



**ВЕСТНИК РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
ДРУЖБЫ НАРОДОВ.
СЕРИЯ: ТЕОРИЯ ЯЗЫКА.
СЕМИОТИКА. СЕМАНТИКА**

2021 Том 12 № 4

**DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4
<http://journals.rudn.ru/semiotics-semantic>**

**Научный журнал
Издается с 2010 г.**

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-61215 от 30.03.2015 г.

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Главный редактор

Денисенко Владимир Никифорович,
доктор филологических наук,
профессор, РУДН,
Москва, Российская Федерация
E-mail: denisenko-vn@rudn.ru

Заместитель главного редактора

Новоспасская Наталья Викторовна,
кандидат филологических наук, РУДН,
Москва, Российская Федерация
E-mail: novospasskaya-nv@rudn.ru

Ответственный секретарь

Лазарева Олеся Викторовна,
кандидат филологических
наук, РУДН, Москва,
Российская Федерация
E-mail: lazareva-ov@rudn.ru

Члены редакционной коллегии

Беднарова-Гибова Клаудиа, доктор филологических наук, доцент, Институт британских и американских исследований Университета г. Прешов, Словакия

Болдырев Николай Николаевич, Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Тамбов, Российская Федерация

Владимирова Татьяна Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор, Институт русского языка и культуры МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация

Джуусунов Маханбет, доктор филологических наук, профессор, заслуженный профессор, Узбекский государственный университет мировых языков, Ташкент, Республика Узбекистан

Карасик Владимир Ильич, Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина, Москва, Российская Федерация

Красина Елена Александровна, доктор филологических наук, профессор, Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

Маслова Валентина Авраамовна, доктор филологических наук, профессор, Витебский государственный университет им. П.М. Машерова, Витебск, Беларусь

Монфорте Дюпре Роберто, доктор филологических наук, доцент, Университет Страны Басков, Витория-Гастейс, Испания

Новикова Марина Львовна, доктор филологических наук, профессор, Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

Петров Александр Владимирович, доктор философских наук, профессор, Таврическая академия Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

Синякин Владимир Павлович, доктор филологических наук, доцент, Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

Талавера-Ибарра Педро Леонардо, доктор философии, профессор, Южный университет Штата Миссури, Джоплин, Миссури, США

Темригазина Зифа Какбаевна, доктор филологических наук, профессор, Павлодарский государственный педагогический институт, Павлодар, Республика Казахстан

**Вестник Российского университета дружбы народов.
Серия: ТЕОРИЯ ЯЗЫКА. СЕМИОТИКА. СЕМАНТИКА**

ISSN 2411-1236 (online); 2313-2299 (print)

4 выпуска в год (ежеквартально)

<http://journals.rudn.ru/semiotics-semantics>

Языки: русский, английский.

Включен в каталог периодических изданий (Ulrich's Periodicals Directory:

<http://www.ulrichsweb.com>).

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Scopus, Electronic Journals Library CyberLeninka, EBSCOhost, DOAJ.

Цели и тематика

Журнал «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика» издается с 2010 г. и является периодическим рецензируемым научным изданием, входит в список журналов ВАК РФ. Журнал является международным и по составу редакционной коллегии, и по тематике и авторам публикаций.

Журнал углубляет и разрабатывает вопросы общей и частной теории языка; теорию речевой деятельности и речи; семиотические характеристики знаковых систем, единиц языка разных уровней и текста; семиотику и поэтику художественных текстов; функциональную семантику лексических и грамматических единиц; предлагает вниманию комплексное и сопоставительное исследование типологии категорий и единиц языка.

Журнал публикует статьи, доклады, рецензии и научную хронику исследований ведущих ученых различных областей гуманитарной сферы, а также материалы молодых ученых — докторантов, аспирантов и магистров. Материалы публикуются на русском и английском языках.

Правила оформления статей и другая информация о журнале размещена на сайте: <http://journals.rudn.ru/semiotics-semantics/about>

Каждая статья рецензируется анонимно двумя экспертами. Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензентов.

Подписной индекс по каталогу Роспечати — 80555.

Электронный адрес: semioticj@rudn.ru

Литературный редактор: К.В. Зенкин
Компьютерная верстка: Ю.Н. Ефремова

Адрес редакции:

115419, Москва, Россия, ул. Орджоникидзе, д. 3
Тел.: (495) 955-07-16; e-mail: publishing@rudn.ru

Почтовый адрес редакции

117198, Москва, Россия, ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2
Тел.: (495) 434-20-12, e-mail: semioticj@rudn.ru

Подписано в печать 15.12.2021. Выход в свет 28.12.2021. Формат 70×100/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 31,53. Тираж 500 экз. Заказ № 1147. Цена свободная.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов» (РУДН)

117198, Москва, Россия, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

Отпечатано в типографии ИПК РУДН

115419, Москва, Россия, ул. Орджоникидзе, д. 3,

тел. (495) 952-04-41; publishing@rudn.ru

© Российский университет дружбы народов, 2021



RUDN JOURNAL OF LANGUAGE STUDIES, SEMIOTICS AND SEMANTICS

2021 VOLUME 12 No. 4

DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4
<http://journals.rudn.ru/semiotics-semantics>

Founded in 2010

Founder: PEOPLES' FRIENDSHIP UNIVERSITY OF RUSSIA

EDITOR-IN-CHIEF

Vladimir N. Denisenko

RUDN University,
Moscow, Russian Federation

E-mail: denisenko-vn@rudn.ru

DEPUTY-EDITOR-IN-CHIEF

Natalia V. Novospasskaya

RUDN University,
Moscow, Russian Federation

E-mail: novospasskaya-nv@rudn.ru

EXECUTIVE SECRETARY

Olesya V. Lazareva

RUDN University,
Moscow, Russian Federation

E-mail: lazareva-ov@rudn.ru

EDITORIAL BOARD

Kludia Bednárová-Gibová, University of Prešov, Prešov, Slovakia

Nikolay N. Boldyrev, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russian Federation

Tatyana Vladimirova, MSU n.a. M.V. Lomonosov, Moscow, Russian Federation

Makhanbet Dzhusupov, Uzbek State World Languages University, Tashkent, Republic of Uzbekistan

Vladimir I. Karasik, Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russian Federation

Elena Krassina, RUDN University, Moscow, Russian Federation

Valentina Maslova, Vitebsk State University n.a. P.M. Masherov, Vitebsk, Belarus

Roberto V. Monforte Dupret, University of Basque Country, Vitoria-Gasteiz, Spain

Marina Novikova, RUDN University, Moscow, Russian Federation

Alexandr Petrov, Taurian Academy Crimean Federal University n.a. V.I. Vernadsky, Simferopol, Russian Federation

Vladimir Sinyachkin, RUDN University, Moscow, Russian Federation

Pedro L. Talavera-Ibarra, Missouri Southern State University, Joplin, Missouri, USA

Zifa Temirgazina, Pavlodar State Pedagogical University, Pavlodar, Kazakhstan

**RUDN JOURNAL OF LANGUAGE STUDIES,
SEMIOTICS AND SEMANTICS**
**Published by the Peoples' Friendship University of Russia
(RUDN University), Moscow, Russian Federation**

ISSN 2411-1236 (online); 2313-2299 (print)

Publication frequency: quarterly

<http://journals.rudn.ru/semiotics-semantics>

Languages: Russian, English.

Indexed in Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>, Scopus, EBSCOhost, DOAJ, Russian Index of Science Citation, Electronic Journals Library CyberLeninka

Aims and Scope

"RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics" elaborates and deepens the topics of general and special theory of language, speech activity and speech; semiotic features of sign systems and those of language units, belonging to different levels and texts; semiotics and poetics of literary texts; functional semantics of lexical and grammatical units; pays attention to complex and comparative typological research of language categories and units.

General goals and objectives of the journal, besides the development and propaganda of humanities, include the integral characteristics of paradigms of philological and humanitarian knowledge — symbolic and social paradigms, in particular. As to the application, methodology and complex, integral methods of theoretical research of language and society are being elaborated as well as the research in systemic linguistics and language modeling.

Academic Journal "RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics" was founded in 2010 (4 issues a year) and is a peer-reviewed journal on the list of the RF State Commission for Academic Degrees and Titles. It's an international journal regarding both the editorial board and contributing authors as well as research and topics of publications. Its authors are leading researchers possessing PhD and PhDr degrees, and PhD and MA students from Russia and abroad. The journal also introduces such sections as "Reviews", "Scientific Reviews", "Scientific Chronicles".

Submission requirements and stylesheet guidelines are available online: <http://journals.rudn.ru/semiotics-semantics/about>

Each article is being reviewed anonymously (peer-reviewing) by two experts. The editorial board makes up a final decision on publication referring to the opinion of the reviewers.

Access to full-text files of issues and articles on the journal website is open to all users. Print issues are subscribed.

E-mail: semioticj@rudn.ru

Review Editor *K.V. Zenkin*
Computer design *Yu.N. Efremova*

Address of the Editorial Board:
3 Ordzhonikidze str., 115419 Moscow, Russia
Ph. +7 (495) 952-04-41; e-mail: publishing@rudn.ru

Postal Address of the Editorial Board:
6 Miklukho-Maklaya str., 117198 Moscow, Russia
Ph. +7 (495) 434-20-12; e-mail: semioticj@rudn.ru

Printing run 500 copies. Open price

The Peoples' Friendship University of Russia (the RUDN University), Moscow, Russian Federation
6 Miklukho-Maklaya str., 117198 Moscow, Russia

Printed at RUDN Publishing House:
3 Ordzhonikidze str., 115419 Moscow, Russia,
Ph. +7 (495) 952-04-41; e-mail: publishing@rudn.ru

© Peoples' Friendship University of Russia, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Солопова О.А., Наумова К.А. (Челябинск, Российская Федерация).** Обращение к нации как жанр военно-политического дискурса 945
- Druzhkov Ya.M., Chesnokova O.S. (Moscow, Russian Federation) (Дружков Я.М., Чеснокова О.С. (Москва, Российская Федерация)).** The Idiolect of Ernestine de Champourcin in Terms of Cultural Accommodation (Идиолект Эрнестины де Чампурсин в аспекте культурной аккомодации) 969
- Григорян А.А. (Ростов-на-Дону, Российская Федерация), Стрельчук Е.Н. (Москва, Российская Федерация).** Русскоязычные диминутивы в социальной сети «Инстаграм» 981

КОГНИТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Иванов Е.Е. (Могилев, Беларусь), Ломакина О.В. (Москва, Российская Федерация), Петрушевская Ю.А. (Могилев, Беларусь).** Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления 996
- Шаклеин В.М. (Москва, Российская Федерация), Скомаровская А.А. (Тирасполь, Приднестровская Молдавская Республика).** Особенности перцепции слов греческого происхождения представителями современной русской лингвокультуры: ассоциативный эксперимент 1036
- Nelyubova N.Yu. (Moscow, Russian Federation), Dugalich N.M. (Moscow, Russian Federation), Ershov V.I. (Odintsovo, Moscow region, Russian Federation), (Нелюбова Н.Ю. (Москва, Российская Федерация), Дугалич Н.М. (Москва, Российская Федерация), Ершов В.И. (Одинцово, Московская область, Российская Федерация)).** Semantic Condensations in French and Russian Proverbs Based on the Thematic Group *Family* (Семантические конденсаты во французских и русских пословицах на примере тематической группы «семья») 1051
- Орлова Т.Г. (Москва, Российская Федерация).** Структурно-семантический анализ английских и русских пословиц о браке как источник выражения культурно-национальной идентичности 1075
- Чэнь Лян, Перфильева Н.В., Ду Цзинцзэн (Москва, Российская Федерация).** Политические метафоры древнекитайского трактата Конфуция «Лунь юй» 1094
- Матыцина И.В. (Москва, Российская Федерация).** Переводы Библии в Швеции 1107
- Demina O.V. (Moscow, Russian Federation) (Демина О.В. (Москва, Российская Федерация)).** Linguistic and Stylistic Means of Satire Construction in the Animated Series (Лингвистические и стилистические средства создания сатиры в современных анимационных сериалах) 1124

Сафаралиева Л.А. (Москва, Российская Федерация). Эволюция ассоциативно-вербальной сети концепта «Старость» в языковом сознании носителей русского языка 20-х гг. XXI столетия 1147

Трубникова В.Ю. (Москва, Российская Федерация). Прагматическая (не)уместность употребления диминутивов в русском языке 1160

РУССКИЙ ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Новиков А.Л., Новикова И.А. (Москва, Российская Федерация). Семантический дифференциал как метод изучения отношения к родному и русскому языкам в контексте межкультурной адаптации 1175

Егоров В.Г. (Москва, Российская Федерация). Русский язык в глобальном лингвокультурном пространстве 1189

Tameryan T.Yu. (Vladikavkaz, Russian Federation), Zyubina I.A. (Rostov-on-Don, Russian Federation), Dzhigkaeva A.V. (Vladikavkaz, Russian Federation) (Тамерьян Т.Ю. (Владикавказ, Российская Федерация), Зюбина И.А. (Ростов-на-Дону, Российская Федерация), Джигкаева А.В. (Владикавказ, Российская Федерация)) Thematic Representation and Linguo-Cognitive Structure of the Businesswoman Image from the Perspective of Gender-professional Axiology (Ролевая репрезентация и лингвокогнитивная структура образа деловой женщины в ракурсе гендерно-профессиональной аксиологии) 1216

Артюхова Н.С., Сайкина О.С., Соловьева А.А. (Москва, Российская Федерация). Гендерные стереотипы в учебных пособиях по русскому языку как иностранному начального уровня 1236

Бесолова Е.Б., Закаева Б.К., (Владикавказ, Российская Федерация), Джиеова В.П. (Цхинвал, Республика Южная Осетия), Денисенко А.В., Калинина Ю.М. (Москва, Российская Федерация). Языковая ситуация и статус языков в Республике Северная Осетия-Алания 1247

Бондарева В.В. (Москва, Российская Федерация). Использование фонологического подхода при описании вокалической системы русского языка в условиях русско-испанского языкового контакта 1260

СЕМИОТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ветрова К.О., Мишланова С.Л. (Пермь, Российская Федерация). Семиофоры в мультимодальной коммуникации: вербальная и визуальная репрезентация культурных ценностей на материале конфетных этикетов СССР и Великобритании второй половины XX века 1276

Зотова А.С. (Москва, Российская Федерация). Семиотика рекламной коммуникации в сетевых социальных сервисах web 2.0 1285

Denisenko V.N., Xu Zheng Yu (Moscow, Russian Federation) (Денисенко В.Н., Сюй Чжэнюй (Москва, Российская Федерация)). Twelve Chinese Zoosigns of Zodiak: Tradition and Modernity (Двенадцать китайских знаков зодиака: традиция и современность) 1299

РЕЦЕНЗИИ

Красина Е.А., Рыбинок Е.С. (Москва, Российская Федерация). Коммуникативные компетенции: три пособия кафедры речеведения и теории коммуникации МГЛУ, Минск, Беларусь 1314

CONTENTS

DISCURSIVE STUDIES

- Solopova O.A., Naumova K.A. (Chelyabinsk, Russian Federation).** Address to the Nation as a Genre of Military-Political Discourse 945
- Druzhkov Ya.M., Chesnokova O.S. (Moscow, Russian Federation).** The Idiolect of Ernestine de Champourcin in Terms of Cultural Accommodation 969
- Grigoryan A.A. (Rostov-on-Don Russian Federation), Strelchuk E.N. (Moscow, Russian Federation).** Diminutives on the Russian-speaking social network Instagram 981

COGNITIVE STUDIES

- Ivanov E.E. (Mogilev, Belarus), Lomakina O.V. (Moscow, Russian Federation), Petrushevskaya Ju.A. (Mogilev, Belarus).** The National Specificity of the Proverbial Fund: Basic Concepts and Procedure for Determining 996
- Shaklein V.M. (Moscow, Russian Federation), Scomarovskaia A.A. (Tiraspol, Pridnestrovian Moldavian Republic).** Peculiarities of Greek Origin Words Perception by the Representatives of Contemporary Russian Linguistic Culture: Associative Experiment 1036
- Nelyubova N.Yu. (Moscow, Russian Federation), Dugalich N.M. (Moscow, Russian Federation), Ershov V.I. (Odintsovo, Moscow region, Russian Federation).** Semantic Condensations in French and Russian Proverbs Based on the Thematic Group *Family* 1051
- Orlova T.G. (Moscow, Russian Federation).** Structural and Semantic Analysis of English and Russian Proverbs about Marriage as a Source of Expression of Cultural and National Identity 1075
- Chen Liang, Perfilieva N.V., Du Jingzeng (Moscow, Russian Federation).** Political Metaphors of the Ancient Chinese Treatise of Confucius “Lun yu” 1094
- Matytsina I.V. (Moscow, Russian Federation).** Bible Translations in Sweden 1107
- Demina O.V. (Moscow, Russian Federation).** Linguistic and Stylistic Means of Satire Construction in the Animated Series 1124
- Safaralieva L.A. (Moscow, Russian Federation).** Evolution of the associative-verbal network of the concept “Old Age” in the language consciousness of the native Russian-language speakers of the 20s of the XXI century 1147

Trubnikova V.Yu. (Moscow, Russian Federation). Pragmatic (In)appropriateness of Diminutives in Russian language 1160

RUSSIAN LANGUAGE AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

Novikov A.L., Novikova, I.A. (Moscow, Russian Federation). Semantic Differential as a Method for Studying Attitudes to the Native and Russian Languages in Context of Psychological Acculturation 1175

Egorov V.G. (Moscow, Russian Federation). Russian Language in the Global Linguocultural Space 1189

Tameryan T.Yu. (Vladikavkaz, Russian Federation), Zyubina I.A. (Rostov-on-Don, Russian Federation), Dzhigkaeva A.V. (Vladikavkaz, Russian Federation). Thematic Representation and Linguo-Cognitive Structure of the Businesswoman Image from the Perspective of Gender-professional Axiology 1216

Artyukhova N.S., Saykina O.S., Solovyeva A.A. (Moscow, Russian Federation). Gender Stereotypes in Teaching Aids on Russian as a Foreign Language for Beginners 1236

Besolova E.B., Zakaeva B.K. (Vladikavkaz, Russian Federation), Dzhioeva V.P. (Tskhinval, Republic of South Ossetia), Denisenko A.V., Kalinina Yu.M. (Moscow, Russian Federation). Language situation and status of languages in the Republic of North Ossetia-Alania 1247

Bondareva V.V. (Moscow, Russian Federation). Using the Phonological Approach to Describe the Vocal System of the Russian Language in the Context of Russian-Spanish Language Contact 1260

SEMIOTIC STUDIES

Vetrova K.O., Mishlanova S.L. (Perm, Russian Federation). Semiophores in Multimodal Communication: Verbal and Visual Representation of Cultural Values. Soviet and British Candy Wrappers of the Latter Half of the 20th Century as a Case Study 1276

Zotova A.S. (Moscow, Russian Federation). Semiotics of Advertising Communication in WEB 2.0 Network Social Services 1285

Denisenko V.N., Xu Zhenyu (Moscow, Russian Federation). Twelve Chinese Zoosigns of Zodiac: Tradition and Modernity 1299

BOOK REVIEW

Krasina E.A., Rybinok Eu.S. (Moscow, Russian Federation). Review: Communicative Competences: Three Manuals of the Chair of Speech-Studies and Theory of Communication, MGLU University, Minsk, the Republic of Belarus 1314



ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ DISCURSIVE STUDIES

DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-945-968

УДК 81'373:355.01

Научная статья / Research article

Обращение к нации как жанр военно-политического дискурса

О.А. Солопова^{ID}✉, К.А. Наумова^{ID}

Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет),
454080, Российская Федерация, Челябинск, ул. Ленина, 76

✉o-solopova@bk.ru

Аннотация. Политическая риторика, господствующая в демократических странах, не допускает открытой демонстрации приверженности военным средствам урегулирования конфликтов, что закономерно порождает особый вид дискурса, лингвистический и экстралингвистический контексты которого подчинены цели инициирования войны. Целью настоящего исследования является анализ компонентов военно-политического дискурса, а также того, как они реализуются в тексте и какую роль играют в манипуляции общественным мнением. Под военно-политическом дискурсом авторами понимается дискурс политических элит, сопровождающий различные этапы военных кампаний и призванный обосновать необходимость их осуществления с учетом основополагающих ценностей того или иного общества. Актуальность настоящего исследования определяется как повышенным интересом к проблематике военных конфликтов в современном обществе, так и недостаточной изученностью феномена военно-политического дискурса в целом. Одним из знаковых жанров военно-политического дискурса, по мнению авторов, выступает жанр обращения к нации, на примере которого предпринимается попытка описания военно-политического дискурса. Новизна исследования определяется авторским подходом к анализу и интерпретации текстов военно-политического дискурса. В качестве материала исследования используются оригинальные тексты обращений к нации Б. Обамы и Д. Трампа, посвященные военным операциям США в Сирии. Выбор данных текстов обусловлен их знаковой ролью в освещении сирийской кампании США. Работа с текстовым материалом осуществляется с привлечением описательного метода, анализа словарных дефиниций, контекстуального анализа, сопоставительного метода, а также метода критического анализа дискурса. Авторами было установлено, что вне зависимости от администрации, находящейся у власти, обращение к нации как жанр военно-политического дискурса подчиняется определенному сценарию, разворачивающемуся по следующей схеме: приветствие — причина обращения — описание действий США — описание

© Солопова О.А., Наумова К.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

сцен насилия (обвинения) — описание роли США на мировой арене — отсылка к знаковым кампаниям — призыв к действию. Автор приходит к выводу, что каждый из этих компонентов играет свою роль в структуре военно-политического дискурса и реализуется за счет определенного набора дискурсивных формул, не зависящих от политических предпочтений выступающего.

Ключевые слова: военно-политический дискурс, обращение к нации, сценарий дискурса, компонент дискурса, критический анализ дискурса, война в Сирии

Финансирование. Благодарности

Исследование выполнено при поддержке РФФИ, грант № 19-012-00192 «Уральский регион» в военно-публицистическом дискурсе периода Великой Отечественной войны (на материале оцифрованных архивных документов СССР и стран Западной Европы)»

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 01.06.2021

Для цитирования:

Солопова О.А., Наумова К.А. Обращение к нации как жанр военно-политического дискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 945—968. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-945-968

UDC 81'373:355.01

Address to the Nation as a Genre of Military-Political Discourse

Olga A. Solopova  , **Ksenia A. Naumova** 

South Ural State University (National Research University),
76, Lenina Av., Chelyabinsk, Russian Federation, 454080

 o-solopova@bk.ru

Abstract. The political rhetoric prevailing in democratic countries does not allow an open demonstration of commitment to military means of conflict resolution and, therefore, naturally gives rise to a special type of discourse, the linguistic and extralinguistic contexts of which are determined by the goal of initiating a war. This study aims to analyze the components of military-political discourse, as well as the ways they are implemented in the texts and the role they play in manipulating public opinion. The authors defines military-political discourse as the discourse of political elites accompanying various stages of military operations and developed to substantiate the need for their initiation based on the fundamental values of a particular society. The relevance of this study is determined both by the increased interest in military conflicts in modern society and by the insufficient study of military-political discourse in general. Address to the nation is one of the main genres of military-political discourse. The novelty of the research is determined by the author's approach to the analysis and interpretation of military-political discourse. The original texts of the addresses to the nation by B. Obama and D. Trump dedicated to the US military operations in Syria are used as the research material. The choice of these texts is due to their significant role in the coverage of the US Syrian campaign. Describing military-political discourse requires the use of a number of methods, namely descriptive and comparative methods, dictionary definitions and contextual analyses, as well as the method of critical discourse analysis. The authors established that, regardless of the administration in power, address to the nation as a genre of military-political discourse implies a certain scenario based on the following scheme: greeting — address to the nation

agenda — description of US actions — description of violence (accusations) — description of the US role in the world — reference to previous military campaigns — call to action. The authors comes to the conclusion that each of these components plays a substantial role in the structure of military-political discourse and is realized through a certain set of discursive means that do not depend on the political preferences of a speaker.

