Russian language] (1998).Kuznecov, S.A. (Ed.). St. Petersburg: Norint.

- Volkov, A.A. (2001). *Kurs russkoj ritoriki* [Course of Russian rhetoric]. Moscow: Izdatel'stvo hrana sv. much. Tatiany.
- Gasparov, M.L. (1972). *Ciceron i antichnaya ritorika* [Cicero and ancient rhetoric]. Moscow: Izdatel'stvo «Nauka».
- Watson, F. (1971). *Beginning of Teaching of Modern Subjects in England*. London: Ep Publications.