Key words: military-political discourse, address to the nation, discourse scenario, discourse component, critical discourse analysis, war in Syria

Financing. Acknowledgement

The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research, Grant No. 19-012-00192 “The Ural region in military media discourse of the Great Patriotic war (based on digitized archival documents of the USSR and Western Europe)”

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 01.06.2021

For citation:

Solopova, O.A. & Naumova, K.A. (2021). Address to the Nation as a Genre of Military-Political Discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 945—968. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-945-968

Введение

На протяжении истории человечества неоднократно предпринимались попытки отказаться от войны как средства разрешения конфликтов. Первая треть двадцатого века ознаменовалась подписанием пакта Бриана-Келлога, который провозгласил отказ от войны как инструмента национальной политики. Тем не менее, подобного соглашения оказалось недостаточно, чтобы предотвратить Вторую мировую войну, а также многочисленные региональные конфликты, вспыхнувшие впоследствии. Более того, страх прослыть «агрессором» привел к тому, что сторонники войны становятся все более изоциренными в поиске инструментов, в том числе языковых, способствующих инициации вооруженных конфликтов.

В странах с демократическим режимом война начинается задолго до отправки солдат в горячую точку: в первую очередь, речь идет об информационной войне против оппозиционных средств массовой информации и, отчасти, против собственного населения, нуждающегося в весомых аргументах для поддержки очередной военной инициативы.

Политическая риторика, господствующая в демократических странах, не допускает открытой демонстрации приверженности военным средствам урегулирования конфликтов, что закономерно порождает особый, так называемый военно-политический, вид дискурса, лингвистический и экстралингвистический контексты которого подчинены цели инициирования войны.

Наиболее ярко характеристики военно-политического дискурса проявляются в жанре обращения к нации, в котором сочетаются институциональные и индивидуальные черты, задается политическая повестка дня, определяются основные направления внутренней и внешней политики, а также формируется образ президента как должностного лица и как личности.

В рамках данного исследования при помощи методов лингвистического анализа текстов обращений к нации, посвященных операции США в Сирии, будет рассмотрено, какие компоненты включает военно-политический дискурс, как они реализуются в тексте и как способствуют манипуляции общественным мнением.

Военно-политический дискурс как объект дискурсивных исследований

С учетом многообразия трактовок понятия «дискурс» в современной лингвистике в основе данного исследования лежит определение Т. ван Дейка, который рассматривает дискурс с нескольких позиций: по мнению ученого, в широком смысле под дискурсом понимается отдельное коммуникативное событие, а в узком смысле — письменная или устная форма вербального взаимодействия или использования языка [1]. В контексте настоящей работы обе трактовки оказываются в равной степени востребованными: с одной стороны, речь идет об инициации военных действий как о коммуникативном событии, а с другой стороны, объектом лингвистического анализа выступают конкретные обращения политических акторов как частные формы использования языка в рамках дискурса о войне.

Зарубежные ученые обратили свое внимание на феномен «дискурса о войне» еще в конце двадцатого века. Тем не менее, в зарубежных гуманитарных науках нет единства терминологии в отношении данного вида дискурса, что подтверждает анализ публикаций, представленных в базе данных Google Scholar. В качестве синонима «военно-политического дискурса» в зарубежных исследованиях можно встретить такие понятия, как *discourse about war* ‘дискурс о войне’ [2; 3], *moral discourse about war* ‘моральный дискурс о войне’ [4—6], *discourse about war and peace* ‘дискурс о войне и о мире’ [4; 7]. Попыткой искусственного создания понятия синонимичного военно-политическому дискурсу можно считать введение в научный оборот словосочетания *warist discourse* ‘военизированный дискурс’, которое, однако, не прижилось в научных кругах и появилось в нескольких публикациях, преимущественно принадлежащих одному и тому же автору [7—9]. Наибольшее употребление в зарубежных исследованиях получило понятие *war discourse* ‘военный дискурс’, однако проследить все многообразие его контекстов едва ли представляется возможным, так как зачастую речь идет об освещении конкретных конфликтов (*Iraq war discourse*, *Cold war discourse* и так далее). Тем не менее, стоит обратить внимание на понятие *just war discourse* ‘дискурс о справедливой войне’ [10—12] как на наиболее точно отражающее манипулятивную природу военно-политического дискурса и не связанное с каким-либо конкретным военным противостоянием.

Стоит отметить, что так называемый «дискурс о справедливой войне» чаще всего представляет собой продуманную политическую кампанию, в которой под «справедливой войной» понимается «война, публично объявленная

законным лидером, имеющая под собой веские основания и нацеленная на достижение мира» [13]. Сама же традиция «справедливой войны» некоторыми авторами определяется как доминирующий язык морали, с помощью которого обсуждаются нравственные аспекты применения силы в международных отношениях [14]. Таким образом, первостепенной функцией дискурса о справедливой войне является легитимация военных действий [15; 16].

В отличие от «дискурса о справедливой войне», который фигурирует в зарубежных гуманитарных науках с восьмидесятых годов, военно-политический дискурс обратил на себя внимание отечественных ученых относительно недавно, что проявляется в возросшем количестве исследований [17—22].

На данный момент по-прежнему существуют разногласия относительно того, является ли военно-политический дискурс самостоятельным форматом дискурса или же он представляет собой часть политического дискурса, военного дискурса или дискурса СМИ.

Например, И.В. Кононова и Ю.В. Лебединская характеризуют военно-политический дискурс как составной элемент формальной (официальной, письменной) части военного дискурса [19]. А.В. Олянич [23] и Р.Р. Мавлеев [24], напротив, подчеркивают тесную связь военно-политического дискурса и дискурса СМИ. При этом Р.Р. Мавлеев уделяет отдельное внимание гибридной природе военно-политического дискурса, который совмещает в себе черты как политического, так и военного дискурсов [25].

Гибридную природу военно-политического дискурса также подчеркивает Э.Н. Мишкурин, который определяет военно-политический дискурс как «государственно-институциональный, гибридно-поливекторный коммуникативный феномен функционально многоцелевого предназначения — военно-доктринального, политико-дипломатического, военно-публицистического (информационно-пропагандистского), военно-коммерческого, военно-воспитательного» [26]. В данном определении акцентируются сферы функционирования гибридных типов дискурса.

И.А. Курбаков пишет о том, что военно-политический дискурс представляет собой «специальный институциональный дискурс, объединяющий тексты, созданные в соответствии с военно-политической доктриной и идеологией государства для манипулирования общественным сознанием» [27]. Манипулятивная природа военно-политического дискурса также рассматривается В.Д. Бачуриным [18].

Таким образом, несмотря на возросшее количество исследований в области военно-политического дискурса, по-прежнему существуют разногласия относительно определения военно-политического дискурса, его структуры, компонентов и функций, а, следовательно, продолжаются дискуссии о месте военно-политического дискурса в классификации институциональных видов дискурса.

В контексте данной работы структура и компоненты военно-политического дискурса раскрываются через перечень компонентов институциональных видов дискурса, разработанный В.И. Карасиком и включающий участников дискурса,

его цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные (культурогенные) тексты и дискурсивные формулы [28].

Исходя из данного перечня, военно-политический дискурс можно условно охарактеризовать как дискурс для войны [29], агентами которого выступают главы государств, руководители военных ведомств и их заместители, руководители внешнеполитических ведомств и их заместители, представители государства в международных организациях, а также проправительственные СМИ, получающие информацию непосредственно от вышеуказанных лиц. К клиентам военно-политического дискурса следует относить как население в целом, так и представителей СМИ, в том числе оппозиционных, которые вынуждены опираться на официальную информацию или неподтвержденные данные, чтобы вступать в полемику с властями.

Цель военно-политического дискурса заключается в удовлетворении политических и/или экономических интересов за счет доступа к инструментам власти, связанных с принуждением и применением силы, а необходимость войны мотивируется общепринятыми ценностями, которые могут меняться в зависимости от того или иного общества.

К стратегиям военно-политического дискурса можно отнести стратегию на повышение, стратегию на понижение, а также стратегию театральности, которые раскрываются преимущественно в устных (обращение к нации, пресс-конференция) и протокольных (совещание) жанрах. В качестве прецедентных текстов для военно-политического дискурса характерно не только обращение к таким повсеместно известным документам, как, например, всеобщая декларация прав человека, но и отсылка к важным для государства историческим событиям, в том числе знаковым военным кампаниям. Используемые дискурсивные формулы подчеркивают гибридную природу военно-политического дискурса, которая проявляется в употреблении военной терминологии, дипломатических клише, а также лексики и стилистических приемов, свойственных дискурсу СМИ.

Учитывая вышесказанное, «дискурс для войны» или военно-политический дискурс понимается как дискурс политических элит, сопровождающий различные этапы военных кампаний и призванный обосновать необходимость их осуществления с учетом основополагающих ценностей того или иного общества.

Материалы и методы исследования

Одним из знаковых жанров военно-политического дискурса выступает жанр обращения к нации, на примере которого в рамках данного исследования предпринимается попытка описания военно-политического дискурса, его компонентов, функций, а также языковых средств, с помощью которых они реализуются.

Для анализа используются следующие тексты обращений:

1. Обращение Б. Обамы к нации от 10.09.2013 (12 736 знаков с пробелами);

2. Обращение Д. Трампа к нации от 13.04.2018 (5 386 знаков с пробелами);
3. Обращение Д. Трампа к нации от 23.10.2019 (10 927 знаков с пробелами).

Рассмотрение сразу двух обращений к нации Д. Трампа призвано обеспечить репрезентативность и равномерность объема текстового материала, так как обращение к нации Б. Обамы значительно превышает по объему каждое из обращений Д. Трампа по отдельности.

Все тексты обращений находятся в открытом доступе и размещены в соответствующих разделах на сайте Белого дома [30; 31]. Хотелось бы обратить внимание, что небольшая выборка текстов, используемых для анализа, объясняется, в первую очередь, спецификой самого жанра обращения к нации [32], подразумевающего наличие экстраординарных обстоятельств для заявлений на столь высоком уровне, а также единством тематики, так как обязательным условием для анализа текста в рамках данного исследования является освещение интервенции США в Сирию.

Репрезентативность материала подтверждается также тем, что данные тексты обращений принадлежат двум разным президентам, представляющим различные партии, а сами обращения были сделаны с большой разницей по времени, что исключает их высокую зависимость от преемственности политического курса.

Дальнейшая обработка материала предполагает привлечение следующих методов лингвистического анализа: описательный метод, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ, сопоставительный метод, метод критического анализа дискурса. Описательный метод подразумевает необходимость выделения конкретных языковых явлений с их последующим описанием с точки зрения структуры и функционирования. Анализ словарных дефиниций необходим для оценки общего тона текста и коннотации лексических единиц, используемых в тексте. Контекстуальный анализ предполагает учет лингвистического и экстралингвистического контекста при интерпретации текста. Сопоставительный метод способствует выявлению общих закономерностей и особенностей рассматриваемых явлений. И, наконец, метод критического анализа дискурса позволяет не просто описывать дискурсивные структуры, но объяснять их относительно характеристик социального взаимодействия и общественной иерархии.

Жанровые характеристики обращения к нации

Учитывая многообразие трактовок термина «жанр», в настоящем исследовании под жанром понимается «один из структурирующих компонентов дискурса» [28; 33]. Обращение к нации как жанр военно-политического дискурса можно охарактеризовать по следующей схеме, предложенной Н.Б. Руженцевой: краткое описание внедискурсивного инварианта речевого жанра (словарные и иные определения речевого жанра), характеристика экстрадискурсивных факторов, влияющих на реализацию дискурса, описание ведущей дискурсивной стратегии, соотносимой с исследуемым форматом дискурса,

характеристика прагматической рамки высказывания (параметры автора, адресата и жанровой цели), характеристика минимальной модели (тематического содержания, структуры/композиции, языкового воплощения), дополнительные характеристики речевого жанра (параметры, релевантные для конкретной дискурсивной модификации), обобщение результатов в форме портрета дискурсивной модификации речевого жанра [33].

Оксфордский словарь определяет обращение как «призыв, речь или просьбу, обращенные к кому-нибудь или чему-нибудь» [34], при этом нам не удалось обнаружить определение непосредственно обращения к нации как речевого жанра. В ряде работ обращение к нации рассматривается как жанр политического или военно-политического видов дискурса, разновидность президентской риторики или кризисной речи [35; 36]. С учетом целей данного исследования под обращением к нации понимается такой жанр военно-политического дискурса, при котором высшее руководство страны выступает перед национальной аудиторией по вопросам, связанным с обеспечением государственной безопасности инструментами силы и государственного принуждения.

Экстрадискурсивные факторы, влияющие на обращение к нации, определяются, исходя из темы обращения и анализа фоновых знаний целевой аудитории по данной теме [37]. Учитывая масштабы аудитории, на которую нацелен военно-политический дискурс, особую сложность представляет формирование образа «усредненного» реципиента с точки зрения его демографических характеристик, уровня образования, политических и религиозных предпочтений, что позволило бы использовать наиболее эффективные презентационные стратегии для манипулирования общественным мнением. Особое значение в данной связи также приобретают время и место выступления как экстрадискурсивные факторы, которые зачастую несут в себе скрытый смысл и подчеркивают значимость момента.

К ведущим дискурсивным стратегиям обращения к нации можно отнести стратегию презентации (стратегия на повышение), стратегию дискредитации (стратегия на понижение), а также стратегию театральности, традиционно используемые в политическом дискурсе. Эффективность использования данных стратегий повышается в условиях отсутствия непосредственного контакта с аудиторией: президент сам задает тон коммуникации, создает лингвистический и экстралингвистический контекст выступления, а также располагает информацией, которая делает его персону практически неуязвимой для критики.

С точки зрения авторства, обращение к нации, скорее всего, является результатом коллективного творчества команды политтехнологов и представителей высшего руководства государства, в том числе президента, от имени которого делается обращение. В качестве адресата обращения к нации выступает универсальная аудитория, что, как было сказано выше, усложняет манипуляцию общественным мнением в рамках данного жанра.

В качестве основополагающей цели обращения к нации как речевого жанра можно заявить в широком смысле — удовлетворение политических и

экономических интересов правящей элиты, а в узком смысле — легитимацию использования инструментов принуждения для удовлетворения данных интересов. Эту мысль подтверждает О.В. Спиридовский, который отмечает, что «базовой интенцией президентского дискурса как разновидности политического общения является достижение власти, ее сохранение или распределение, а поскольку в политике языковая коммуникация играет ключевую роль, то вопрос об укреплении авторитетности именно с помощью дискурсивных средств приобретает принципиальное значение» [38].

Отдельного внимания также заслуживает вопрос тематики обращения к нации как речевого жанра. Сам факт обращения к данному жанру говорит об исключительности социально-политической обстановки, поэтому обращение к нации всегда затрагивает актуальные темы экономического, политического и социального характера, способные вызвать широкий общественный резонанс и, в случае провала, бросить тень на политическую карьеру выступающего. Закономерно, что такие принципиальные вопросы внешней политики, как вопросы войны и мира, занимают центральное место в тематике обращений к нации, учитывая то давление, которое военные кампании оказывают на все сферы жизни общества.

Говоря о структуре обращения к нации, несмотря на всю сложность затрагиваемых тем, можно предположить, что, будучи официальным жанром, обращение к нации имеет более или менее постоянную структуру с жестким порядком компонентов, чтобы адаптировать тексты под конкретную социально-политическую ситуацию, что можно проверить на примере текстов обращения к нации в контексте военно-политического дискурса.

Учитывая тот факт, что жанр испытывает непосредственное давление дискурса и вынужден приспособливаться к его требованиям [33], предполагается, что подробное описание обращения к нации как знакового жанра военно-политического дискурса позволит составить четкое представление о военно-политическом дискурсе в целом.

Анализ обращений Б. Обамы и Д. Трампа

Вне зависимости от администрации, находящейся у власти, обращение к нации как жанр военно-политического дискурса подчиняется определенному сценарию, разворачивающемуся по следующей схеме: приветствие — причина обращения — описание действий США — описание сцен насилия (обвинения) — описание роли США на мировой арене — отсылка к знаковым кампаниям — призыв к действию. Несмотря на то, что очередность данных элементов в речи может меняться, их наличие можно принять за константу, поэтому каждый из этих элементов и его реализацию в тексте необходимо анализировать отдельно. При анализе речевого материала используются следующие сокращения: О — обращение Б. Обамы, Т — обращение Д. Трампа; очередность примеров соответствует дате обращений, начиная с речи Б. Обамы.

о Приветствие и причина обращения

(1) О: *My fellow Americans, tonight I want to talk to you about Syria — why it matters, and where we go from here.* ‘Дорогие соотечественники, сегодня я хочу поговорить о Сирии — о том, почему эта проблема столь важна, и что нам следует делать дальше’;

(2) Т: *My fellow Americans, a short time ago, I ordered the United States Armed Forces to launch precision strikes on targets associated with the chemical weapons capabilities of Syrian dictator Bashar al-Assad.* ‘Дорогие соотечественники, не так давно я приказал Вооруженным силам США нанести точечные удары по целям, связанным с запасами химического оружия сирийского диктатора Башара аль-Асада’;

(3) Т: *My fellow Americans, I greet you this morning from the White House to announce a major breakthrough toward achieving a better future for Syria and for the Middle East.* ‘Дорогие соотечественники, я приветствую вас сегодня утром из Белого дома, чтобы объявить о прорыве в достижении лучшего будущего для Сирии и Ближнего Востока’.

Как видно из примеров, каждое из обращений начинается с традиционной дискурсивной формулы *My fellow Americans* ‘Уважаемые соотечественники’, которая восходит к инаугурационной речи Ф.Д. Рузвельта от 4 марта 1933 года. Таким образом, употребление данной дискурсивной формулы требуется, чтобы подчеркнуть преемственность американской политики и приверженность президентов ее основополагающим принципам вне зависимости от их партийной принадлежности.

Исходя из иллюстративных контекстов, можно утверждать, что за приветствием как элементом сценария военно-политического дискурса зачастую следует такой элемент, как причина обращения, что демонстрируют примеры 1—3.

В первом примере Б. Обама сразу переходит к повестке дня: тема Сирии находится в сильной позиции (первое предложение первого абзаца), а ее значимость искусственно подчеркивается употреблением глагола *to matter* в значении ‘быть важным, оказывать влияние на происходящее’ [38].

В случае с обращением Д. Трампа (3) тема Сирии также находится в сильной позиции (первое предложение первого абзаца), однако о значимости темы говорит хронотоп выступления: Д. Трамп подчеркивает, что обращение транслируется из Белого Дома — центра политической жизни США. Таким образом, в рамках одного предложения устанавливается связь между географически разобщенными США и странами Ближнего Востока (последовательное перечисление: Белый Дом — Сирия — Ближний Восток).

Стоит отметить, что в отличие от первого примера, в котором непосредственно подчеркивалась значимость Сирии, в третьем примере Сирия предстает лишь как часть Ближнего Востока, которой США оказывают помощь в достижении ‘светлого будущего’ *achieving a better future*. Подобная расстановка приоритетов позволяет избежать обвинений в преследовании экономических и политических интересов на территории конкретного государства.

Второе обращение несколько отличается от примеров, рассмотренных выше: в частности, Д. Трамп смещает акценты с места событий на их участников. ‘Вооруженные Силы США’ *United States Armed Forces* противопоставляются ‘сирийскому диктатору Башару аль-Асаду’ *Syrian dictator Bashar al-Assad*, что с самого начала поляризует участников конфликта. Происходит демонизация образа сирийского президента, что проявляется не только в использовании оценочной лексики, но и в характеристике запасов химического оружия как личной собственности президента (использование предлога *of* в значении обладания) [39].

Таким образом, приведенные выше примеры демонстрируют, что приветствие и причина обращения являются одними из ключевых элементов обращения к нации, с помощью которых обозначается повестка дня, очерчивается круг заинтересованных лиц и задается тон выступления в целом.

о Описание действий США

(4) О: *In that time, America has worked with allies to provide humanitarian support, to help the moderate opposition, and to shape a political settlement.* ‘В то время Америка действовала вместе с союзниками, чтобы оказать гуманитарную поддержку, помочь умеренной оппозиции и способствовать политическому урегулированию конфликта’;

(5) Т: *The purpose of our actions tonight is to establish a strong deterrent against the production, spread, and use of chemical weapons. Establishing this deterrent is a vital national security interest of the United States.* ‘Цель наших действий сегодня — обеспечить сдерживание производства, распространения и применения химического оружия. Обеспечение подобного сдерживания является жизненно важным интересом национальной безопасности Соединенных Штатов’;

(6) Т: *Over the last five days, you have seen that a ceasefire that we established along Syria’s border has held, and it’s held very well, beyond most expectations.* ‘за последние пять дней вы убедились, что режим прекращения огня, который мы установили вдоль границы с Сирией, соблюдается и соблюдается очень хорошо, превосходя все ожидания’.

Примеры (4)—(6) демонстрируют то, как США позиционируют свою деятельность на территории Сирии.

Общей чертой всех примеров является употребление глаголов, несущих созидательный смысл, таких, как *to provide* ‘обеспечивать’, *to help* ‘помогать’, *to shape* ‘формировать’, *to establish* ‘устанавливать’. Употребление данных глаголов призвано подчеркнуть контраст между войной с ее деструктивным характером и действиями США, направленными на предотвращение дальнейшей эскалации конфликта. Данная мысль находит свое подтверждение в употреблении лексики, несущей яркую антивоенную коннотацию. В частности, речь идет об использовании существительных *deterrent* ‘сдерживающий фактор’ и *ceasefire* ‘режим прекращения огня’, а также эпитетов, выраженных прилагательными *moderate* ‘умеренная оппозиция’ и *political* ‘политическое урегулирование’.

Как и в случае с причиной обращения, в указанных примерах прослеживается поляризация участников конфликта, которая осуществляется по принципу деления на «своих» и «чужих»: *America has worked with allies* ‘Америка действовала вместе с союзниками’, *our actions* ‘наши действия’, *a ceasefire that we established* ‘режим прекращения огня, который мы установили’. Несмотря на то, что в данных примерах не содержится открытых обвинений в адрес противника, тем не менее акцент делается на подчеркнуто миролюбивый характер и конструктивные действия американской стороны и ее союзников, что в контексте указанных обращений противопоставляется такому элементу сценария, как «описание сцен насилия».

Учитывая вышесказанное, можно сделать вывод, что описание действий США осуществляется за счет так называемой стратегии на повышение, а также имплицитного противопоставления конфликтующих сторон, которое становится очевидным в других элементах сценария.

о Описание сцен насилия (обвинения)

(7) О: *The situation profoundly changed, though, on August 21st, when Assad's government gassed to death over a thousand people, including hundreds of children. The images from this massacre are sickening: Men, women, children lying in rows, killed by poison gas. Others foaming at the mouth, gasping for breath. A father clutching his dead children, imploring them to get up and walk.* ‘Однако ситуация кардинально изменилась 21 августа, когда правительство Асада отравило газом более тысячи человек, включая сотни детей. Образы этой бойни отвратительны: лежащие рядами трупы мужчин, женщин и детей, убитых отравляющим газом. Кто-то с пеной у рта жадно глотает воздух. Отец сжимает своих мертвых детей, умоляя их встать и пойти’;

(8) Т: *Last Saturday, the Assad regime again deployed chemical weapons to slaughter innocent civilians — this time, in the town of Douma, near the Syrian capital of Damascus. This massacre was a significant escalation in a pattern of chemical weapons use by that very terrible regime. The evil and the despicable attack left mothers and fathers, infants and children, thrashing in pain and gasping for air. These are not the actions of a man; they are crimes of a monster instead.* ‘В прошлую субботу режим Асада снова применил химическое оружие, чтобы убить ни в чем не повинных мирных жителей — на этот раз в городе Дума, недалеко от сирийской столицы Дамаска. Эта бойня значительно обострила конфликт в части применения химического оружия этим ужасным режимом. Вероломное и гнусное нападение вынудило матерей и отцов, младенцев и детей мучиться от боли, жадно глотая воздух. Это не действия мужчины, а преступления монстра’;

(9) Т: *The last administration said, “Assad must go.” They could've easily produced that outcome, but they didn't. In fact, they drew a very powerful red line in the sand — you all remember, the red line in the sand — when children were gassed and killed, but then did not honor their commitment as other children died in the same horrible manner. But I did honor my commitments with 58 Tomahawks.*

Eight long years after President Obama's ill-fated push at regime change, U.S. troops are still on the ground in Syria. More than half a million people are dead, hundreds of thousands are terribly injured, and millions more Syrians are displaced. It really is a nightmare of misery. 'Преыдушая администрация заявила: «Асад должен уйти». Они с легкостью могли достигнуть подобного результата, но не сделали этого. Фактически, они открыто обозначили красную линию на песке (прим. автора: красная линия в политике — позиция, при нарушении которой безопасность более не гарантирована) — вы все помните ту красную линию — **когда детей травили газом и убивали**, но затем они не выполнили свои обязательства, **позволив другим детям умереть таким же ужасным образом**. А я выполнил свои обязательства с помощью 58 томагавков.

Спустя восемь долгих лет после злополучной попытки президента Обамы сменить режим американские войска все еще находятся в Сирии. **Более полумиллиона человек погибли, сотни тысяч получили тяжелые ранения, еще миллионы сирийцев стали беженцами**. Это действительно кошмар, полный страданий'.

Описание сцен насилия (обвинения) — один из наиболее сложных элементов сценария военно-политического дискурса с точки зрения лингвистического анализа, поэтому каждый из представленных трех примеров стоит рассматривать по отдельности.

В примере (7) ответственность за 'бойню' *massacre* персонифицируется и возлагается непосредственно на 'правительство Асада' *Assad's government*, подчеркивается и способ убийства — применение химического оружия. Описание населения, пострадавшего от химической атаки, выстроено таким образом, чтобы трижды отметить присутствие детей среди жертв.

В первом предложении отрывка все жертвы атаки упоминаются с использованием нейтрального собирательного существительного *people* 'люди', однако президент подчеркивает тот факт, что жертвами стали *hundreds of children* 'сотни детей'. В третьем предложении дублируется содержание первого, однако с той поправкой, что нейтральное *people* 'люди' заменяется на *men, women, children* 'мужчины, женщины, дети', что подчеркивает беспринципность и безжалостность сирийского режима, убивающего собственное население без оглядки на пол и возраст. В пятом предложении абстрактные жертвы конкретизируются до отдельной семьи, в которой отец переживает смерть детей (*a father clutching his dead children*). Таким образом, неоднократное повторение одного и того же сообщения призвано максимально закрепить его содержание на уровне подсознания аудитории, а переход от абстрактного «люди» до конкретного «отец» направлено на то, чтобы тронуть слушателей, позволить им прочувствовать трагедию и, возможно, ассоциировать ее с собой.

В том же отрывке (7) описываются пугающие сцены предсмертной агонии жертв химической атаки: пена у рта (*foaming at the mouth*), жажда воздуха (*gasping for breath*). Неприятные подробности необходимы, чтобы придать

достоверности описанию, убедить аудиторию в правдивости создаваемых образов, а также вызвать у слушателей определенное чувство вины за происходящее и за собственное бездействие.

Отрывок (8) строится примерно по тому же шаблону, что поддерживает предположение о существовании определенного сценария военно-политического дискурса. Например, ответственность за ‘совершение массового убийства невинных жителей’, ‘бойню’ (*to slaughter innocent civilians, massacre*) возлагается непосредственно на ‘режим Асада’ *the Assad regime*, который также характеризуется как ‘очень ужасный режим’ *very terrible regime*. Стоит отметить, что само по себе существительное *regime* ‘режим’ уже несет в себе отрицательную коннотацию и подразумевает правительство, избрание которого произошло нечестным путем [34]. Дальнейшая демонизация образа Асада осуществляется также за счет использования эпитетов, подчеркивающих жестокую природу режима и его действий (*despicable* — ‘отвратительный’, *evil* — ‘гнусный’).

Как и в предыдущем примере, но с меньшими подробностями, описываются жертвы химической атаки: на этот раз акцент делается на их социальных ролях, чтобы подчеркнуть, что те самые «невинные жители» — это прежде всего «матери и отцы, младенцы и дети». Практически та же лексика, что и в примере (7), задействована для описания предсмертных страданий жертв, которые ‘мучаются от боли, жаждая глотнуть воздуха’ *thrashing in pain, gasping for air*. Завершается описание антитезой-обвинением, в которой под «человеком» подразумевается конкретная личность — президент Б. Асад. Таким образом, говоря о том, что все происходящее — «это не действия человека, а преступления монстра», Д. Трамп возлагает личную ответственность за все происходящее на Б. Асада и его режим.

Пример (9) несколько отличается от предыдущих двух фрагментов. Его особенность заключается в том, что обвинения в данном случае распространяются не только на режим Асада, но и на предшествующую администрацию Б. Обамы. Тем не менее, во всех трех отрывках делается акцент на жертвах среди детей. Дети в данных текстах символизируют собой будущее, соответственно, массовая гибель детей лишает страну надежды на дальнейшее развитие, а, возможно, и на дальнейшее существование.

На этот раз ответственность за происходящее возлагается непосредственно на предшественника Д. Трампа и его ‘провальную попытку смены режима’ *ill-fated push at regime change*, которая повлекла за собой массовую гибель людей, увечья и отток беженцев с территории Сирии. Эти трагичные события Д. Трамп описывает метафорой ‘кошмар, полный страданий’ *a nightmare of misery*.

Приведенные примеры демонстрируют, что описание сцен насилия является частью так называемой стратегии на понижение, которая подразумевает дискредитацию противника для достижения собственных целей. В таких случаях распространено использование эпитетов с отрицательной коннотацией, метафор, антитезы, при этом независимо от действующей администрации

используются одни и те же сюжеты, описываемые с использованием одной и той же лексики.

○ Описание роли США на мировой арене

(10) О: *My fellow Americans, for nearly seven decades, the United States has been **the anchor of global security**. This has meant doing more than forging international agreement — it has meant enforcing them. **The burdens of leadership are often heavy**, but the world is a better place because we have borne them.* ‘Дорогие соотечественники, на протяжении почти семи десятилетий Соединенные Штаты выступают **гарантом международной безопасности**. Это значит не просто заключать международные соглашения, но и обеспечивать их соблюдение. **Бремя лидерства часто бывает тяжелым**, но мир стал лучше, потому что мы его понесли’;

(11) Т: *I will say this: The United States has a lot to offer, with **the greatest and most powerful economy in the history of the world**.* ‘Я скажу так: Соединенным Штатам есть что предложить благодаря **самой большой и мощной экономике в мировой истории**’;

(12) Т: *No amount of American blood or treasure can produce lasting peace and security in the Middle East. It’s a troubled place. **We will try to make it better, but it is a troubled place**.* ‘Никакое количество американской крови или американских денег не может обеспечить прочный мир и безопасность на Ближнем Востоке. Это беспокойный регион. **Мы постараемся сделать его лучше, но это беспокойный регион**’;

(13) Т: *Turkey, Syria, and all forms of the Kurds, have been fighting for centuries. **We have done them a great service, and we’ve done a great job for all of them**. And now we’re getting out.* ‘Турция, Сирия и курдские племена воевали веками. **Мы оказали им огромную услугу и проделали огромную работу, важную для каждой из сторон**. А теперь мы уходим’;

(14) Т: *We are now **an economic powerhouse like never before, and, very importantly, like no other**.* ‘На сегодняшний день мы выступаем **центром мировой экономики — мощным, как никогда раньше, и, что очень важно, как никто другой**’.

Традиционно описание роли США на мировой арене строится в рамках концепции американской исключительности, обращение к которой характерно не только для военно-политического дискурса США, но и для президентского дискурса в целом.

В примере (10) Б. Обама говорит об уникальном положении США на мировой арене, отмечая, что на протяжении долгого времени страна является ‘гарантом международной безопасности’ *the anchor of global security*. Известно, что данная метафора неоднократно звучала в выступлениях Б. Обамы, в том числе относительно политики США в Ливии и Сирии. Особая роль, которую США играют на международной арене, закономерно дает им право не только принимать участие в создании свода правил для других игроков, но также принуждать их действовать по этим правилам для достижения всеобщего благоденствия. Стоит отметить, что любая негативная реакция в адрес

США интерпретируется как последствия ‘бремени лидерства’ *the burdens of leadership*, с которыми, однако, стоит смириться, чтобы сделать мир лучше.

Отдельного внимания заслуживает тема вклада США в достижение всеобщего благополучия, которая так или иначе затрагивается и Б. Обамой, и Д. Трампом. Примеры (10)—(13) демонстрируют, что заслуги США подчеркиваются с использованием антитезы, благодаря которой негативная информация, содержащаяся в начале предложения или в предыдущем предложении, компенсируется положительной информацией в последующей части текста (*the burdens are heavy — the world is a better place; a troubled place — we will try to make it better; Turkey, Syria and Kurds have been fighting for centuries — we have done them a great service*). Таким образом, США формируют свой образ посредника в международных конфликтах, урегулирование которых является актом доброй воли. Данная мысль встречается дважды в отрывке (13), где для закрепления сообщения в сознании слушателя используется анафора (*we have done them a great service, we’ve done a great job*), а неоднократное употребление местоимения *we* ‘мы’ лишь усиливает оппозицию «свои — чужие» [40], противопоставляя заслуги США действиям мирового сообщества.

Особенностью выступлений Трампа и описания им роли США на мировой арене является неизменный акцент на экономическом превосходстве США над другими государствами, которое подчеркивается с помощью приема сравнения (*an economic powerhouse like never before*) и прилагательных в превосходной степени (*the greatest and most powerful economy*). Возможно, подобная расстановка акцентов объясняется принадлежностью самого Д. Трампа к бизнес-кругам, что также наложило отпечаток на его президентскую риторiku.

Учитывая вышесказанное, можно сделать вывод, что в основе описания роли США на мировой арене лежит концепция об американской исключительности, подразумевающая политическое и экономическое превосходство США над другими странами. Подобное превосходство, в свою очередь, наделяет США правом принимать решения, затрагивающие жизнь других стран, а также предоставляет США пространство для маневра в реализации этих решений.

Лингвистически исключительность США подчеркивается благодаря приемам антитезы, анафоры, сравнения, а также с помощью употребления прилагательных в превосходной степени. В контексте описания роли США на мировой арене возможно использование как стратегии на повышение (самопрезентация), так и стратегии на понижение (репрезентация других), что определяет потенциально неограниченный набор языковых средств, которые могут быть задействованы в данной части обращения к нации [41].

○ Отсылка к знаковым кампаниям

Еще один элемент обращения к нации, заслуживающий отдельного внимания — отсылка к знаковым кампаниям, в которых отстаивались схожие (или заявляемые таковыми) идеалы и ценности. Интересен тот факт, что президенты ссылаются на одни и те же исторические события, как, например:

(15) O: *In World War I, American GIs were among the many thousands killed by deadly gas in the trenches of Europe.* ‘**Во время Первой мировой войны** американские солдаты были среди многочисленных жертв, убитых смертоносным газом в траншеях Европы’;

(16) T: *By the end of the World War I, more than one million people had been killed or injured by chemical weapons.* ‘**К концу Первой мировой войны** более миллиона человек были убиты или ранены химическим оружием’.

Первая мировая война печально известна не только своими масштабами и количеством жертв, но и тем, что в 1915 году в качестве оружия массового поражения впервые был использован газ иприт. Сопоставление Первой мировой войны и войны в Сирии используется, чтобы подчеркнуть потенциал конфликта в случае, если химическое оружие будет применено за пределами Сирии. Кроме того, Первая мировая война так или иначе знакома большей части аудитории, поэтому подобное сравнение позволяет слушателям провести необходимые аналогии и составить представление о разворачивающемся конфликте.

Помимо мировых войн, особое внимание в речах политиков также уделяется локальным столкновениям, в которых участвовали США:

(17) O: *Now, I know that after the terrible toll of Iraq and Afghanistan, the idea of any military action, no matter how limited, is not going to be popular.* ‘Я знаю, что после ужасных потерь, понесенных **в Ираке и Афганистане**, идея любых военных действий, какими бы ограниченными они ни были, не будет популярной’;

(18) O: *I will not pursue a prolonged air campaign like Libya or Kosovo.* ‘Я не буду инициировать продолжительную воздушную кампанию, как в **Ливии или Косово**’.

Как в случае с глобальными конфликтами, отсылка к региональным операциям обладает особым манипулятивным эффектом в связи с тем, что упоминаемые военные столкновения хорошо известны большей части населения, так как американские солдаты принимали непосредственное участие в ряде военных операций.

Однако, стоит отметить, что если глобальные конфликты, такие, как Первая мировая война, упоминаются, чтобы подчеркнуть доблесть и отвагу американских солдат, то войны в Афганистане, Ираке, Вьетнаме и ряде других регионов расцениваются как внешнеполитический провал, который не повторится в существующих условиях. Под внешнеполитическим провалом в данном случае понимается война на чужой территории с внушительными человеческими потерями, которая не принесла США выгоды в долгосрочной перспективе.

Таким образом, отсылка к знаковым кампаниям как элемент обращения к нации позволяет, с одной стороны, выстроить у аудитории нужные ассоциативные ряды, чтобы составить представление о военном конфликте, а, с другой стороны, абстрагироваться от внешнеполитических ошибок предыдущих администраций для инициирования новой военной кампании.

○ Призыв к действию

(19) O: *But when, with modest effort and risk, we can stop children from being gassed to death and thereby make our own children safer over the long run, I believe we should act. That's what makes America different. That's what makes us exceptional.* 'В случае, если при минимальных усилиях и с минимальным риском мы можем предотвратить отравление детей газом и тем самым обеспечить безопасность наших собственных детей в долгосрочной перспективе, я считаю, **что мы должны действовать.** Вот что отличает Америку. Вот что делает нас исключительными';

(20) T: *The combined American, British, and French response to these atrocities will integrate all instruments of our national power — military, economic and diplomatic. We are prepared to sustain this response until the Syrian regime stops its use of prohibited chemical agents.* 'Совместные действия Америки, Великобритании и Франции в ответ на эти зверства будут включать все инструменты, демонстрирующие нашу национальную мощь — военные, экономические и дипломатические. **Мы готовы держать ответ** до тех пор, пока сирийский режим не прекратит использование запрещенных химических веществ.';

(21) T: *The job of our military is not to police the world. Other nations must step up and do their fair share. That hasn't taken place. Today's breakthrough is a critical step in that direction.* 'Работа наших военных заключается не в том, чтобы следить за всем миром. **Другие нации тоже должны сделать шаг вперед и внести свой вклад.** Этого не произошло. Сегодняшний прорыв — важный шаг в этом направлении'.

Обращение к нации должно содержать определенный призыв к действию, причем под действием в данном случае понимается, в первую очередь, одобрение населения, на деньги которого иницируются военные кампании и силами которого они реализуются.

Примеры (19)—(21) демонстрируют, что риторика Б. Обамы и Д. Трампа по этому вопросу заметно отличается: если Б. Обама обращался за поддержкой непосредственно к населению США, то Д. Трамп на протяжении обоих обращений к нации делал упор на то, что США не остаются один на один с войной в Сирии.

В обращении Б. Обамы (19) призыв к действию сопровождался следующими тезисами: для США участие в сирийской кампании не влечет за собой особого риска и вложений (*with modest effort and risk*); события в Сирии представляют угрозу для национальной безопасности самих США: как и в случае с описанием сцен насилия, центральное место занимает тема жертв со стороны детей (*stop children from being gassed to death*). Таким образом, Б. Обама стремится подчеркнуть, что будущее всех стран в современном мире взаимосвязано, поэтому если отобрать право на будущее у одного государства, это вызовет цепную реакцию, последствия которой в долгосрочной перспективе могут оказаться непредсказуемыми. В свою очередь, проводя параллель между сирийскими и американскими детьми, Б. Обама обращается к традиционным ценностям, в том числе к теме материнства и детства, которая играет важную роль в жизни американского общества.

Еще одна традиционная тема, затронутая президентом в данном примере — тема американской исключительности и особого статуса США на мировой арене, который не позволяет США бездействовать в случае угрозы международной стабильности. Утверждение *I believe we should act* ‘я считаю, что мы должны действовать’ ставится в сильную позицию благодаря последующему использованию анафоры и скрытой антитезы, в которой способность США действовать в самые трудные моменты противопоставляется бездействию других стран мира за счет использования эпитетов *different* ‘другой’ и *exceptional* ‘исключительный’.

В отличие от своего предшественника Д. Трамп заявляет о необходимости воздействия на сирийский режим общими усилиями и призывает другие страны «внести справедливый вклад» в борьбу с распространением химического оружия. Подобный дискурсивный поворот является закономерным продолжением риторики дистанцирования от курса предыдущей администрации, рейтинг которой во многом был подорван военными инициативами руководства. Таким образом, американская исключительность в понятии Д. Трампа не имеет ничего общего с «обеспечением порядка во всем мире», а заключается в военном, экономическом и дипломатическом потенциале государства.

Учитывая вышесказанное, можно сделать вывод, что призыв к действию как фрагмент обращения к нации связан причинно-следственными отношениями с описанием роли США на мировой арене. Это объясняется тем, что готовность США принимать участие в международных военных операциях напрямую зависит от того, каким образом руководство страны позиционирует США на родине и за рубежом.

Заключение

Военно-политический дискурс занимает особое место в классификации гибридных институциональных типов дискурса и представляет собой дискурс политических элит, сопровождающий различные этапы военных кампаний и призванный обосновать необходимость их осуществления с учетом основополагающих ценностей того или иного общества.

Ключевым жанром военно-политического дискурса является обращение к нации, которое, будучи официальным жанром, обладает более или менее постоянной структурой с нежестким порядком компонентов, позволяющих адаптировать тексты под конкретную социально-политическую ситуацию.

На примере военно-политического дискурса США было установлено, что речь идет о таких компонентах, как приветствие, причина обращения, описание действий США, описание сцен насилия (обвинения), описание роли США на мировой арене, отсылка к знаковым кампаниям, призыв к действию.

Каждый из этих компонентов играет свою роль в структуре военно-политического дискурса и реализуется за счет определенного набора дискурсивных формул, не зависящих от политических предпочтений выступающего:

1. Приветствие и причина обращения формируют повестку дня, очерчивают круг заинтересованных лиц и задают тон выступления в целом.

2. Описание действий США преимущественно осуществляется за счет стратегии на повышение, а также имплицитного противопоставления конфликтующих сторон.

3. Описание сцен насилия является частью стратегии на понижение. В подобных случаях распространено использование эпитетов с отрицательной коннотацией, метафор, антитезы, при этом описываются одни и те же сюжеты с использованием одной и той же лексики.

4. В основе описания роли США на мировой арене лежит концепция об американской исключительности, подразумевающая политическое и экономическое превосходство США над другими странами. Лингвистически исключительность США подчеркивается благодаря приемам антитезы, анафоры, сравнения, а также с помощью употребления прилагательных в превосходной степени. Для описания роли США на мировой арене возможно использование как стратегии на повышение (самопрезентация), так и стратегии на понижение (репрезентация других).

5. Отсылка к знаковым кампаниям позволяет, с одной стороны, выстроить у аудитории нужные ассоциативные ряды, чтобы составить представление о военном конфликте, а, с другой стороны, абстрагироваться от внешнеполитических ошибок предыдущих администраций для инициирования новой военной кампании.

6. Призыв к действию как фрагмент обращения к нации связан причинно-следственными отношениями с описанием роли США на мировой арене. Это объясняется тем, что готовность США принимать участие в международных военных операциях напрямую зависит от того, каким образом руководство страны позиционирует США на родине и за рубежом.

Учитывая вышесказанное, по мнению автора, дальнейшее изучение компонентов и сценариев военно-политического дискурса, характерных для его жанров, позволит не только выявить механизмы манипуляции общественным мнением в рамках данного вида дискурса, но и, возможно, выработать схему для прогнозирования внешнеполитических событий с использованием анализа текстов.

Библиографический список

1. *Dijk T.A.* Discourse and Racism // *A Companion to Racial and Ethnic Studies*. D.T. Goldberg & J. Solomos (eds.), Oxford: Blackwell, 2008. P. 145—159.
2. *Zelizer B.* CNN, the Gulf War, and journalistic practice // *Journal of Communication*. 1992. № 42 (1). P. 66—81.
3. *Deutsche R.* Hiroshima After Iraq: Three Studies in Art and War. Columbia: Columbia University Press, 2010.
4. *Miller R.B.* Interpretations of conflict: ethics, pacifism, and the just-war tradition. Chicago: University of Chicago Press, 1991.
5. *Johnson J.T.* The just war idea: the state of the question // *Social Philosophy & Policy*. 2006. № 23 (1). P. 167—195.

6. *Fiala A.* The just war myth: The moral illusions of war. Rowman & Littlefield, 2008.
7. *Gay W.* The language of war and peace // *Encyclopedia of violence, peace, and conflict*. 2008. P. 1115—1127.
8. *Gay W.* Exposing and Overcoming Linguistic Alienation and Linguistic Violence // *Philosophy and Social Criticism*. 1998. № 24 (2). P. 137—156.
9. *Burridge J.* The Dynamics of ‘Pacifism’ and ‘Warmongering’: The Denial of Stake in Debates Preceding the 2003 Invasion of Iraq // *Discourse, Peace, and Conflict. Peace Psychology Book Series*. Springer, Cham. Gibson S. (eds). 2018. P. 133—148.
10. *Goetze C.* When democracies go to war: Public debate and the French decision on war in 1999 and 2003 // *Global Society*. 2008. № 22 (1). P. 57—74.
11. *Dunmire P.* 9/11 changed everything’: an intertextual analysis of the Bush Doctrine // *Discourse & Society*. 2009. № 20 (2). P. 195—222.
12. *Gavriely-Nuri D.* The idiosyncratic language of Israeli ‘peace’: A cultural approach to critical discourse analysis (CCDA) // *Discourse & Society*. 2010. № 21 (5). P. 565—585.
13. *Calhoun L.* Legitimate authority and “just war” in the modern world // *Peace & Change*. 2002. № 27 (1). P. 37—62.
14. *Lang A., Cian D.* Just War: Authority, Tradition, and Practice. Georgetown: Georgetown University Press, 2013.
15. *Lakoff G.* Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf // *Cognitive Semiotics*. 2009. № 4 (2). P. 5—19.
16. *Hodges A.* War discourse // *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*. 2015. P. 1—6.
17. *Андреев Н.И.* Особенности терминологии немецкого военно-политического дискурса в аспекте перевода на русский язык // *Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода*. 2011. № 1. С. 117—125.
18. *Бачурин В.Д.* Манипулятивные технологии, применяемые СМИ в современном военно-политическом дискурсе // *Политическая лингвистика*. 2014. № 4. С. 99—104.
19. *Кононова И.В., Лебединская Ю.В.* Иронические эвфемистические единицы военно-политического дискурса как средство манипулирования сознанием в новостных СМИ // *Актуальные проблемы современной лингвистики: сб. науч. ст.* СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. С. 30—34.
20. *Эпштейн О.В., Лазарева К.С.* Стратегии вербальной презентации в англоязычном военно-политическом дискурсе // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2016. № 3—2. С. 170—183.
21. *ХомUTOва Т.Н., Наумова К.А.* Военно-политический дискурс как особый тип дискурса // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика*. 2017. № 3. С. 49—53.
22. *Солопова О.А., Чудинов А.П.* Диахронический анализ метафор в британском корпусе текстов: колокола победы и Russia’s V-Day // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика*. 2018. Т. 22. № 2. С. 313—337.
23. *Олянич А.В.* Презентационные стратегии в военно-политическом дискурсе // *Вестник Волгоградского университета. Серия 2: Языкознание*. 2003. № 3. С. 119—126.
24. *Мавлеев Р.Р.* Роль военно-политического дискурса в информационно-психологической войне (на материале русского, английского и китайского языков) // *Речевое воздействие в политическом дискурсе: межд. конф. (Екатеринбург, 1—3 декабря 2016)*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2016. С. 91—94.
25. *Мавлеев Р.Р.* Проблемы концептуализации в военно-политическом дискурсе // *Регион и мир*. 2017. № 1. С. 106—108.
26. *Мишуров Э.Н.* Современный военно-политический дискурс: номинация, функции, девиация языка, транслят // *Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода*. 2020. № 2. С. 88—105.
27. *Курбаков И.А.* Военно-политический дискурс как гибридный тип дискурса // *Достижения науки в контексте повышения качества жизни и устойчивого развития общества: межд. конф. (Алматы, 29 апреля 2019)*. М.: Изд-во национального исследовательского института мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова, 2019. С. 210—217.

28. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
29. Солопова О.А., Наумова К.А. Гибридные форматы дискурса: проблемы классификации // Филологический класс. 2018. № 4 (54). С. 15—21.
30. The White House. President Barack Obama [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://obamawhitehouse.archives.gov> (дата обращения: 09.11.2020).
31. The White House [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov> (дата обращения: 09.11.2020).
32. Alemi M., Ashkan L., Nematzadeh A. Persuasion in political discourse: Barak Obama's presidential speeches against ISIS // Russian Journal of Linguistics. 2018. № 22 (2). P. 278—291. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-2-278-291
33. Руженцева Н.Б. Речевой жанр: портрет в контексте дискурса: (к вопросу о методике описания) // Политическая лингвистика. 2015. № 1 (51). С. 44—58.
34. Oxford Learner's Dictionaries [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 10.11.2020).
35. Kiewe A. The crisis tool in American political discourse // Politically speaking: A worldwide examination of language used in the public sphere. 1998. P. 79—90.
36. Montgomery M. The discourse of war after 9/11 // Language and Literature. 2005. № 14 (2). P. 149—180.
37. Ларина Т.В., Озюменко В.И., Пономаренко Е.Б. Языковые механизмы манипулирования общественным мнением в английских и русских информационных текстах // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2011. № 2. С. 28—37.
38. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения: 10.11.2020).
39. Спиридовский О.В. Интертекстуальность президентского дискурса в США, Германии и Австрии // Политическая лингвистика. 2006. № 20. С. 161—170.
40. Биюмена А.А. Лексические средства экспликации речевой агрессии в русскоязычных печатных изданиях советского периода // Русистика. 2020. Т. 18. № 2. С. 164—180. doi: 10.22363/2618-8163-2020-18-2-164-180
41. Карасик В.И. Адресная специализация в публичном политическом дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9. № 1. С. 32—49. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-32-49

References

1. Dijk, T.A. (2008). Discourse and Racism. In: *D.T. Goldberg & J. Solomos (eds.). A Companion to Racial and Ethnic Studies*. Oxford: Blackwell. pp. 145—159. DOI: 10.1111/b.9780631206163.2002.00017.
2. Zelizer, B. (1992). CNN, the Gulf War, and journalistic practice. *Journal of Communication*, 42(1), 66—81. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1992.tb00769.x
3. Deutsche, R. (2010). *Hiroshima After Iraq: Three Studies in Art and War*. Columbia: Columbia University Press. DOI: 10.7312/deut15278.
4. Miller, R.B. (1991). *Interpretations of conflict: ethics, pacifism, and the just-war tradition*. Chicago: University of Chicago Press.
5. Johnson, J.T. (2006). The just war idea: the state of the question. *Social Philosophy & Policy*, 23(1), 167—195. DOI: 10.1017/S0265052506060079.
6. Fiala, A. (2008). *The just war myth: The moral illusions of war*. Rowman & Littlefield.
7. Gay, W. (2008). The language of war and peace. In: *Encyclopedia of violence, peace, and conflict*. pp. 1115—1127. DOI: 10.1016/B978-012373985-8.00093-3.
8. Gay, W. (1998). Exposing and Overcoming Linguistic Alienation and Linguistic Violence. *Philosophy and Social Criticism*, 24(2), 137—156. DOI: 10.1177/019145379802400210.
9. Burrige, J. (2018). The Dynamics of 'Pacifism' and 'Warmongering': The Denial of Stake in Debates Preceding the 2003 Invasion of Iraq. In: *Gibson S. (eds), Discourse, Peace, and Conflict. Peace Psychology Book Series*. Springer, Cham. pp. 133—148. DOI: 10.1007/978-3-319-99094-1_8.
10. Goetze, C. (2008). When democracies go to war: Public debate and the French decision on war in 1999 and 2003. *Global Society*, 22(1), 57—74. DOI: 10.1080/13600820701740738.

11. Dunmire, P. (2009). 9/11 changed everything’: an intertextual analysis of the Bush Doctrine. *Discourse & Society*, 20(2), 195—222. DOI: 10.1177/0957926508099002.
12. Gavriely-Nuri, D. (2010). The idiosyncratic language of Israeli ‘peace’: A cultural approach to critical discourse analysis (CCDA). *Discourse & Society*, 21(5), 565—585. DOI: 10.1177/0957926510375934.
13. Calhoun, L. (2002). Legitimate authority and “just war” in the modern world. *Peace & Change*, 27(1), 37—62. DOI: 10.1111/1468-0130.00217.
14. Lang, A. & Cian, D. (2013). *Just War: Authority, Tradition, and Practice*. Georgetown University Press.
15. Lakoff, G. (2009). Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. *Cognitive Semiotics*, 4(2), 5—19. DOI:10.1515/cogsem.2009.4.2.5.
16. Hodges, A. (2015). War discourse. *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*. pp. 1—6. DOI: 10.1002/9781118611463.wbielsi026.
17. Andreev, N.I. (2011). Distinctive features of the terminology of the German military-political discourse in terms of translation into Russian. *Moscow University Translation Studies Bulletin*, 1, 117—125. (In Russ.).
18. Bachurin, V.D. (2014). Manipulative technologies used in modern military media and political discourse by mass media. *Political linguistics*, 4, 99—104. (In Russ.).
19. Kononova, I.V. & Lebedinskaya, Yu.V. (2016). Ironic euphemistic units of military-political discourse as a means of manipulating consciousness in news media. In: *Relevant issues of modern linguistics: conference proceedings*. Saint-Petersburg: Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi ehkonomicheskii universitet Publ. pp. 30—34. (In Russ.).
20. Ehpshtein, O.V. & Lazareva, K.S. (2016). Verbal presentation strategies in English-language political-military discourse. *Relevant issues of humanitarian and natural sciences*, 3—2, 170—183. (In Russ.).
21. Khomutova, T.N. & Naumova, K.A. (2017). Military-political discourse as a distinctive type of discourse. *Bulletin of the South Ural State University. Series Linguistics*, 3, 49—53. (In Russ.). DOI: 10.14529/ling170307.
22. Solopova, O.A. & Chudinov, A.P. (2018). Diachronic analysis of political metaphors in the British corpus: from victory bells to Russia’s V-Day. *Russian Journal of Linguistics*, 22(2), 313—337. (In Russ.). DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-2-313-337.
23. Olyanich, A.V. (2003). Presentation strategies in military-political discourse. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 3, 119—126. (In Russ.).
24. Mavleyev, R.R. (2016). The role of the military-political discourse in the context of information-psychological warfare (a case study of the Russian, English and Chinese languages). In: *Persuasion in political discourse: international conference proceedings*. Yekaterinburg: Ural’skii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet publ. pp. 91—94. (In Russ.).
25. Mavleyev, R.R. (2017). The questions of conceptualization in military-political discourse. *Region and the world*, 1, 106—108. (In Russ.).
26. Mishkurov, E.N. (2020). Modern military-political discourse: nominations, functions, language deviations, translation. *Moscow University Translation Studies Bulletin*, 2, 88—105. (In Russ.).
27. Kurbakov, I.A. (2019). Hybrid nature of military and political discourse. In: *Scientific achievements in the context of improving the quality of life and sustainable development of society: international conference proceedings*. Moscow: Izd-vo natsional’nogo issledovatel’skogo instituta mirovoi ehkonomiki i mezhdunarodnykh otnoshenii im. E.M. Primakova Publ. pp. 210—217. (In Russ.).
28. Karasik, V.I. (2002). *Language circle: personality, concepts, discourse*. Volgograd: Peremena Publ. (In Russ.).
29. Solopova, O.A. & Naumova, K.A. (2018). Hybrid discourse formats: classification issues. *Philological Class*, 4(54), 15—21. (In Russ.). DOI: 10.26710/fk18-04-02.
30. The White House. President Barack Obama [Electronic resource]. URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov> (accessed: 09.11.2020).

31. The White House [Electronic resource]. URL: <https://www.whitehouse.gov> (accessed: 09.11.2020).
32. Alemi, M., Ashkan, L. & Nematzadeh, A. (2018). Persuasion in political discourse: Barak Obama's presidential speeches against ISIS. *Russian Journal of Linguistics*, 22(2), 278—291. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-2-278-291
33. Ruzhentseva, N.B. (2015). Speech genre: a portrait in the context of discourse (to the problem of methods of description). *Political linguistics*, 1(51), 44—58. (In Russ.).
34. Oxford Learner's Dictionaries [Electronic resource]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (accessed: 10.11.2020).
35. Kiewe, A. (1998). The crisis tool in American political discourse. *Politically speaking: A worldwide examination of language used in the public sphere*, 79—90.
36. Montgomery, M. (2005). The discourse of war after 9/11. *Language and Literature*, 14(2), 149—180. DOI: <https://doi.org/10.1177/0963947005051286>.
37. Larina, T.V., Ozyumenko, V.I. & Ponomarenko, E.B. (2011). Language mechanism used to manipulate public opinion in English and Russian news texts. *Russian Journal of Linguistics*, (2), 28—37. (In Russ.).
38. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (accessed: 10.11.2020).
39. Spiridovskii, O.V. (2006). Intertextuality of Presidential Discourse in the USA, Germany and Austria. *Political linguistics*, 20, 161—170. (In Russ.).
40. Biyumena, A.A. (2020). Lexical means of speech aggression in Soviet Russian-language print media. *Russian Language Studies*, 18(2), 164—180. (In Russ.). doi: 10.22363/2618-8163-2020-18-2-164-180
41. Karasik, V.I. (2018). Address specialization in public political discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 9(1), 32—49. (In Russ.). DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-32-49

Сведения об авторах:

Солопова Ольга Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и перевода института лингвистики и международных коммуникаций ФГАОУ ВО Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет); *сфера научных интересов*: топонимика, имагология, лингвополитическая прогнозика, дискурсология, диахроническая лингвистика; *e-mail*: o-solopova@bk.ru
ORCID: 0000-0003-4170-7267; eLIBRARY SPIN-code: 6589-5366

Наумова Ксения Андреевна, аспирант кафедры лингвистики и перевода института лингвистики и международных коммуникаций ФГАОУ ВО Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет); *сфера научных интересов*: анализ дискурса, военно-политический дискурс, военно-публицистический дискурс; *e-mail*: naumova.ksenia94@mail.ru
ORCID: 0000-0002-1729-395X. eLIBRARY SPIN-code: 3171-3433

Information about authors:

Olga A. Solopova, Ph.D. (Advanced Doctorate) in Philology, Professor at the Department of Linguistics and Translation at the Institute of Linguistics and International Communications of South Ural State University (National Research University); *research interests*: toponymy, imagology, linguistic political prognostics, discourse analysis, diachronic linguistics; *e-mail*: o-solopova@bk.ru
ORCID: 0000-0003-4170-7267; eLIBRARY SPIN-code: 6589-5366

Ksenia A. Naumova, postgraduate student, Department of Linguistics and Translation, Institute of Linguistics and International Communications of South Ural State University (National Research University); *research interests*: discourse analysis, military-political discourse, military-media discourse; *e-mail*: naumova.ksenia94@mail.ru
ORCID: 0000-0002-1729-395X. eLIBRARY SPIN-code: 3171-3433



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-969-980

UDC 811.134.2:82-14:008

Research article / Научная статья

The Idiolect of Ernestine de Champourcin in Terms of Cultural Accommodation

Yakov M. Druzhkov  , Olga S. Chesnokova Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya Str., Moscow, Russian Federation, 1171981032133631@rudn.ru

Abstract. This article is devoted to the idiolect of Ernestina de Champourcin, a contemporary of the Generation-27, an iconic group of Spanish poets of the 20th century. The authors propose is to consider the poetess's idiolect in the aspect of cultural accommodation beyond the traditional translation discourse, through the analysis of two poetry collections — “Presencia a oscuras” and “Primer exilio” which stand at the turn of two stages of Ernestina de Champourcin's creative work. The authors analyse the aesthetic, cognitive and linguistic vectors of the poet's idiolect and systematise the reasons for its dynamics. On the basis of the comparative analysis of the elements of the poetic idiolect of her works of different periods, the authors note that the idiolect evolves in accordance with the conditions created by cultural accommodation, and therefore the consideration of cultural accommodation is possible not only in the context of translation adequacy and equivalence, but also chronologically, at the level of idiolect, as evidenced, in particular, by the use of regional variations of lexical units, syntax and the prevalence of this or that temporal plane. The analysis of idiolect makes it possible to narrow the perspective of the material under study, and thus represents the first link of the work on poetic translation. It is argued that the translation of a poetic text is impossible without considering the “internal” cultural accommodation of the idiolect, which takes place according to the cultural accommodation of the individual and independently of the translation. Based on their analysis, the authors emphasize the role of idiolect as a key factor in the studies devoted to the chronological description of the creative formation of any poet.

Key words: idiolect, idiostyle, cultural accommodation, poetic discourse, poetics, poetic subject

Financing. Acknowledgement

The study was funded by a grant from the Russian Science Foundation (project No. 19-18-00429) at the Institute of Linguistics of Russian Academy of Science.

Article history:

Received: 01.04.2021

Accepted: 15.09.2021

© Druzhkov Ya.M., Chesnokova O.S., 2021

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

For citation:

Druzhkov, Ya.M. & Chesnokova, O.S. (2021). The Idiolect of Ernestine de Champourcin in Terms of Cultural Accommodation. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 969—980. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-969-980

УДК 811.134.2:82-14:008

Идиолект Эрнестины де Чампурсин в аспекте культурной аккомодации

Я.М. Дружков  , **О.С. Чеснокова** 

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6
 1032133631@rudn.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу идиолекта Эрнестины де Чампурсин, современницы Поколения 27-го года, знаковой для XX-го века группы испанских поэтов. Авторы предлагают рассматривать идиолект поэтессы в аспекте культурной аккомодации вне традиционного переводоведческого дискурса, посредством анализа двух поэтических сборников («Presencia a oscuras» и «Primer exilio»), которые стоят на рубеже двух этапов творческого пути Эрнестины де Чампурсин. Авторы анализируют лингвистический когнитивный и эстетический векторы идиолекта поэтессы и систематизирует причины его динамики. На основе сравнительного анализа элементов поэтического идиолекта произведений разных периодов, авторы отмечают, что идиолект эволюционирует согласно условиям, создаваемым культурной аккомодацией, а, следовательно, рассмотрение культурной аккомодации возможно не только в контексте переводческой адекватности и эквивалентности, но и хронологически, на уровне идиолекта, о чем свидетельствуют, в частности, использование региональных вариантов лексических единиц, синтаксиса и преобладание того или иного временного плана. Анализ идиолекта позволяет сузить ракурс исследуемого материала, и, таким образом представлять собой первое звено работы над поэтическим переводом. Авторы приходят к выводу, что перевод поэтического текста невозможен без учета «внутренней» культурной аккомодации идиолекта, происходящей соответственно культурной аккомодации индивида и вне зависимости от перевода. На основе проведенного анализа авторы подчеркивают роль идиолекта как ключевого фактора в работах, посвященных хронологическому описанию творческого становления автора поэтического текста.

Ключевые слова: идиолект, идиостиль, культурная аккомодация, поэтический дискурс, поэтика, поэтический субъект

Финансирование. Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00429) в Институте языкознания РАН

История статьи:

Дата поступления: 01.04.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Druzhkov Ya.M., Chesnokova O.S. The Idiolect of Ernestine de Champourcin in Terms of Cultural Accommodation // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 969—980. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-969-980

Introduction

In the poetic discourse studies the cultural accommodation is primarily discussed in the angle of poetic translation within which this phenomenon undoubtedly and most vividly demonstrates intercultural communication, and according to S.F. Goncharenko, proposes “comprehension of a target text as a part of the live literary process, as the cultural tradition and memory of the language it was realised in” [1].

At the same time, we may treat the cultural accommodation within the idiolect of the only one author without taking into account the experience of interpretation and philological hermeneutics. Examining an idiolect in absence of a translation and a translator, firstly, we narrow the perspective of the material under the study, and secondly, turn to the factors directly influencing the evolution of an idiolect.

It’s worth noting that in the article we don’t discriminate the terms “idiolect” and “idiostyle”. Such discrimination is proper to the home Russian linguistics, above all [2. P. 100—108], understanding idiolect as “a tale of formal and stylistic peculiarities, typical of the speech of a single bearer of the language”, and idiostyle means “a system of relations concerning various means and methods of self-representation, individually set by a linguistic personality” [3. P. 12—13]. So, further on speaking about the idiolect of a poet, we primarily discuss the specifics of a poetic text form the point of view of a private, individual worldview of the author himself, while the idiostyle analysis supposes to reveal the individual system through common means of self-representation.

A text of a literary work is a form of its existence, it enables the reconstruction of the content of a literary writing, it recreates the place in the culture of the time of its creation or within the cultures of changing epochs [4. P. 110]. The language of a text, being closely connected with the culture and simultaneously its product and requirement, contains in itself a number of individual characteristics forming an idiolect.

Despite the fact that the final judgement on a poet’s idiolect is given to a reader as a recipient, its analysis assumes the general perception about the evolution of creativity of that or this author and makes it possible to study his creations as a complex of various discourses.

As to the “Generation-27”, it was the political factor that made many Spanish poets leave their homeland. Poets who have found political asylum either in Europe or in Latin America are in turn united in the group called “Poets in exile” (in Spanish: “Poetas en exilio”) [5].

Since the appearance in Spain in 2014 the cross-media project “LAS SINSOMBRERO” aimed at the restitution, development and immortalization of the women’s heritage of the first half of the 20th century, the list of the “Generation-27”, and consequently, the writings dating to the period of “exile”, is appended by a number of women’s names: Maruja Mallo, Rosario de Velasco, Marga Gil Roësset, María Teresa León, Josefina de la Torre, Rosa Chacel, Ernestina de Champourcin, Concha Méndez, Margarita Manso, Delhy Tejero, Ángeles Santos, Concha de Albornoz.

Life and creative work of those women-writers as described in the book “Las Sinsombrero” (lit.: ‘Hatless’, “Wearing no hats”) by Tània Balló, speak for the active women’s participation in the Spanish art progress during the whole 20th century.

In this article we’d discuss life and art of Ernestina de Champourcín, whose works along with the works of Josefina de la Torre, were published in the anthology of modern Spanish poetry by Gerardo Diego. Relying on this fact, it could be confirmed that already in the start of her creative work Ernestina de Champourcín was partially attached to the “Generation-27” [6].

Despite the poetess’s involuntary emigration to Latin America, her writings are practically beyond any political discourse which we couldn’t say about other poets of her time (see: «Poesía y exilio: los poetas del exilio español en México»). In this sense, the texts of Ernestina de Champourcín’s poetic works are more noteworthy in examining her poetic idiolect in the angle of the cultural accommodation, which speaks for the relevance and novelty of the study submitted.

Any analysis of the works created in different times by one and the same author first of all demonstrates the evolution of his creative career, changes of his poetic perception. However, in the study we concern the task of the other type: to analyse poetic texts of various times so that to specify the author’s idiolect in his cultural environment. To fulfil the task, we’d use the studies devoted to different periods of Ernestina de Champourcín’s poetic work to define linguistic changes taking place in her idiolect under the influence of the cultural accommodation.

Idiolect and Cultural Accommodation

Before getting down to the analysis of the poet’s idiolect in the angle of the cultural accommodation, it’s worth to denote the aspect of the cultural accommodation itself and also prove the significance and moreover, the possibility of such analysis. In this respect, it’s worth to discriminate the idiolect analysis from the analysis of any poetic text which is excellently represented in the study by Yu.M. Lotman [7].

As a matter of fact, this difference is quite obvious: in case of the poetic text analysis we have in mind analyzing the work as an organic whole, while analyzing the poet’s idiolect we are mostly interested in particular, individual linguistic properties, which reveal this very idiolect covering not just a single work, but the entire author’s creative work.

Multidimensional description of the idiolect of a single poet by means of the structural analysis of poetic texts supposes processing a great many of data (‘Big Data’). Fulfilling such task seems hardly possible without considering particular changes, at times taking place in the poet’s idiolect under the influence of various factors while their sampling determines any given interdisciplinary sphere of studies. In our case, it’s sociolinguistics as it is.

In sociology, according to the definition of “The Big Russian Encyclopedia”, accommodation is defined as “any acquired change of function, enabling the existence of active individuals, groups, organizations, communities and their joint

activity without deleting any differences of those and losing their singularity or diversity” [8].

The translation serves to be most vivid example of such changes, however, it’s impossible without taking into account “interior, or inner” cultural accommodation of the idiolect occurring in a poetic text regardless of translation, and accordingly, the occurring individual cultural accommodation (in the case studied that of a poet).

Defining any of the crucial stages in the author’s creative work, we do thereby relate all his works to the “early” or “later” periods. So next we’re going to study and discuss one of those stages.

From Modernism to Religious Lyrics

In the evolution of the Ernestina de Champourcín’s artistic career one can observe the transition from the Romantic and Modernism poetry to the poetry spiritually close to the literary work of Juan Ramón Jiménez, to “the pure poetry” [9. P. 53]. There are known three stages of the Ernestina de Champourcín’s poetic creation: human love poetry (“Poesía del amor humano”) (1926—1936); divine love poetry (“Poesía del amor divino”) (1936—1974) and sensual love poetry (“Poesía del amor sentido”) (1974—1991) [10]. It’s worth mentioning that a few researches speak about four stages of the poetess’s creative work, thus in the first stage, specifying the so-called “First Poetic Exercises” (“Primeros ejercicios poéticos”) [11. P. 189].

The first stage encases four books published before the Civil War in Spain: starting from “En silencio” (‘In Silence’) (1926) up to “Cántico inútil” (‘Vain Song’) (1936). Within this stage Jose Ascunce-Arrieta also specify the initial period under the title of “First Poetic Exercises” (“Primeros ejercicios poéticos”) [12. P. 123], and one of the most significant collections of poems could be assumed “En silencio”, wherever the “poetic ego” exists in the situation of melancholic dream, in the atmosphere of decline and death, which emphasizes the poetess’s closeness to the Romanticism canon [13. P. 120]:

*Era un silencio triste, un silencio lloroso,
un silencio muy puro de candor virginal,
un silencio sereno, vagamente amoroso,
que la bruma envolvía en su tenue cendal.*

The second stahe is divided from the pecedent one by the long period of creative lull. During the time of emmigration to Mexico, Ernestina de Champourcín completely devotes herself to translation works [14. P. 189].

The new stage begins with the book “Presencia a oscuras” (‘Existing in Obscurity’) (1952). The central motive of love as a human feeling, typical for her precedent works, makes the counterpoint relating to the divine love motive. Religious feelings are clearly seen in the collections of poems of “El nombre que me diste” (‘The Name You gave to Me’) (1960), «Cárcel de los sentidos» (‘The Prison of Senses’) (1964), Hai-kais espirituales (‘Spiritual Hai-kais’) (1967), «Cartas cerradas» (‘Secret Letters’ (1968) and «Los versos del ser y estar» (‘Poems of Genesis’) (1972).

By the time of publishing the latest collection “Los versos del ser y estar” (‘Poems of Genesis’) the poetess had already come to live in Spain where she eventually returned to in 1972 only. The resonance of political reality we’d hardly find in the title of her first collection of poems “El primer exilio” (‘The First Exile’), published on the return to Spain and laying the foundation to the third and the last stage of her creative work — the poetry of sensual love stage [15].

It was the recurring experience to get back to the places of her adolescence to give the start to the new stage/ The last books to begin with “Huyeron todas las islas” (1988), are a kind of the epilogue of her creative career bearing the imprint of both private and at the same time, deeply transcendent poetry.

Her own words give the vivid evidence of the fact: “*I have never thought about poetry as of something specifically masculine or feminine. Just the same way, I feel to abrupt any other definitions of poetry. In my opinion, poetry is just the poetry, and nothing else. Labels like “social”, “gallant or erotic”, “feminine” and so on aren’t proper. I think that everything in poetry — the genuine⁴ poetry is God. It must be God. If He isn’t mentioned yet, we often meet Him in it exactly*” [see: 16. P. 10].

The third stage starts on the return from the exile from that moment when Ernestina de Champourcín has to adapt herself to the new situation to meet again the places both well-known and unknown at the same time.

So then among the stages enumerated, we’d choose to analyse the two collections of her poems which are mostly exemplary in the angle of the cultural accommodation, namely, “Presencia a oscuras” and “Primer exilio”

In our view and according to the opinion of a number of researchers (Calvo, Ascunce Arrieta, García Mendoza and others), those collections are consequently opening the second and the third stages of the poetess creative work.

Presencia a Oscuras

In the opinion of Maria Calvo, Ernestina de Champourcín’s compellation to religion could have emerge under the influence of both — a positive and negative intence impression (despite the poetess’s determination to reflect exactly the first one) of her compeled emigration. This experience leads to the will to renounce her own self and construct a new “ego” turning to superforces [16. P. 8]. Quite a number of repeated aesthetic components and stylistic characteristics speak in favor to assume it. First of all, it’s deixis, a great many of interrogative sentences and imperatives that emphasize a vertain similarity to Pslams: «*bórrame esta pasión de sentirme y de verme*», «*llévame donde quieras*», «*hazme morir a todo para nacer en ti*», «*Soy un agua sin cauce. Deténme en tu pozo*», «*Arráncame de esta duda*», «*Borra ya la desmedida / codicia de mis pasiones*», «*Dómame Tú los leones / que me desgarran el pecho*» [17] (compare: «*Lávame más y más de mi maldad / Y límpiame de mi pecado*», «*Purifícame con hisopo, y seré limpio; / Lávame, y seré más blanco que la nieve*»)¹.

¹ Salmos 50 (51): 2; 7. Versión Reina-Valera 1960 © Sociedades Bíblicas en América Latina, 1960. Renovado © Sociedades Bíblicas Unidas, 1988.

Once in a while, appeals of a poetic subject are emanated by the first person plural. Pronoun “we” denotes the whole mankind, and the poetess adds herself to this “we”, and at the same time disdawns herself, hointing to the inferiority of her work: «*sumérgenos en tus ondas*», «*desgaja, rompe, azota... Seremos leño dócil / si quieres inflamarnos para prender tu hoguera*», «*quémanos las entrañas / con ese fuego oculto que corroe y devora*», «*sólo seamos unos huesos ardientes*».

In the letter addressed to Maria Calvo, Ernestina de Champourcín wrote: “I have kept almost complete silence during these ten years, but now I possess a new voice, classical and mystical one, which sings independent of myself, and I can’t stand against it” [18].

Physical exile is supervened with a certain self-imposed creative exile, at the beginning expressed through the sixteen-tear silence (up to publishing the collection of poems “Presencia a Oscuras”), and then submerged into the religious feeling, permeated with spiritual asceticism. Besides, there’s clearly seen the presence of deep personal experience, not connected just with the emigration experience. The inner appeal, which pushed her on the new way, the religious one, but at the same time, different from any other religious poetry, vividly of didactic or propagandistic types.

*¿Pues que valen todos los martirios si el corazón se escuda y esquivava?
Que el primer martillazo nos caiga en mitad del pecho
derribándonos sin piedad, totalmente.*

Poet’s idiolect which goes to a redaeer in the collection of works “Presencia a Oscuras’ by means of the stylistic features named above, belongs to the author who having had the wish to be obliterated, couldn’t but continue his existence and therefore he identifies himself though the pain and struggle.

It’s worth noting, in the collection of poems, there’s no denial of self-individuality which we can see in the works by such Spanish mystical authors like Juan de la Cruz, but the resistance of the “poetic ego”;

*Todos los yugos que he roto me han sujetado más
estrechamente a mí misma haciéndome mi propia esclava,
subordinándome a mis más íntimos desórdenes, a mis más
ocultas contradicciones.*

These motives could be observed in her following collections of poems «El nombre que me diste» (1960), «Cárcel de los sentidos» (1953—1963), «Cartas cerradas» (1968) and «Hai-kais espirituales» (1968).

Primer Exilio

The collection of poems “First Exile” (“Primer Exilio”) presents a kind of poetess’s experience to come back to Spain in 1972, and contains 21 poem. As to the verse form, the poems are short heptasyllabic verses mainly blank, free verse (vers libre).

In the article devoted to the collection of poems mentioned above, Iker Gonzalez-Allende considers that it could be divided into two parts. The first part

includes 12 poems and describes the consequences of the Civil War in Spain (1936—1939), defeat and escape to France. The second part includes the rest of the poems and speaks about the poetess's dwelling in France and then in Mexico [19. P. 151].

The first part is rather describing due to the absence of an animate subject/Poetic “ego” is hardly playing the role of an observer, and main personages are personified night, city and field:

*La noche se desgarrá
a golpes de culata.
Extrañeza de pasos irreales.
Ciudad en vela.
O tal vez es el campo
y un moscardón se obstina
contra vidrios herméticos.
Pero el campo no existe. (Madrid)*

A great many of rhetorical questions and exclamations bear the evidence of poetess's deep reflection, e.g.: “*¿Un fusil asusta!*”; “*¿Llegaremos al fin?*”; “*¿Que nadie haga nada!*”; “*¿Una grieta de luz en la ya larga noche!*”; “*¿el mar más mar que nunca!*”. In her work on the typology of rhetorical questions, Domnita Dumitrescu states that a single detached rhetorical question “call on a conversation partner to keep silent” while the repetition of rhetorical constructions supposes a kind of a dialogue [20. P. 146]. In contrast to oral speech, the poetic discourse, even having repeated rhetorical constructions, doesn't contemplate similar aims as those of an oral dialogue thus offering a reader to ask the same question from his own.

Concerning this assumption, the great attention is to be paid to the gradual transformation from the plane of the grammatical Past Tense, mainly seen in the first part of the collection of poems, to the plane of the Present and Future Tenses, which is repeated in the poems starting from the lines devoted to France and Latin America.

The last poems contain a lot of epithets, A side motive occurs besides permanent philosophical questions, the description of realias comes in, e.g.: Mexican flora, smells, emotions:

*El agua cicatriza
insomnios y memorias
y restaña el ardor
de la piel quemada.
En la noche del trópico
los cuerpos no respiran (...)
del hibisco amarillo
y de los tabachines
con sus lenguas de fuego (Veracruz, primera noche).*

*Las piñas, los chayotes,
los mangos, los mameyes
enseñando un rubí
de pulpa azucarada
tantos sabores nuevos,
tanto color, trallazo
que nos hiera los ojos. (Mercado)*

*En medio del jardín
de colores hirientes **la iguana** nos contempla (Orizaba).*

Further on, the idiolect's cultural accommodation would be more clearly reflected in her other collections of poems, and the evidence of it, for example, is given in the use of diminutival and hypocoristic suffixes typical of Mexican national variation of the Spanish language: *marchantita, calientito* [21].

Conclusion

The studied material and works devoted to the creative work of Spanish poetess Ernestina de Champourcín clearly testify that in comparison with other “poets in exile” the poetry of Ernestina de Champourcín reveals much more personal character than theirs, and it evidently doesn't correlate with the political orientation of her contemporary poets.

The poetess's idiolect analysis concerning the collections of poems “Presencia a oscuras” и “Primer exilio”, project to us the evolution of her creative career as well as the reason why the researchers divide the formation of her “poetic ego” into the periods (stages) mentioned above. Thus, extrapolating the dynamics of the formation and development of the Ernestina de Champourcín's idiolect on other personal poetudiscourses, we came to the conclusion that it's the poet's idiolect which makes the key factor in the studies of chronological descriptions of the formation of this or that author or poet.

In its turn, any idiolect is evolving in accordance with the conditions created by the cultural accommodation, and due to the narrowing the perspective of the material under the study, with great ease, it undergoes any kind of analysis being the first step of making poetic translations.

Finally, the cultural accommodation studies are also contingent beyond translation discourse as the cultural accommodation could take place besides the context of translational adequacy and equivalence, but also it could involve chronology at the idiolect level which is proved by such linguistic markers as the use of regional variations of a language, its syntax and the dominance of some grammar tense planes.

Following the conclusions, we assume that the further on studies of idiolect changes might be of interest, and, as well, the idiolect studies of Spanish poets of various time spans aiming to develop chronological typology of metaphors which by all means, envisages the much more deeper analysis of works revealing a certain

idiolect. Nevertheless, even those specified distinguishing features of works of different years, make it possible to assert the undeniable influence of the individual cultural accommodation on a poet's idiolect.

References

1. Goncharenko, S.F. (1999). Poetic translation and translation of poetry: constants and variability. In: *Translator's notebooks*. Issue. 24. Moscow: MGLU. pp. 108—111. (In Russ.).
2. Bogdanova, E.V. (2011). On various approaches to the investigation of idiolect in Russian and foreign linguistics. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A.S. Pushkina*, 1(4), 100—108. (In Russ.).
3. Ledeneva, V.V. (2001). Idiostyle as a system of relationships. *Tambov University Review. Series Humanities* 5, 23, 12—13. (In Russ.).
4. Novikova, M.L. (2013). Poetic Aspect of Ostrannenie. Verbal Image in Cultural and Historical Space. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, (2), 110—120. (In Russ.).
5. Valender, J. & Leyva, G. (Eds.). *Poetas del exilio español: Una antología*. México: D.F.: El Colegio de Mexico, 2006. DOI: 10.2307/j.ctv6mtcbb
6. Balló, T. (2016). *Las sinsombrero. Sin ellas, la historia no está completa*. Barcelona: Espasa. (In Spanish).
7. Lotman, Y.M. (1996). *Analysis of the Poetic Text: The Structure of Verse. On Poets and Poetry*. Saint Petersburg. pp. 18—252. (In Russ.).
8. Big Russian Encyclopedia (2005). URL: <https://bigenc.ru/> (accessed: 23.12.2020). (In Russ.).
9. Aguinaga, M. (2015). Una voz silenciada de la generación del 27: Ernestina de Champourcin. *Revista Cálamo FASPE*, 64, 49—55.
10. Martín J.L.G. *Poetas del Novecientos Entre el modernismo y la vanguardia*. Antología. Tomo II. URL: http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/poetas-del-novecientos-entre-el-modernismo-y-la-vanguardia-antologiatomo-ii-de-guillermo-de-torre-a-ramon-gaya-0/html/000de8d0-82b2-11df-acc7-002185ce6064_14.html (accessed: 23.12.2020).
11. Mendoza, S.I.G. (2006). Los exilios de Ernestina de Champourcin. *Sancho el sabio: Revista de Cultura e Investigación Vasca*, (25), 18—202.
12. Asunce-Arrieta, J.Á. (1995). La poesía de exilio de Ernestina de Champourcin: expresión límite de una depuración expresiva. In: *Poesía y exilio: los poetas del exilio español en México*. Mexico: Colegio de México.
13. Jorda, R.C., Alabarce, A.S. & Valender, J. (1995). *Poesía y exilio: los poetas del exilio español en México*. México: El Colegio de México. Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios: Fondo Eulalio Ferrer.
14. Santoyo, J.C. (2009). El otro quehacer (olvidado): Ernestina Michels de Champourcin, traductora. *Sancho el sabio: Revista de cultura e investigación vasca*, 30, 255—264.
15. Marién, N.M. (2000). El “primer exilio” de Ernestina de Champourcin. *Exils et migrations ibériques au XXe siècle, 60 ans d'exil républicain: des poètes espagnols entre mémoire et oubli*. *Anthologie*, 8, 149—159. DOI: <https://doi.org/10.3406/emixx.2000.1048>
16. Calvo, M.C.M. (2015). Negación e identidad en Presencia A Oscuras, de Ernestina de Champourcin. *Álabe*, 2. DOI: 10.15645/Alabe.2015.12.2
17. Champourcin, E. de (1991). *Poesía a través del tiempo*. Barcelona: Anthropos.
18. Champourcin, E. de (2007). *Epistolario*. Rosa Fernández Urtasun (ed.). Madrid: Castalia.
19. Gonzalez-Allende, I. (2004). El exilio como viaje y destino final en la poesía de evocación y de deseo de Ernestina de Champourcin. *Sancho el Sabio: Revista de cultura e investigación vasca*, 20, 147—169.
20. Dumitrescu, D. (1984). Actas de XI Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas. coord. por Juan Villegas. *De historia, lingüísticas, retóricas y poéticas*, 1, 139—147.
21. Chesnokova, O.S. (2020). *Spanish in Mexico: A Linguistic Picture of the World*. Moscow: URSS. (In Russ.).

Библиографический список

1. Гончаренко С.Ф. Поэтический перевод и перевод поэзии: константы и вариативность // Тетради переводчика. М.: МГЛУ, 1999. Вып. 24. С. 108—111.
2. Богданова Е.В. О некоторых аспектах изучения термина идиолект в отечественной и западной лингвистике // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2011. Т. 1. № 4. С. 100—108.
3. Леденева В.В. Идиостиль как система отношений // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. № 5. Т. 23. 2001. С. 12—13.
4. Новикова М.Л. Поэтика остраннения. Словесный образ в культурно-историческом пространстве // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2013. № 2. С. 110—120.
5. Valender J., Leyva G. (Eds.). *Poetas del exilio español: Una antología*. México: D.F.: El Colegio de México, 2006. DOI: 10.2307/j.ctvb6mtcbt
6. Balló T. *Las sinsombrero. Sin ellas, la historia no está completa*. Barcelona: Espasa, 2016.
7. Лотман Ю.М. Анализ поэтического текста: Структура стиха // О поэтах и поэзии. СПб., 1996. С. 18—252.
8. Большая Российская энциклопедия, 2005. Режим доступа: <https://bigenc.ru/> (дата обращения: 23.12.2020).
9. *Aguinaga M. Una voz silenciada de la generación del 27: Ernestina de Champourcin* // Revista Cálamo FASPE, 2015. № 64. P. 49—55.
10. *Martín J.L.G. Poetas del Novecientos Entre el modernismo y la vanguardia*. Antología. Tomo II. Режим доступа: http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/poetas-del-novecientos-entre-el-modernismo-y-la-vanguardia-antologiatomo-ii-de-guillermo-de-torre-a-ramon-gaya--0/html/000de8d0-82b2-11df-acc7-002185ce6064_14.html (дата обращения: 23.12.2020).
11. *Mendoza S.I.G. Los exilios de Ernestina de Champourcin. Sancho el sabio* // Revista de Cultura e Investigación Vasca. 2006. № 25. P. 181—202.
12. *Ascunce-Arrieta J.Á. La poesía de exilio de Ernestina de Champourcin: expresión límite de una depuración expresiva* // Poesía y exilio: los poetas del exilio español en México. Mexico: Colegio de México, 1995.
13. *Jorda R.C., Alabarce A.S., Valender J. Poesía y exilio: los poetas del exilio español en México*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios: Fondo Eulalio Ferrer, 1995.
14. *Santoyo J.C. El otro quehacer (olvidado): Ernestina Michels de Champourcin, traductora* // Sancho el sabio: Revista de cultura e investigación vasca. 2009. № 30. P. 255—264.
15. *Marién N.M. El “primer exilio” de Ernestina de Champourcin* // Exils et migrations ibériques au XXe siècle, 60 ans d’exil républicain: des poètes espagnols entre mémoire et oubli. Anthologie. 2000. № 8. P. 149—159. DOI: <https://doi.org/10.3406/emixx.2000.1048>
16. *Calvo M.C.M. Negación e identidad en Presencia A Oscuras, de Ernestina de Champourcin*. 2015. DOI: 10.15645/Alabe.2015.12.2
17. *Champourcin E. de. Poesía a través del tiempo*. Barcelona: Anthropos, 1991.
18. *Champourcin E. de. Epistolario*. Rosa Fernández Urtasun (ed.). Madrid: Castalia, 2007.
19. *Gonzalez-Allende I. El exilio como viaje y destino final en la poesía de evocación y de deseo de Ernestina de Champourcin* // Sancho el Sabio: Revista de cultura e investigación vasca. 2004. № 20. P. 147—169.
20. *Dumitrescu D. Actas de XI Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas / coord. por Juan Villegas, // De historia, lingüísticas, retóricas y poéticas*. 1984. Vol. 1. P. 139—147.
21. *Чеснокова О.С. Испанский язык Мексики: Языковая картина мира*. М.: URSS, 2020.

Information about the authors:

Yakov M. Druzhkov, PhD student at the Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, Assistant at the Department of Foreign Languages of the Faculty of Humanities and Social Sciences, RUDN University; research interests: Language and Culture Studies, Conceptual metaphor, Poetic discourse, Romance languages, Linguistic interference; *e-mail*: yakovdruzhkov@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6120-9850. eLIBRARY SPIN: 6497-1972

Olga S. Chesnokova, Doctor of Philology, Professor, Department of Foreign Languages, Philological Faculty, RUDN University, Moscow; research interests: variation of Spanish (vocabulary, semantics, phraseology), translation studies, literary text semiotics, onomastics; *e-mail*: chesnokova-os@rudn.ru

ORCID: 0000-0002-1439-6267. eLIBRARY SPIN-код: 6485-4278

Сведения об авторах:

Дружков Яков Михайлович, аспирант кафедры иностранных языков филологического факультета, ассистент кафедры иностранных языков факультета гуманитарных и социальных наук РУДН; сфера научных интересов: лингвокультурология, концептуальная метафора, поэтический дискурс, романские языки, лингвистическая интерференция; *e-mail*: yakovdruzhdov@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6120-9850. eLIBRARY SPIN-код: 6497-1972

Чеснокова Ольга Станиславовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков филологического факультета РУДН; сфера научных интересов: вариативность испанского языка (лексика, семантика, фразеология), межкультурная коммуникация, переводоведение, семиотика художественного текста, ономастика; *e-mail*: chesnokova-os@rudn.ru

ORCID: 0000-0002-1439-6267 eLIBRARY SPIN-код: 6485-4278



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-981-995

УДК 811.161.1'367.622.22:316.77:004.7

Научная статья / Research article

Русскоязычные диминутивы в социальной сети «Инстаграм»

А.А. Григорян¹  , Е.Н. Стрельчук² 

¹Южный федеральный университет,
344006, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42

²Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6
 armine_1979@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена особенностям общения в русскоязычном сегменте социальной сети «Инстаграм». Целью стал анализ диминутивов (слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами). В ходе исследования было проанализировано более 250 страниц пользователей Instagram, отобраны наиболее частотные лексемы. Проведен их словообразовательный анализ, в результате которого рассмотрен состав суффиксов и выявлено такое явление, как синонимия. Доказано, что при разной формальной выраженности все суффиксы в диминутивах имеют уменьшительно-ласкательное (или просто ласкательное) значение, которое позволяет выражать положительную субъективную оценку по отношению к окружающей действительности, демонстрировать эмоции (тоже положительные) в процессе общения. Отмечено, что использование диминутивов в социальной сети — явление не случайное, оно является одним из значимых показателей языковой картины мира русскоязычных людей. Востребованность диминутивов у носителей языка свидетельствует о высоком языковом потенциале этих форм, позволяющих создавать эстетизацию общения в виртуальном пространстве интернета.

Ключевые слова: русский язык, общение, интернет, Инстаграм, диминутивы, словообразование, сказки, суффиксы, эстетизация жизни, языковая картина мира

Финансирование. Благодарности

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН (Российская Федерация)

История статьи:

Дата поступления: 01.04.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Григорян А.А., Стрельчук Е.Н. Русскоязычные диминутивы в социальной сети «Инстаграм» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 981—995. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-981-995

© Григорян А.А., Стрельчук Е.Н., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Russian Diminutives on the Social Network Instagram

Armine A. Grigoryan¹, Elena N. Strelchuk²

¹South Federal University,
105/42 Bolshaya Sadovaya str., Rostov-on-Don, Russian Federation, 344006

²Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198
strelchuk-en@rudn.ru

Abstract. The article is devoted to the peculiarities of communication on the Russian-speaking segment of the social net Instagram. The aim of the article makes the analysis of diminutives — the words with diminutive-hypocoristic suffixes. In course of the study, over 250 users' pages of Instagram were analyzed, and the most high-frequency lexemes were chosen. The derivational analysis was carried out to sort out the groups of relevant suffixes, and such a phenomenon as the synonymy was revealed. As is proved, despite different formal expression, all suffixes of diminutives bear diminutive-hypocoristic (or just hypocoristic) meaning which helps express subjective positive evaluation in respect to the environment, and demonstrate emotions (also positive) in course of communication. As is marked, the use of diminutives on the social net is not an occasional occurrence, it's one of the significant exponents of the world view of the Russian-speaking people. The demand of language bearers for the diminutives witnesses of their high linguistic potential allowing the forms to create aesthetical communication over the Internet virtual space.

Key words: Russian language, communication, Internet, Instagram, diminutives, word derivation, fairy tales, suffixes, aestheticalization of life, linguistic world view

Financing. Acknowledgement

This publication was supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program (Russian Federation).

Article history:

Received: 01.04.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Grigoryan, A.A. & Strelchuk, E.N. (2021). Russian Diminutives on the Social Network Instagram. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 981—995. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-981-995

Введение

Известный российский переводчик, филолог и философ В.В. Библихин писал: «Наш мир никогда не бывает лучше нашей речи» [1. С. 25]. Трудно не согласиться с мнением ученого. Речь отражает все изменения, происходящие вокруг нас. И совсем неважно, какие они: отрицательные или положительные. Изменения могут касаться разных сфер человеческой деятельности, далеких и близких к личностному началу каждого я, привлекающих внимание целого этноса или отдельных его групп, актуальных в определенный период времени или рассматриваемых в диахроническом аспекте. «Вопросы языкового

выражения организации сторон жизни социума, в частности, взаимоотношения человека и власти, человека и общества, роли человека как социальной единицы в глобальном мире» становятся предметом лингвистических исследований в разных языках, в том числе и русском [2. С. 6].

Следует отметить наметившуюся тенденцию: антропоцентрические исследования в современной лингвистике направлены на изучение жизни социума через призму концептуализации, воплощенную в языковой картине мира. Еще в 1986 году Ю.Д. Апресян писал, что «активные процессы в речи носителей русского языка обусловлены и национальной картиной мира, ее реализацией через языковую концептуализацию мира» [3. С. 5].

В возможности осмысливать мир, оценивать его своеобразии воплощаются менталитет народа, его философия, непохожая на другие мировоззрения. Для русского языка характерно свое отражение мира. Так, А. Вежицкая отмечает «специфическую для русской картины мира черту», ориентированную «на эмоциональное и нравственное, оценочное отраженное отношение к миру и людям» [4. С. 34—35]. Такое отношение в русском языке позволяют отображать «богатые возможности русского экспрессивного словообразования» [5. С. 118—136]. Специальными средствами в этом случае являются уменьшительно-ласкательные суффиксы, которые «живут» по законам русского языка на протяжении длительного его существования. «Эмоции, выражаемые уменьшительными образованиями, могут быть достаточно индивидуальными, контекстными», они могут проявляться в устной и письменной речи [6. С. 126].

В последнее десятилетие все большей лингвистических публикаций посвящается письменной речи в сети интернета. Часть из них описывает негативные изменения, происходящие в русском языке. Другая рассматривает социальные сети как возможность реализации коммуникативной потребности посредством языка, оказывающегося под влиянием социокультурной среды и имеющего положительные черты. В результате такого положительного влияния в русском языке происходят активные процессы, которые требуют изучения с той целью, «чтобы показать и сохранить особенности бытования русского языка в интернете...» [7. С. 3]. «Именно интернет убедительно показал, как условия коммуникации влияют на структуру языка и его лексику. И наша задача состоит не в погоне за модой, а в описании тенденций и механизмов, формирующих лексикон» [7. С. 4]. Для этой цели обратимся к такому интернет-источнику, как «Инстаграм» (официальная ссылка: Instagram: <http://Instagram.com>).

«Инстаграм»: общая характеристика

Это приложение для обмена фотографиями и видеозаписями, несущее только положительные эмоции. С его помощью можно распространять фото- и видеоматериалы как в «Инстаграм», так и других социальных сетях. Благодаря этой функции «Инстаграм» превратился в лидирующую коммуникационную

сеть с более чем миллиардом зарегистрированных пользователей, выкладывающих ежедневно свои красивые фотографии с ландшафтной или портретной ориентацией. Как правило, фото- и видеоматериалы сопровождаются комментариями (постом), в основном положительными.

Например:

katya_mtsitouridze Встреча прошла в тёплой дружественной обстановке ❄️💙❄️ ни один торт не пострадал! 😊 @mariabogdanovich 💕💕 спасибо за вечер!

Владельцы аккаунтов (пользователи) рассказывают подписчикам (или, как принято писать в «Инстаграм», фолловерам) об интересных моментах своей жизни, увлечениях, путешествиях, встречах с известными людьми и т.п.

Например, владелец аккаунта georgiykot пишет:

— «Доброе утро, мои роднулечки красотулечки. Как настроение? Бегу на работу под впечатлением вчерашнего настроения. Рассказы о моих идеях меня же вдохновили».

Другие примеры:

olly.boar:

— «Всем приветик! В ожидании читмила решила приготовить вкусенькое... И получилось просто божественно! Ловите рецептик десертика для безуглеводного дня»¹.

В настоящее время «Инстаграм» — это не только платформа для размещения фото- и видеоматериалов с комментариями, но и в большей степени целевая коммуникативная платформа, где у людей есть реальная возможность общения. Для привлечения внимания подписчиков (чем больше, тем лучше) пользователи прибегают к самым разным средствам, вербальным и невербальным. В настоящее время из невербальных средств общения особенно активны эмодзи, которые представляют собой набор картинок для выражения широкого спектра эмоций и чувств, способствующих расширению и уточнению вербального сообщения.

pp_mari_food Последний пост 2018 года 🙏💕
отлайкайте его от души , сделайте подарок 📺💋
А я Хочу сказать , Вам спасибо 💋 за этот год 🎄

За каждое сердечко 💕 , за каждый комментарий 🗨️ , за обратную связь 🌟 , за ваш интерес ко мне и моему блогу 😍 , за каждое упоминание в постах и сторис 💋 , за каждый фотоотчёт в Директ 😊 , за ваше доверие 💕💕

¹ Сохранена орфография, пунктуация и стилистика владельцев аккаунтов.

Из вербальных средств следует отметить использование формул русского речевого этикета (приветствия, прощания, благодарности, просьбы, знакомства), а также слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами (*диминутивов*). Использование последних составляет более 70% процентов.

Диминутив — это субъективно-оценочная, уменьшительно-ласкательная, увеличительная, уничижительная и т.п. лексическая единица языка [8. С. 45].

Следует отметить, что диминутивная лексика — особый код русской речи. Ни один язык не имеет такого количества субъективно-оценочной лексики, как русский язык. В связи с этим наблюдается большой интерес ученых к ее изучению. Диминутивы становились предметом исследования в художественной литературе [9], в фольклорных текстах [10], в говорах [11], в массовой медиа [12] и др. Также следует сказать о пристальном внимании российских [13—15] и зарубежных ученых [16—19] к проблемам лексики в социальных сетях. Однако до настоящего момента диминутивы в сети Instagram не были предметом специальных лингвистических исследований.

Целью нашего исследования стал анализ русской лексики с уменьшительно-ласкательными суффиксами (диминутивов) в социальной сети «Инстаграм».

Были использованы методы лингвистического описания, сопоставительного анализа, лексикографической разработки языковых единиц и количественной характеристики материала. На отдельных этапах работы использовались также более частные методы анализа языкового материала, в том числе компонентный и словообразовательный анализ.

Было проанализировано более 250 страниц пользователей социальной сети «Инстаграм». Условно их можно разделить на несколько групп: личные аккаунты пользователей, блоггеры, паблики, интернет-магазины, бизнес-аккаунты, аккаунты брендов, аккаунты известных людей. Среди перечисленных групп блоггеры составляют наибольший процент из всего числа пользователей сети Instagram — 25%, паблики — 20%, интернет-магазины, бизнес-аккаунты и аккаунты брендов — 20%, личные аккаунты пользователей — 20%, аккаунты известных людей — 15%.

Диминутивы: языковой анализ

Почти все перечисленные группы сети «Инстаграм» употребляют лексику с положительной коннотацией, в частности, уменьшительно-ласкательными суффиксами. Общее число диминутивов составило около 1000 единиц. Так, нами были выделены слова с учетом их количественного употребления: они отражены на рисунке 1.

При этом следует отметить, что отобраны наиболее частотные лексемы, в действительности их гораздо больше.

Согласно нашим наблюдениям, наиболее распространенный способ образования рассматриваемых нами слов — морфологический (образование слов путем присоединения к производящей основе аффиксов — суффиксов).

Этот способ образования хорошо изучен и представлен в работах российских лингвистов [20—24].

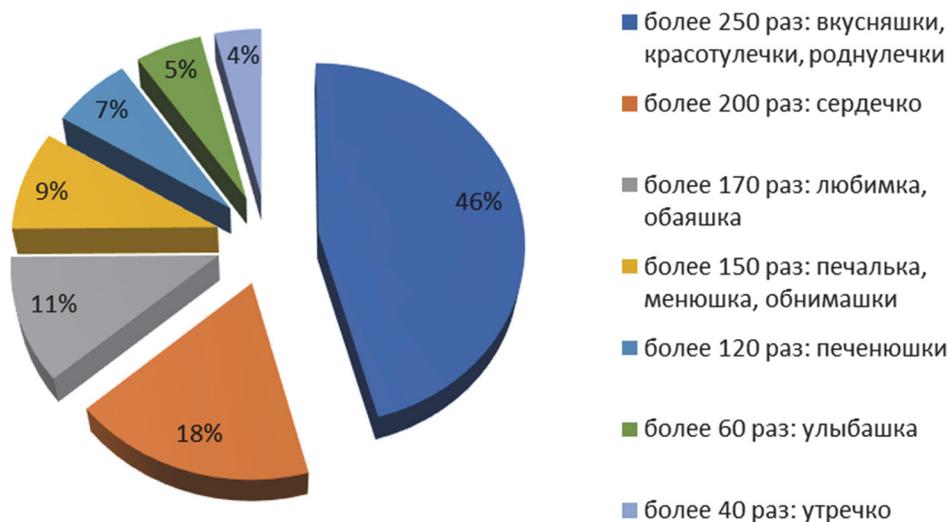


Рис. 1 Количество употреблений диминутивов в «Инстаграм»
Fig. 1 The number of uses of diminutives on Instagram

Состав суффиксов достаточно разнообразен. Рассмотрим его подробнее. При описании значений суффиксов субъективной оценки нами была использована классификация Н.Ю. Шведовой, данная в «Грамматике-80».

– Суффикс *-к-*. При помощи него образуются «существительные жен. р. (в некоторых случаях — муж. и общ. р.), имеют уменьшительное значение, обычно сопровождающееся экспрессией ласкательности, реже — уничижительности, или только ласкательное экспрессивное значение». Например: *печалька, любимка* [25; 26].

– Суффикс *-шк-*. При помощи него образуются «существительные жен. и общ. р., имеют общее значение «предмет (одушевленный или неодушевленный), характеризующийся признаком, названным мотивирующим словом». Например: *улыбашка, обнимашки* [25; 26].

– Суффикс *-ечк-*. При помощи него образуются «существительные среднего рода, «мотивируются словами среднего рода (немотивированными) и имеют уменьшительно-ласкательное или только ласкательное значение». Например: *времечко, утречко, сердечко* [25; 26].

– Суффикс *-яшк-*. При помощи него образуются «существительные женского и общего рода со значением «предмет (одушевленный или неодушевленный), характеризующийся признаком, названным мотивирующим словом». Например: *вкусняшка, обаяшка* [25; 26].

– Суффикс *-ушк-*. При помощи него образуются «имена существительные, имеют уменьшительно-ласкательное или уменьшительно-уничижительное значение. Слова этого типа относятся к женскому роду, в том числе

мотивированные словами мужского и среднего рода». Например: *печенюшка, менюшка, зверюшка* [25; 26].

– Суффиксы *-ул-+е-чк-*. При помощи него образуются «существительные общ. р., имеют общее значение «предмет (одушевленный или неодушевленный), характеризующийся признаком, названным мотивирующим словом». Например: *роднулечки, красотулечки*. Отметим, что в данном случае используются два суффикса, что еще более усиливает значение «ласкательности» [25; 26].

Анализ рассматриваемых нами суффиксов на примере конкретных слов свидетельствует о таком явлении, как синонимия. При разной формальной выраженности все суффиксы имеют уменьшительно-ласкательное (или просто ласкательное) значение. Их употребление позволяет владельцам аккаунтов делать свою речь привлекательной. В определенной степени эта речь напоминает общение маленьких детей с родителями. Известный ученый М. Кронгауз считает, что «интернет проживает самую приятную — хулиганскую — пору детства»².

По нашему мнению, это неслучайно. Диминутивы всегда были частью русского языка, поскольку выполняли роль «отражателей» языковой картины мира русских людей. Так, в русских народных сказках есть *крылечко, службишка, банька, зятюшка, лягушка-скакушка, островок, диковинка, домишко* (сказка «Поди туда — не знаю куда»), *иглочка, племяннушка, матушка, тетушка, маслице, гребешок* (сказка «Баба-яга»), *вдовушка, чуланчик, холодец, цветочки, Василисушка, полянка, краюшек хлебушка, чернушка, зернышко, дитяtko* (сказка «Василиса Премудрая»). Почти в каждой русской народной сказке употребляется от пяти до десятка диминутивов. Русский народ, передавая сказки из уст в уста, пытался отразить в них свое восприятие мира, полного неожиданностей, а порой и трудностей, с которыми приходилось сталкиваться в жизни. Но вера в лучшее, позитивное предполагала создание сильных характеров, способных на необыкновенные (и самое главное!) положительные поступки. В конце сказки добро всегда побеждало зло.

Частое использование диминутивов в «Инстаграм», с нашей точки зрения, позволяет участникам погружаться в мир красивый и сказочный, который отвлекает от трудностей, неприятностей и настраивает на позитивное восприятие окружающей действительности. Трудно сказать, насколько виртуальные личности русскоязычной сети интернета представляют собой образы, соответствующие им в действительности. Уолтер полагает, что «медийная среда нередко создает условия для коммуникации, которая преодолевает обычный межличностный уровень» [27. С. 30]. В «Инстаграме» этот барьер стирается за счет положительных впечатлений от вербального и невербального общения, в том числе и при помощи употребления в речи диминутивов.

² Кронгауз М.А. Русскому языку ничего не угрожает, даже Интернет. Комсомольская правда. 2011. № 190. 20 декабря. С. 10.

Чаще всего использование слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами «диктуется осознанным или неосознанным стремлением к установлению ситуации дружественного общения» [6. С. 128]. Однако это не означает, что человек, с которым происходит переписка, действительно, становится настоящим другом. «Инстаграм» — платформа, на которой преобладают только положительные эмоции, позитивное общение, представляющее форму разговорной письменной речи, где суффиксация является «средством стилистической модификации» [6. С. 116].

Обращает на себя внимание и тот факт, что в качестве производящих используются основы слов, относящиеся к разным частям речи русского языка: существительное, прилагательное, глагол, реже причастие. Это связано с тем, что определенные суффиксы сочетаются с производящими основами конкретных частей речи, то есть каждая часть речи имеет свой набор словообразовательных и формообразовательных суффиксов.

Так, суффиксы *-ул-* + *-ечк-* и *-к-* образуют слова от производящих основ имен существительных и прилагательных (*печальный* — *печалька*, *родной* — *роднулечки*); *-ечк-* и *-юшк-* присоединяются только к производящей основе имени существительного (*время* — *времечко*, *печенье* — *печенюшки*); *-яшк-* образует слова от производящей основы имени прилагательного (*вкусный* — *вкусняшка*); *-шк-* является словообразовательным глагольным суффиксом (*обнимать* — *обнимашки*, *улыбаться* — *улыбашка*). Следует констатировать, что в разговорной письменной речи действуют те же законы русского языка, что и в русском языке в целом.

Интересно также отметить, что при использовании слов с суффиксами отчетливо наблюдается субъективная тенденция к отражению окружающей действительности.

Например: *«Однако вчера со мной случалась великая печалька... забыла ключики от машины».*

Субъективная оценка демонстрирует отношение говорящего к самому себе, но также может выражать отношение к слушающему или определенному предмету речи.

Например: *«Девчули, советую попробовать закуску с морепродуктами. Это такая вкусняшка!».*

Уменьшительно-ласкательные суффиксы представляют собой суффиксы личностно-субъективной оценки, которую дают различным явлениям пользователи сайта и их подписчики, выражая тем самым свои эмоции. В.Н. Виноградова пишет, что «эмоции говорящего и способ их выражения служат в первую очередь характеристикой говорящего как личности, его социальной принадлежности» [6. С. 121]. Однако в нашем случае о социальной принадлежности говорить не приходится. В «Инстаграме» общаются представители самых разных профессий: врачи, художники, искусствоведы, преподаватели, маркетологи, бухгалтеры, парикмахеры, стилисты, визажисты, артисты, певцы, политики т.д. В основном владельцами аккаунтов и их подписчиками

являются женщины. Они составляют 70%, в то время как мужчины 30% из всего числа пользователей. «Сейчас... интернет захлестнула девическая сентиментальность. Отсюда мода на такие уменьшительные словечки, как «няшечка», «печалька», «улыбашка» [27. С. 121]. Однако не только женщины, но и мужчины активно используют в своей речи подобные слова. Вследствие этого о гендерном аспекте в этом случае говорить не приходится.

С точки зрения национальной принадлежности большая часть владельцев аккаунтов относится к носителям русского языка. Но есть среди них грузины, армяне, татары, туркмены, чеченцы и другие представители, хорошо говорящие и пишущие на русском языке. И те, и другие используют диминутивы. Отметим и широкую географию пользователей сети «Инстаграм»: представлены самые разные города России, а также страны ближнего и дальнего зарубежья.

При столь активном употреблении диминутивов нельзя не сказать об их отсутствии в словарях. Наибольшая часть слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами (*печалька*, *вкусняшки*, *обнимашки*, *обаяшка*, *няшка*, *улыбашка*, *ласкунчик*, *роднулечки*, *менюшка*) не зафиксирована в современных нормативных словарях. Эти слова появились недавно, в период активного развития социальных сетей, поэтому они неcodифицированы. Лексикографическая параметризация некоторых слов представлена только в Викисловаре, являющемся универсальным лексикографическим источником, в котором находят отражение как общеупотребительные лексические единицы, зафиксированные в известных словарях, так и слова новые, не получившие еще лексикографического описания. В силу своей универсальности Викисловарь стремится отразить в описании единиц все языковые уровни: фонетический, орфографический, морфологический, синтаксический, семантический и этимологический. Этим он отличается от общепринятых словарей.

В качестве примера рассмотрим слово «печалька»:

«печалька — сущ., ж. р., 1-е скл., прост. уменьш. ‘к печаль; нечто, вызывающее негативные эмоции; Этот сезон Эврики последний, шоу снимают с производства, что опять же печалька. Сюжет таков: жил-был гнусный мужичонка, работал рекрутером и была у него печалька — рост» [28].

Кроме того,

- 1) указан способ словообразования: «производное: *печаль*+*к*+*а* — суффиксальный»;
- 2) даны грамматические характеристики: «существительное, неодушевленное, женский род, 1-е склонение»;
- 3) представлены парадигматические отношения (синонимия, антонимия, гиперонимия): «*огорчение* — синоним; *радость* — антоним; *переживание* — гипероним»;
- 4) отмечается этимология слова: «происходит от существительного *печаль*, далее от праслав. *реѣаль*» [28].

Наименьшая часть слов (*любимка, утречко, печенюшки и др.*) давно существует в общелитературном языке и зафиксирована как в общих толковых словарях русского языка («Большой толковый словарь русского языка» под ред. С.А. Кузнецова [29], «Активный словарь русского языка» под ред. Ю.Д. Апресяна [30], так и в словообразовательных («Словообразовательный словарь русского языка А.Н. Тихонова» [31]).

В частности, в дореволюционный период в художественной литературе активно употреблялись обозначенные нами лексические единицы.

Например: «*Ну, ты известная неженка. Баронессина любимка. Что и говорить*»³.

В то время эти слова были общеупотребительными и использовались представителями интеллигентного сословия. Они старались проявлять максимум вежливости, утонченности и уважения в общении с людьми их круга. В послереволюционный период в связи с изменением общественного строя, прихода новой власти, русский язык стали пополнять иные слова. А те, которые когда-то употреблялись ранее, ушли в прошлое. В настоящее время часть забытых слов снова возвращается в русский язык. Благодаря интернету они получают «второе дыхание», в том числе и в современной художественной литературе.

Например: «*Так бедному родственнику заворачивают на дорогу две печенюшки. Я упорно молчала. Просто этот невоспитанный испанский трубадур был из моего цеха*»⁴.

В художественных произведениях российские писатели стремятся создавать образы, которые привлекали бы внимание читателей своей эстетикой. Для этой цели используются слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами. Сейчас стало модным говорить об эстетизации жизни. «Instagram-аккаунты можно рассматривать как виртуальные биографии пользователей, которые делятся своими проектами жизни. Здесь каждое тривиальное событие наделяется особой ценностью и значимостью, которая исходит из собственных представлений человека, его самопрезентации» [32. С. 175].

Полагаем, что эстетизация, активно проникающая в сеть Instagram, способствует созданию и употреблению слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами, которые позволяют привлекать внимание к личности как таковой. Это обусловлено антропоцентрическим характером, так как исследуемые нами слова отличаются «включением адресата в личную сферу говорящего» [33. С. 145], что является необходимым условием взаимодействия между коммуникантами в сети «Инстаграм», настраивает на внедренность в личное пространство. «Субъективное эмоциональное отношение к людям, можно сказать, соотносится в таких словах с проявлением „свойкости“ —

³ Чарская Л.А. Приютки. 1907. Режим доступа: www.litmir.me (дата обращения: 25.12.2018).

⁴ Рубина Д.И. Воскресная месса в Толедо. 2000. Режим доступа: www.litmir.me (дата обращения: 25.12.2018).

выражения участия заинтересованности по отношению к близким по способу жизни, по духу людям» [34. С. 87]. Проявление интереса к собеседнику, внимание к его личности настраивает на дальнейшее виртуальное общение, которое может перерасти в дружбу или остаться на уровне приятельских, ни к чему не обязывающих отношений. Трудно также не согласиться с британским языковедом Дэвидом Кристалом, который пишет, что «пользователи интернета беспрестанно ищут слова для описания своих впечатлений, стремятся понять особенности электронной сферы» [35. С. 67].

Заключение

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что социальные сети активно внедряются в русскоязычное виртуальное пространство. Платформа Инстаграм позволяет участникам не только общаться, но и использовать возможности системы русского языка, ярким примером этому являются диминутивы. В своей речи каждый носитель языка может использовать широкий выбор лексических единиц, преследуя цель налаживания контакта с адресатом в виртуальном пространстве. Этому способствует активное употребление диминутивов, образованных при помощи различных суффиксов и позволяющих пользователям «Инстаграм» привлекать к себе внимание, погружать собеседников в красивый сказочный мир (часть русскоязычной картины мира), создавать эстетизацию общения в виртуальном пространстве интернета.

Библиографический список

1. *Бибихин В.В.* Слово и событие. Писатель и литература. М.: Русский фонд содействия образованию и науке, 2010.
2. Исследование русской социальной лексики: библиография / составители: Т.В. Леонтьева, А.В. Щетина, Л.А. Феоктистова, М.А. Еремина, А.Н. Блинова, В.С. Кучко. Под ред. Т.В. Леонтьевой. Екатеринбург: Ажур, 2017.
3. *Апресян Ю.Д.* Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира. Семиотика и информатика. М.: Прогресс, 1986. Вып. 28. С. 5—33.
4. *Вежбицкая А.* Восприятие: семантика абстрактного словаря // Новое в зарубежной лингвистике. Логический анализ языка. Вып. 18. М.: Прогресс, 1986.
5. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996.
6. *Виноградова В.Н.* Система русского словообразования в функционально-стилистическом аспекте. М.: ООО «Инфотех», 2012.
7. Словарь языка интернета.ru. М.А. Кронгауз, Е.А. Литвин, В.Н. Мерзлякова и др. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2016.
8. Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язык. В 2 т. / А.Н. Тихонов, Р.И. Хашимов, Г.С. Журавлева и др.; под общ. ред. А.Н. Тихонова, Р.И. Хашимова. Т. 1. М.: ФЛИНТА, 2014.
9. *Воронина Л.П.* Диминутивы в текстах В.М. Шукшина (функциональная актуализация системно-языковых возможностей // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 395. С. 5—9.
10. *Климкова Л.А.* Деминутивы в русских народных сказках // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12—1 (42). С. 92—102.

11. Шмелева Т.В. Диминутив в Псковских говорах: деривационная техника, семантика и экспрессивный потенциал. Псковские говоры и их исследователи. В 2-х частях. Псковский государственный университет, 2017. С. 313—321.
12. Нечаева Н.Н. Реализация функционально-прагматического потенциала диминутивов в современных российских масс-медиа // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2019. № 3 (34). С. 76—84.
13. Панков Ф.И. Русские диминутивы и Интернет. Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции в 2 т. Под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. М.: РУДН, 2018. С. 178—184.
14. Аникина Т.В. Языковые особенности комментариев в социальной сети «Инстаграм». Научные исследования: от теории к практике. 2015. № 3 (4). С. 233—236.
15. Лихачева М. С. Языковые особенности коммуникации в социальной сети Instagram. Новая наука как результат инновационного развития общества. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: ООО «Агентство международных исследований», 2017. С. 20—23.
16. Jurafsky D. Universal tendencies in the semantics of the diminutive // Language. 1996. Vol. 72. № 3. P. 533—578.
17. Schneider K.P. Diminutives in English. Max Niemeyer Verlag: Gmbh, 2004.
18. Spasovski L. Morphology and Pragmatics of the Diminutive: Evidence from Macedonian. Diss. Arizona State University, 2012.
19. Јанић А. Критеријуми за идентификацију лексикализованих деминутива у српском језику. Годишњак за српски језик. XXV/12. 2012. С. 79—88.
20. Винокур Г.О. Заметки по русскому словообразованию // Избранные работы по русскому языку. М.: Учпедгиз, 1959.
21. Виноградов В.В. Словообразование в его отношении к грамматике и лексикологии // Исследования по русской грамматике. М.: Наука, 1975.
22. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование. М.: Просвещение, 1973.
23. Лопатин В.В. Русская словообразовательная морфемика. М.: Наука, 1977.
24. Лопатин В.В., Улуханов И.С. Словообразование // Русская грамматика. М.: Наука, 1980.
25. Русская грамматика. В 2-х т. / Редкол.: Н.Ю. Шведова (гл. ред.) и др. М.: Наука, 1980.
26. <http://rusgram.narod.ru/284-327.html>
27. Walther J.B. Computer-Mediated Communication: impersonal, interpersonal and hypersonal interaction. Communication Research. 1996. Vol. 23. № 1. P. 3—43.
28. Кронгауз М.А. Слово за слово. О языке и не только. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015.
29. Свободная энциклопедия «Викисловарь». Режим доступа: ru.wiktionary.org (дата обращения: 23.12. 2018).
30. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2000.
31. Апресян Ю.Д. Активный словарь русского языка. М.: Языки славянских культур, 2015.
32. Тихонов А.Н. Словообразовательный словарь русского языка. В 2-х т. М.: Русский язык, 1985.
33. Чеботарева Н.А. Эстетизация жизни как особенность визуальной репрезентации в сети «Инстаграм». Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития. Сб. материалов IX Международной научно-практической конференции под ред. О.Н. Широкова и др. Чебоксары, 2018. С. 175—176.
34. Апресян Ю. Д. Избранные труды. Том II. Интегральное описание языка и системная лексикография. М.: Языки русской культуры, 1995.
35. Скворецкая Е.В. О статусе так называемых форм субъективной эмоциональной оценки в русском языке. Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2016. № 2 (30). С. 86—93.
36. Crystal D. English as a global language. М.: Publishing house “The whole world”, 2001.

References

1. Bibikhin, V.V. (2010). *The Word and Event. The Writer and Literature*. Moscow: Russian Foundation for the Promotion of Education and Science. (In Russ.).
2. The study of Russian social vocabulary: a bibliography (2017). Compiled by: T.V. Leontieva, A.V. Shchetinina, L.A. Feoktistova, M.A. Eremina, A.N. Blinova, V.S. Kuchko. Ed. by V. Leontieva. Yekaterinburg: Azhur. (In Russ.).
3. Apresyan, Yu.D. (1986). *Deixis in Vocabulary and Grammar and the Naive Model of the World. Semiotics and Computer Science*. Moscow: Progress. Iss. 28, pp. 5—33. (In Russ.).
4. Vezhbitskaya, A. (1986). Perception: Semantics of an Abstract Dictionary. In: *New in Foreign Linguistics. Logical Analysis of the Language*. Moscow: Progress. Issue 18. (In Russ.).
5. Vezhbitskaya, A. (1996). *Language. Culture. Knowledge*. Moscow: Russian Dictionaries. (In Russ.).
6. Vinogradova, V.N. (2012). *The System of Russian Word Formation in the Functional and Stylistic Aspect*. Moscow: Infotech LLC. (In Russ.).
7. Dictionary of the Internet language.ru. (2016). M.A. Apresyan, E.A. Krongauz, V.N. Litvin et al (eds.). Moscow: AST-PRESS BOOK. (In Russ.).
8. Encyclopedic Dictionary of Linguistic Terms and Definitions. Russian Language (2014). In 2 vols. A.N. Tikhonov, R.I. Khashimov, G.S. Zhuravleva, et al. (eds.). Moscow: Flinta. (In Russ.).
9. Voronina, L.P. (2015). Diminutives in V.M. Shukshin's Texts (Functional Actualization of System-Language Capabilities). *Tomsk State University Bulletin*, 395, 5—9. (In Russ.).
10. Klimkova, L.A. (2014). Diminutive in Russian folk tales. *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, 12—1(42), 92—102. (In Russ.).
11. Shmeleva, T.V. (2017). Diminutives in Pskov Dialects: Derivational Technique, Semantics and Expressive Potential. In: *Pskov Dialects and Their Researchers*. In 2 parts. Pskov: Pskov State University. pp. 313—321. (In Russ.).
12. Nechaeva, N.N. (2019). Implementation of the Functional and Pragmatic Potential of Diminutives in Modern Russian Mass Media. *Topical Issues of Modern Philology and Journalism*, 3(34), 76—84. (In Russ.).
13. Pankov, F.I. (2018). Russian diminutives and the Internet. Language and speech on the Internet: personality, society, communication, culture: In: *Collection of articles of the II International scientific and practical conference* in 2 vols., A.V. Dolzhikova, V.V. Barabash (eds.). Moscow: RUDN University. pp. 178—184. (In Russ.).
14. Anikina, T.V. (2015). Language Features of Comments in the Social Network. *Instagram. Research: From Theory to Practice*, 3(4), 233—236. (In Russ.).
15. Likhacheva, M.S. (2017). Language features of communication on Instagram social network. New science as a result of innovative development of society. In: *Collection of articles of the International scientific and practical conference*. Ufa: International Research Agency LLC. pp. 20—23. (In Russ.).
16. Jurafsky, D. (1996). Universal tendencies in the semantics of the diminutive. *Language*, 72(3), 533—578.
17. Schneider, K.P. (2004). *Diminutives in English*. Max Niemeyer Verlag: Gmbh.
18. Spasovski, L. (2012). *Morphology and Pragmatics of the Diminutive: Evidence from Macedonian* [dissertation]. Arizona: Arizona State University.
19. Hanuh, A. (2012). Criteria for identification of lexicalized diminutives in the Serbian language. *Yearbook for the Serbian language*, XXV/12, 79—88. (In Serb.).
20. Vinokur, G.O. (1959). Notes on Russian Word Formation. In: *Selected Works on the Russian Language*. Moscow: Uchpedgiz. (In Russ.).
21. Vinogradov, V.V. (1975). Word Formation in its Relation to Grammar and Lexicology. In: *Research on Russian grammar*. Moscow: Nauka. (In Russ.).

22. Zemskaya, E.A. (1973). *Modern Russian Language. Word-formation*. Moscow: Prosveshchenie. (In Russ.).
23. Lopatin, V.V. (1977). *Russian word-formation morphemic*. Moscow: Nauka. (In Russ.).
24. Lopatin, V.V. & Ulyanov, I.S. (1975). *Word-Formation. Russian grammar*. Moscow: Nauka. pp. 137—140. (In Russ.).
25. Russian grammar (1975). In 2 vols. N.Yu. Shvedova (gen. ed.), et al. Moscow: Nauka. (In Russ.).
26. Russian grammar. URL: <http://rusgram.narod.ru/284-327.html> (accessed: December 23, 2018). (In Russ.).
27. Walther, J.B. (1996). Computer-Mediated Communication: impersonal, interpersonal and hypersonic interaction. *Communication Research*, 23(1), 3—43.
28. Krongauz, M.A. (2015). *Word by Word. About the Language and More*. Moscow: “Delo”. (In Russ.).
29. The Free Encyclopedia “Wikionary” (2018). URL: www.litmir.me (accessed: December 23, 2018). (In Russ.).
30. Kuznetsov, S.A. (2000). *Dictionary of the Russian language*. Saint Petersburg: Norint. (In Russ.).
31. Apresyan, Yu. D. (2015). *Active Vocabulary of the Russian Language*. Moscow: Languages of Slavic cultures. (In Russ.).
32. Tikhonov, A.N. (1985). *Word-Forming Dictionary of the Russian Language*. In 2 vols. Moscow: Russian language. (In Russ.).
33. Chebotareva, N.A. (2018). Aestheticization of life as a feature of visual representation on Instagram. In: *Science, Education, Society: Trends and Prospects of Development. Collection of Materials of the IX International Scientific and Practical Conference*, O.N. Shirokov (ed.). Cheboksary. pp. 175—176. (In Russ.).
34. Apresyan, Yu. D. (1995). *Selected Works*. Volume II. The Integrated Description of Language and Systemic Lexicography. Moscow: Languages of Russian Culture. (In Russ.).
35. Skvoretzskya, E.V. (2016). On the status of so-called forms of subjective emotional assessment in the Russian language. *Bulletin of the Novosibirsk State Pedagogical University*, 2(30), 86—93. (In Russ.).
36. Crystal, D. 2001. *English as a global language*. Moscow: Publishing house “The whole world”.

Информация об авторах:

Григорян Арmine Азатовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся Южного федерального университета, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации. *Сфера научных интересов:* методика преподавания русского языка как иностранного, прикладная лингвокультурология, культура русской речи, терминоведение; терминография; межкультурная коммуникация; *e-mail:* armine_1979@mail.ru Web of Science Researcher ID: ABE ABE-9454-2020; Orcid: 0000-0002-7674-3092; РИНЦ Author ID: 956054; РИНЦ SPIN-код: 6590-7374

Стрельчук Елена Николаевна, доктор педагогических наук, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета Российского университета дружбы народов. *Сфера научных интересов:* методика преподавания русского языка как иностранного, прикладная лингвокультурология, культура русской речи, межкультурная коммуникация; *e-mail:* ctrelcuk-en@rudn.ru ORCID: 0000-0003-2161-3722; Scopus Author ID: 57207941083; ResearcherId: E-1202-2019

Information about the authors:

Armine A. Grigoryan, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Russian for Foreign Students, Southern Federal University, Institute of Philology, Journalism and Intercultural

Communication. *Research interests*: methods of teaching Russian as a foreign language, applied cultural linguistics, culture of Russian speech, intercultural communication; *e-mail*: aagrigoryan@sfnedu.ru
Web of Science Researcher ID: ABE ABE-9454-2020; Orcid: 0000-0002-7674-3092; RSCI Author ID: 956054; RSCI SPIN code: 6590-7374

Elena N. Strelchuk, Doctor of Pedagogy, Associate Professor of the Department of the Russian Language and Methods of Teaching, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia. *Research interests*: methods of teaching Russian as a foreign language, applied cultural linguistics, culture of Russian speech, intercultural communication; *e-mail*: ctrelcuk-en@rudn.ru
ORCID iD: 0000-0003-2161-3722; Scopus Author ID: 57207941083; ResearcherId: E-1202-2019.



КОГНИТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ COGNITIVE STUDIES

DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-996-1035

УДК [811.161.1+ 811.161.3]³73:398.9

Научная статья / Research article

Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления

Е.Е. Иванов¹, О.В. Ломакина^{2,3}✉, Ю.А. Петрушевская¹¹Могилёвский государственный университет имени А.А. Кулешова,
212022, Республика Беларусь, Могилёв, ул. Космонавтов, 1²Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6³Московский педагогический государственный университет,
119991, Российская Федерация, Москва, ул. Малая Пироговская, 1✉ lomakina-ov@rudn.ru

Аннотация. В статье представлена попытка определить основные понятия и предложить методику выявления в синхроническом аспекте национальной специфичности пословичного фонда данного языка. В современной лингвистике всё больше внимания обращается на изучение межъязыковой специфичности / общности пословиц как в теоретическом (типологическом, лингвокультурном) плане, так и в прикладном (лингводидактическом, лексикографическом) аспекте. Однако в языкознании отсутствует специальный методологический аппарат установления и описания национальной специфичности пословиц. Цель исследования — разработать и апробировать основные понятия и методику выявления в синхроническом плане национальной специфичности пословичного фонда языка. Методы исследования — межъязыковое сравнение, структурно-семантическое моделирование, этнолингвистический анализ, лингвокультурологическое описание. Материалом для исследования послужили свыше 1500 наиболее активных пословиц белорусского языка (из его паремиологического минимума, основного паремиологического фонда, корпуса литературных текстов), а также пословицы славянских, балтийских, германских, романских, финно-угорских языков (всего более 220 000 пословиц из наиболее авторитетных паремиографических источников 34 европейских языков). В результате исследования установлено, что при дифференциации общих с другими языками и специфических единиц пословичного фонда языка наиболее объективным является синхронический анализ на основе структурно-семантического моделирования пословиц. Определено и верифицировано лингвистическое содержание понятий «национальная специфичность пословичного фонда», «уникальная, интернациональная, универсальная пословица», «национальная специфичность пословицы», «национально-языковое

© Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Петрушевская Ю.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

своеобразие, национально-культурная маркированность пословицы». Разработана и апробирована методика описания национальной специфичности пословичного фонда, которая включает принципы и приемы отбора наиболее репрезентативных единиц для анализа, определения межъязыковой специфичности / общности пословиц, установления их национально-языковой и национально-культурной специфики, выявления степени и характера национальной окрашенности пословиц данного языка. Доказано, что национальная специфичность пословичного фонда качественно и количественно детерминирована не уникальными на фоне других языков пословицами, а национально-языковым своеобразием и/или национально-культурной маркированностью общих с другими языками (интернациональных и универсальных) пословиц.

Ключевые слова: лингвистика, паремиология, пословица, пословичный фонд, национальная специфичность, методология, синхронический анализ, белорусский язык, современные европейские языки

Благодарность:

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН (Российская Федерация).

Исследование проведено в рамках выполнения задания Государственной программы научных исследований 2021—2025 гг., № 20211335 (Республика Беларусь).

История статьи:

Дата поступления: 31.08.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Петрушевская Ю.А. Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 996—1035. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-996-1035

UDC [811.161.1+ 811.161.3]:373:398.9

The National Specificity of the Proverbial Fund: Basic Concepts and Procedure for Determining

Eugene E. Ivanov¹, Olga V. Lomakina^{2,3}, Julia A. Petrushevskaya¹

¹Mogilev State A. Kuleshov University,
1, Kosmonavtov Str., Mogilev, Belarus, 212022

²Peoples' Friendship University of Russia (RUDN),
6, Miklukho Maclay Str., Moscow, Russian Federation, 117198

³Moscow State Pedagogical University (MGPU),
1, st. Malaya Pirogovskaya, Moscow, Russian Federation, 119991

lomakina-ov@rudn.ru

Abstract. The article presents an attempt to define the basic concepts and proposes a methodology for identifying the national specificity of the proverbial fund of a given language in the synchronic plan. In modern linguistics, more and more attention is paid to the study of interlingual specificity / generality of proverbs, both in the theoretical (typological, language and cultural), and in the applied (linguodidactic, lexicographic) terms. However, in linguistics there is no special methodological apparatus for establishing and describing the national specificity of

proverbs. The aim of the research is to develop and test the basic concepts and methodology for identifying the national specificity of the proverbial fund of the language in the synchronic plan. Research methods — interlingual comparison, structural and semantic modeling, ethnolinguistic analysis, language and cultural description. The research material was over 1,500 of the most actively used Belarusian proverbs (from its paremiological minimum, the main paremiological fund, the corpus of literary texts), as well as proverbs of the Slavic, Baltic, Germanic, Romanic, Finno-Ugrian languages (more than 220,000 proverbs from the most authoritative paremiographic sources in 34 modern European languages). As a result of the study, it was found that for the differentiation of common with other languages and specific units of the proverbial fund of the language, the synchronic analysis based on the structural and semantic modeling of proverbs is the most objective. The linguistic content of the concepts “national specificity of a proverbial fund”, “unique, international, universal proverb”, “national specificity of a proverb”, “national and language specificity, national and cultural marking of a proverb” has been determined and verified. The methodology for describing the national specificity of a proverbial fund has been developed and tested. It includes the principles and methods of selecting the most representative units for analysis, the determination of the interlingual specificity / generality of proverbs, the ascertainment of their national and language, national and cultural specificity, the identification of the degree and nature of the national marking of the exact language proverbs. It is proved that the national specificity of the proverbial fund is qualitatively and quantitatively determined not by proverbs that are unique against the background of other languages, but by the national and language and / or national and cultural marking common (international and universal) proverbs of other languages.

Key words: linguistics, paremiology, proverb, proverbial fund, national specificity, methodology, synchronic analysis, Belarusian, modern European languages

Financing. Acknowledgement

This publication was supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program (Russian Federation).

The study was carried out of the task of the State Program of Scientific Research in 2021—2025, No 20211335 (Republic of Belarus).

Article history:

Received: 31.08.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Ivanov, E.E., Lomakina, O.V. & Petrushevskaya, Ju.A. (2021). The National Specificity of the Proverbial Fund: Basic Concepts and Procedure for Determining. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 996—1035. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-996-1035

Введение

Изучение пословиц в лингвистике XXI века оформилось в отдельное самостоятельное направление — паремиологию [1—10], а сама пословица в течение последних лет получила исчерпывающее собственно лингвистическое определение [11; 12], в том числе как основная разновидность афористических единиц [13—16] (в связи с чем языковедческое описание пословиц рассматривается уже как часть лингвистики афоризма [17. С. 72; 18. С. 177]).

Одним из наиболее динамично развивающихся аспектов современной сопоставительной паремиологии является изучение межъязыковой общности

специфичности / пословиц как с теоретической точки зрения (типологической, этнолингвокультурной), так и в прикладном плане (лингводидактическом, лексикографическом). Однако в языкознании на сегодняшний день отсутствует специальный методологический аппарат, позволяющий выявлять и описывать национальную специфичность пословиц, что приводит к неоправданному увеличению доли национального компонента в пословичном фонде языка. Часто квалифицируются как исконные, т.е. национально специфические, такие пословицы, которые имеют абсолютные аналоги в других языках. Попадая в учебную лингвистическую литературу, эти интернациональные пословицы вызывают удивление у носителей иностранного языка, искренне считавших их частью своей национальной лингвокультуры. Так, в лингвострановедческом словаре «Русские пословицы, поговорки и крылатые выражения» (1988) можно встретить немало пословиц, которые широко распространены в европейских языках — имеют интернациональные структурно-семантические инварианты, согласно словарю «European Proverbs» (1997) G. Raczolay, напр.: *Дарёному коню в зубы не смотрят* [19. С. 46], ср. *Look not a gift horse / donkey in the mouth (or at the teeth)* [20. P. 54]; *За двумя зайцами погонишься, ни одного не поймаешь* [19. С. 51], ср. *If one (or He who) runs after two hares, will catch neither* [20. P. 334]; *Конец — делу венец* [19. С. 58], ср. *The end is the crown / wreath of all (or the work)* [20. P. 277] и т.п. В лингвострановедческом словаре белорусских пословиц также описывается в качестве национальных единиц значительное количество интернациональных европейских пословиц, напр.: *Да пары збан ваду носіць <вушка адарвецца — збан наб'ецца>* [21. С. 61], ср. *The pitcher goes so long to the water / well / fountain until it breaks (or until its handle / neck breaks)* [20. P. 287]; *Поле бачыць, а лес чые* [21. С. 120], ср. *Fields have eyes (or see) and wood / bush has ears (or listen)* [20. P. 120] и т.п.

То же характерно и для фразеологического материала, национальный характер которого, как правило, переоценивается. Следует отметить, что на это уже давно обратили внимание сами фразеологи и паремиологи, отмечая высокий процент межъязыковой общности в составе фразеологических единиц и пословиц европейских языков. Так, ещё в XIX веке составитель наиболее полного собрания немецких пословиц К.Ф.В. Вандер посчитал необходимым давать к ним иноязычные параллели [22]. В английском языке только около 40% пословиц относятся к иноязычным заимствованиям [23. P. 866], однако большинство английских пословиц имеют аналоги в других европейских языках [20; 24]. Единицы русского паремиологического минимума имеют прямые аналоги почти во всех славянских языках [25], поэтому русская фразеологическая и пословичная картины мира во многом интернациональны [26; 27]. В белорусском языке гораздо больше общих с другими языками, чем специфически белорусских пословиц [28; 29]. Это дало основание сделать неожиданный вывод о том, что «вопреки расхожему представлению о густо национальной маркированности идиоматики и паремиологии

они — как это ни парадоксально — являются более интернациональными, чем лексика» [30. С. 2].

В современной лингвокультурологической паремиологии [31] на первый план выходит не столько поиск специфического в пословичных фондах различных языков, сколько выявление в них общих с другими языками (т.е. интернациональных, или универсальных) пословиц, на фоне которого можно определить объём и характер национального компонента — на материале группы родственных языков [32], одного языка в сопоставлении с другими языками [33], данной пары неродственных (или дальнеродственных) языков [34] и даже одной пословицы данного языка в сравнении с её иноязычными аналогами [35]. Дифференциация общего с другими языками / специфического в пословичных фондах языков основывается на теории культурного трансфера [36—38], аксиологической интерпретации пословиц [39—45], этнолингвистического и лингвокультурологического анализа отдельных фрагментов пословичных картин мира [46—51].

При этом до сих пор не определены, не обоснованы и не верифицированы общие принципы межъязыкового сопоставления как в рамках каждого из указанных выше аспектов, так и всего подхода к выделению национально специфичного в пословичном фонде данного языка. В немногочисленных исследованиях теоретического содержания утверждается, что «национальная специфичность во фразеологии всегда устанавливается для пары привлекаемых к сопоставлению языков» [52. С. 49], хотя на практике количество языков часто составляет от трёх до пяти и даже более (в зависимости от полилингвальной компетенции исследователя). При выявлении межъязыковой общности / специфичности пословиц данного языка не всегда разграничиваются дескриптивный и сопоставительный подходы, компаративный и типологический анализ, что ограничивает репрезентативность полученных результатов (как, например, в белорусском языке [53]). Актуальным в этой связи является разработка методологических оснований для объективного определения того, что считать специфическим (национальным) в составе пословиц данного языка.

Цель исследования — определить основные понятия и принципы, разработать и апробировать методику выявления в синхроническом плане национальной специфичности пословичного фонда языка.

Методологической основой исследования являются межъязыковое сравнение, структурно-семантическое моделирование, этнолингвистический анализ, лингвокультурологическое описание. В качестве операциональных понятий, репрезентирующих форму и содержание пословиц и необходимых для идентификации межъязыковых пословичных аналогов, их национально-языкового своеобразия и/или национально-культурной маркированности, используется специально разработанный понятийный комплекс: структурно-семантическая модель, формальный вариант, слово-компонент, грамматическая организация, прототип, внутренняя форма, пословичный образ, ключевое понятие [54; 55].

Материалом для исследования послужили свыше 1500 наиболее активных пословиц белорусского языка (из его паремиологического минимума [25. С. 273—284; 56. С. 5—19], основного паремиологического фонда [56. С. 41—84], пословичного корпуса литературных текстов [57—59]), а также пословицы славянских, балтийских, германских, романских, финно-угорских языков — всего более 220 000 пословиц 34 современных европейских языков по материалам наиболее авторитетных полилингвальных паремиографических источников [20; 22; 24; 25; 60—62].

Основные понятия языковой и национально-культурной специфичности пословичного фонда

К основным понятиям, без которых невозможно описать национальное своеобразие пословичного фонда, можно отнести следующие: 1) национальная специфичность пословичного фонда; 2) уникальные (на фоне других языков) пословицы; 3) общие с другими языками пословицы; 4) национальная специфичность пословицы; 5) национально-языковое своеобразие пословицы; 6) национально-культурная маркированность пословицы. Указанные понятия во многом содержательно соотносятся между собой и определяются на основе друг друга, поскольку репрезентируют взаимодействующие параметры пословичного фонда языка.

Национальная специфичность пословичного фонда — это наиболее сложная его характеристика, которая основана на национально-языковом своеобразии и национально-культурной маркированности как уникальных (на фоне других языков), так и общих с другими языками пословиц.

В белорусском языке есть пословицы, которые, как показывают исследования [63; 64; 65], являются уникальными, т.е. не встречаются в других языках, и обладают, как правило, собственно белорусским происхождением (не являются дериватами иноязычных пословиц), напр.: *Абы ўмеў /-ла танчыць, а гаравець / рабіць работу гора наўчыць* [63. С. 14]; *Ад вялікіх любошчаў / З вялікага каханья сабачае разбежышча* [63. С. 16]; *<А> калі што якое, дык <і> што там / тут такое* [63. С. 19]; *Бог не слухае, што свіння рухае* [63. С. 24]; *Гультаю — хлеб на кію* [63. С. 38]; *Калі худ, не лезь на кут* [63. С. 60] и т. д. Такие пословицы, без сомнения, являются наиболее очевидной частью национально специфичных единиц в составе пословичного фонда белорусского языка.

Вместе с тем в белорусском языке широко употребляются пословицы, общие с другими языками (чаще польским, русским, украинским, литовским, немецким, реже английским, французским и др.). Многие из таких пословиц характеризуются специфическими (не встречающимися в других языках, кроме белорусского) особенностями как лексико-грамматической организации, так и семантики (внутренней формы, пословичных образов).

Например, пословица *Адна / Першая ластаўка* (або *Першы шпак*) *вясны не робіць* является общей со многими языками и имеет универсальную

пословичную структурно-семантическую модель *One swallow does not make / bring a spring / summer* ‘Одна ласточка не делает / не принесёт весну / лето’ [20. Р. 49]. В белорусском языке универсальная пословица имеет специфический формальный вариант *Першы шпак вясны не робіць* [25. С. 280], который не зафиксирован в других языках (согласно существующим паремнографическим источникам) и в котором есть уникальный (на фоне её вариантов в других языках) лексический компонент *шпак* и соответствующий пословичный образ („скворец“). Это позволяет рассматривать пословицу *Адна / Першая ластаўка* (або *Першы шпак*) *вясны не робіць* как национально специфичную в составе общих с другими языками единиц пословичного фонда белорусского языка.

То же самое можно сказать и о тех белорусских пословицах, которые являются общими с родственными языками. Например, пословица *Відаць / знаць пана на халявах* является общей с польской *Poznać / Znać pana po cholewach* [66. С. 96], однако имеет в белорусском языке специфический компонент *відаць*, манифестирующий её национально-языковое своеобразие. Вариант второй части белорусской пословицы *Вольнаму воля, а шалёнаму поле / уратаванаму рай*, общей с рус. *Вольному воля, спасённому рай* [19. С. 39], репрезентирует фрагмент национальной картины мира белорусов, восходящий к древним мифологическим представлениям славян, в которых выход в поле символизирует выход в мир смерти (именно „в чисто поле“ выходили на смертный поединок былинные воины), а безумный, невменяемый, бесноватый и т.п. (бел. *шалёны*) считается принадлежащим миру смерти [21. С. 52]. Это позволяет отнести пословицу *Вольнаму воля, а шалёнаму поле / уратаванаму рай* к национально-культурно маркированным в составе общих с другими языками единиц пословичного фонда белорусского языка.

Степень (объём) национальной специфичности пословичного фонда прямо и непосредственно зависит от количества в нём не только уникальных (на фоне других языков) единиц, но также и общих с другими языками пословиц, обладающих национально-языковым своеобразием и/или национально-культурно маркированных. Характер (состав) национальной специфичности пословичного фонда определяется соотношением в нём единиц, обладающих национально-языковым своеобразием и национально-культурно маркированных. В соответствии с этим можно дифференцировать национально-языковое своеобразие и национально-культурную маркированность всего пословичного фонда. Кроме этого, характер национальной специфичности пословичного фонда во многом зависит от того, в составе каких именно единиц преобладает национально-языковое своеобразие или национально-культурная маркированность — или уникальных, или общих с другими языками.

Уникальные пословицы — это единицы, которые встречаются только в одном языке, не имеют в других языках аналогов (т.е. тождественных по структуре и семантике пословиц). Отсутствие таких аналогов определяется в результате односторонней синхроничной проекции единиц пословичного фонда одного языка на единицы пословичных фондов других языков (избранных для

сопоставления) на материале наиболее репрезентативных паремнографических источников (см. подробнее во втором разделе данной статьи). Уникальность в данном случае может рассматриваться как типологически значимый признак только в известном смысле, поскольку ограничена экстралингвистическим фактором (является релевантной только для некоторого количества языков, пословичные фонды которых имеют паремнографическое описание).

В современном литературном белорусском языке употребляется значительное количество пословиц, не имеющих аналогов в большинстве европейских языков, напр.: *Адзін Сцяпан — заўсёды пан, а калі і нястача, дзіця не плача*; *Батрачы / Служачы хлеб — сабачы*; *Дзеду міла, а ўнуку гніла*; *Каму на каму, а каму два камы*; *Не заўсягды <яды>, як на Дзяды <а працы, як у нядзелю>*; *Пазнаюць нашу дачку і ў андарачку*; *Чым за морам віно піць, лепш з Нёмана вадзіцу*; *Як шануе, то і Халімон танцуе* [21. С. 32, 40, 59, 62, 79, 101, 113, 152, 159]. Данные пословицы, как показал анализ наиболее авторитетных иноязычных паремнографических источников, не встречаются ни в одном из современных славянских, германских и романских языков, поэтому могут быть квалифицированы как уникальные.

Уникальные пословицы могут иметь эквиваленты в других языках — тождественные или близкие по смыслу пословицы с иной внутренней формой и иным планом выражения (лексико-грамматической организацией).

Например, белорусская пословица *Адзін Сцяпан — заўсёды пан, а калі і нястача, дзіця не плача* имеет эквиваленты в русском языке, ср.: = *Одна голова не бедна, а и бедна, так одна = Одному хоть тяжёлая доля, да всё своя воля* [21. С. 32]. Пословица бел. *Каму на каму, а каму два камы*, синонимичная бел. *Аднаму густа, а другому пуста*, имеет несколько иноязычных эквивалентов, ср.: = польск. *Jednym rydz, drugim nic* = рус. *У кого густо, а у нас пусто* [67. С. 113]. Пословица бел. *Дзеду міла, а ўнуку гніла* имеет эквиваленты во многих европейских языках, ср.: = польск. *Każdy ma swój gust* = рус. *У каждого свой вкус* = англ. *Every man lo his taste* = нем. *Jeder nach seinem Geschmack* = ит. *Ognuno ha i suoi gusti* = фр. *Chacun à son gout* [68. S. 110].

Следует отметить, что с диахронической точки зрения уникальные пословицы можно дифференцировать на три группы: 1) созданные в данном языке без влияния других языков (имеют собственно языковое, исконное происхождение); 2) попавшие в данный язык в результате дивергенции (долгое время были общими для двух или более родственных языков, но в итоге остались в употреблении только в данном языке); 3) пришедшие в данный язык из других языков (как родственных, так и неродственных) в результате длительных языковых контактов, но из-за различий в историческом развитии этих языков остались в употреблении только в одном языке.

Однако диахронический подход в определении уникальности единиц пословичного фонда того или иного языка на сегодняшний день, во-первых, недостаточно репрезентативен, поскольку часто отсутствует необходимая фактическая информация (в силу различий в глубине паремнографического описания пословичных фондов разных языков), во-вторых, методологически не

обоснован, поскольку исследования в области истории и этимологии пословиц ещё во многом остаются в области экстралингвистических интерпретаций (на основе этнографической, исторической, социокультурной информации). Поэтому, несмотря на растущее количество обоснованных сравнительно-исторических и этимологических экскурсов в паремиологии, объяснения происхождения пословиц в большинстве случаев весьма приблизительны, а часто и неверны.

Так, в недавно изданном в Беларуси и единственном в своём роде в славянском языкознании справочнике „Этымалагічны слоўнік прыказак“ (2014) И.Я. Лепешева [63] содержится множество поверхностных и ошибочных этимологий собственно белорусского происхождения таких пословиц, которые являются общими с другими славянскими и многими неславянскими языками, напр.: *Адна галава добра, а дзве лепш* [69]; *З вялікага грому малы дождж* [70]; *Хто мажа, той і едзе* [71] и т.п.

Синхронический подход позволяет абстрагироваться от времени и путей появления данной пословицы в избранном языке, сосредоточиться только на отсутствии vs. наличии аналогичных ей единиц в пословичных фондах других языков. При условии использования для сопоставления широкого языкового фона (различных языковых групп и семей) этого вполне достаточно, на наш взгляд, для определения межъязыковой уникальности той или иной пословицы в описываемом языке, прежде всего, с точки зрения массового языкового сознания (в сугубо эмпирическом ракурсе). Для обычного носителя языка (не профессионального лингвиста) при дифференциации собственно знаковых единиц (слов, фразеологизмов, языковых афоризмов) родного (или изучаемого) языка на специфичные vs., общие с другими языками, на первое место выходят критерии „вне пространства“ и „вне времени“ (здесь и сейчас) как наиболее очевидные и позволяющие легко эмпирически верифицировать (при помощи переводных, а также иноязычных нормативных словарей) межъязыковую общность / специфичность языковых единиц.

Для носителя русского языка, знающего пословицу *Коней на переправе не меняют*, достаточно обнаружить *Don't change horses in mid-stream* в словаре английских пословиц [72. Р. 90—91], чтобы сделать вывод об их общности (и, соответственно, об отсутствии национальной специфичности). Показательно, что для носителя английского языка ситуация будет аналогичной (обнаружив в русском или любом другом языке эту пословицу, он перестанет считать её собственно английской). При этом и тот, и другой, узнав из специальных справочных источников о том, что эта пословица имеет англоязычное происхождение и восходит к словам одного из самых известных Президентов США, национального героя американского народа Авраама Линкольна (1809—1865) [73], конечно, получат важную информацию о возникновении и национальной специфичности этой популярной пословицы в исторической перспективе, однако не перестанут считать её интернациональной в современной для них языковой стихии.

Апелляция к массовому языковому сознанию в данном случае важна потому, что именно на основе рефлексии о степени и характере национальной специфичности единиц родного (или изучаемого) языка формируется в рамках языковой картины мира представление о данном языке, его месте и роли как хранилища и канала передачи информации о национальной культуре и связях с другими национальными культурами.

Реализация синхронического подхода предполагает, что если для данной пословицы зафиксированы аналогичные (тождественные или максимально близкие по структурно-семантической модели) пословицы в других языках (хотя бы в одном из них), то такая пословица не может рассматриваться как уникальная (для данного языка).

Белорусская пословица *Адна галава добра, а дзве <яшчэ> лепш / лепей* не является уникальной — „собственно белорусской“, вопреки такой её квалификации в этимологическом словаре пословиц белорусского языка [63. С. 18], поскольку имеет не только эквиваленты, но и прямые структурно-семантические аналоги в славянских, германских и романских языках, ср.: = рус. *Одна голова хорошо, а две лучше* = укр. *Одна голова добре, а дві ще краще* = польск. *Jedna głowa dobra, druga jeszcze lepsza* = англ. *Two heads are better than one* = фр. *Deux têtes valent mieux qu'une* [67. С. 19—20].

Следует отметить, что в современном языкознании бытует мнение, согласно которому общие для нескольких родственных языков пословицы квалифицируются по своему происхождению как исконные в каждом из этих языков. Например, как «собственно белорусские» определяются «пословицы, которые образовались непосредственно в белорусском языке или перешли из общеславянского языка, или являются общими для восточнославянских языков» [6. С. 53]. При таком подходе, с одной стороны, неправомерно отождествляются уникальность (наличие только в данном языке) и исконное происхождение (образование непосредственно в данном языке), а с другой стороны, не разграничиваются историческая общность (как следствие перехода в разные языки из одного общего для них праязыка) и межъязыковая общность (как результат заимствований из родственных и неродственных языков, а также типологической общности).

Синхроничный подход можно считать наиболее объективным при определении уникальности пословиц (на фоне других языков), так как он позволяет отвлечься от неверифицируемых поисков исконного / иноязычного происхождения, а также не различать генетическую общность, исторические заимствования и результаты языковых контактов, т.е. совокупности факторов, которые оказывают решающее влияние на формирование и историческое развитие пословичного фонда в каждом языке, однако не позволяют определить его национальную специфичность на современном этапе.

Общие с другими языками пословицы — это единицы, которые имеют полные либо частичные аналоги (тождественные либо максимально близкие по своим структурно-семантическим характеристикам пословицы) хотя бы в

одном из других языков. Наличие межъязыковых пословичных аналогов определяется на основании односторонней синхроничной проекции единиц пословичного фонда одного языка на единицы пословичных фондов других языков (избранных для сопоставления) на материале паремиографических источников (см. подробнее во втором разделе данной статьи). Межъязыковая общность в данном случае является типологически значимым признаком, релевантность которого зависит от охвата языков и репрезентивности их имеющегося паремиографического описания.

На основании синхроничного подхода все общие с другими языками единицы в пословичном фонде языка можно разделить на два типа пословиц.

1. **Интернациональные пословицы**, которые являются общими для тех языков, отношения между которыми имеют характер языкового родства или языковых контактов. Термин „интернациональный“ в данном случае является омонимичным соответствующему термину в рамках лингвистической теории заимствования [74. С. 120—126] и близким к его использованию в рамках фразеологии для обозначения «межъязыковой общности... как результата генетического языкового единства, языковых и культурно исторических контактов, особенностей языкового развития» [75. С. 144].

Интернациональный характер имеют следующие белорусские пословицы, ср.: бел. *Ад добра добра не шукаюць* = рус. *От добра добра не ищут* = укр. *Від добра добра не шукають* (общие для восточнославянских языков) [67. С. 109]; бел. *Да Бога высока, да пана / да цара далёка* = польск. *Król daleko, Bóg wysoko* = рус. *До Бога высоко, <a> до царя далеко* = укр. *До бога високо, а до царя далеко* = лит. *Dievas aukštai, o karalius toli* ‘Бог высоко, царь далеко’ = латыш. *Dievs augstu, ķeizars tālu* ‘Бог высоко, царь далеко’ = нем. *Gott ist hoch und der König weit* ‘Бог высоко и царь далеко’ [67. С. 145] (общие для родственных славянских языков — польского, русского, украинского, а также языков ареальных и культурных контактов — латышского, литовского, немецкого).

2. **Универсальные пословицы** являются общими для языков, которые не связаны языковым родством и не имеют в своей истории непосредственных языковых контактов [76].

Универсальной является пословица бел. *Слова — срэбра, маўчанне — золата*, которая имеет аналоги в славянских, балтийских, романских языках, а также в немецком, венгерском, финском, турецком, арабском, персидском, японском языках [20. Р. 366—368], большинство из которых не имеют генетической связи с белорусским языком и никогда не имели с ним прямых языковых контактов.

Следует отметить, что в диахроническом плане общие с другими языками единицы пословичного фонда данного языка можно дифференцировать (по аналогии с фразеологическими и лексическими единицами) на четыре группы:

1) как результат дивергенции — остались как в данном языке, так и в родственных ему языках в результате их отделения друг от друга после

распада языкового континуума, исторически существовавшего на одной территории в единой языковой среде (например, в белорусском и двух восточнославянских языках — русском, украинском);

2) как результат конвергенции — стали общими для данного и родственных ему языков, которые долгое время использовались на одной территории в одной языковой среде (например, для белорусского и польского языков, белорусского и русского языков);

3) как результат заимствования в данный язык из других языков (как родственных, так и неродственных) вследствие исторически обусловленных языковых контактов (например, в белорусский язык из литовского языка) или культурного влияния одного языка на другой (например, на белорусский язык английского языка, немецкого языка и др.);

4) как результат общности речемыслительных процессов в обобщении действительности и его отражения в пословицах, которые являются общими для родственных и неродственных языков независимо от языковых контактов между ними, но при этом имеют в каждом из языков исконное происхождение (например, в белорусском языке и в китайском языке).

Однако диахронический подход в установлении общих с другими языками единиц пословичного фонда языка весьма существенно ограничен отсутствием необходимой фактической информации (по причине различной глубины паремиографического описания разных языков), а также недостаточно методологически обоснован (в силу различий в принципах и приёмах изучения пословиц в разных предметных областях языкознания и его национальных вариантах). Это обуславливает, как правило, субъективный характер описания межъязыковых аналогов и соответствий пословиц.

Белорусская пословица *У бабы валасы доўгія / волас доўгі, а розум кароткі / памяць кароткая* квалифицируется в этимологическом словаре пословиц И.Я. Лепешева как «общая для восточнославянских и польского языков» [63. С. 116], однако имеет аналоги и в других славянских языках, а также во многих языках балтийской, романской, германской языковых групп и, что весьма показательно, в языках иных языковых семей — в венгерском, в турецком языке и др., ср.: = словен. *Ženske imajo dolge lase, pa kratko pamet* ‘У женщины волосы длинные, но короткая память’ = латыш. *Sievām gari mati, īss padoms* ‘У женщины волосы длинные, короткая память’ = лит. *Bobos / Moteriškų ilgas plaukas, trumpas razumas* ‘У бабы / женщины волосы длинные, короткий ум’ = исп. *La mujer tiene largo el cabello y corto el entendimiento* ‘У женщины волосы длинные и короткий ум’ = ит. *Le donne hanno lunghi a capelli e corto il cervello* ‘У женщины волосы длинные и короткий ум’ = нем. *Weiber haben langes Haar und kurzer Verstand* ‘У женщины волосы длинные и короткий ум’ = венг. *Az asszonyembérnek hosszú a haja, rövid az esze* ‘У женщины волосы длинные, короткий ум’ = тур. *Kadının saçı uzun, akli kısadır* ‘У женщины волосы длинные, короткий ум’ [20. Р. 415; 67. С. 93—94] и т.д. В белорусском языке зафиксировано около 80 универсальных пословиц [77],

которые имеют многочисленные структурно-семантические аналоги в языках различных языковых семей и групп [67. С. 18—105].

Для выяснения того, является ли данная пословица общей с другими языками (имеет аналоги в других языках) и каков характер её общности (как результат генетического родства / языковых контактов / универсальности формы и содержания пословиц в обобщённом отражении действительности), не требуется ни диахронический анализ, ни сравнительно-исторический анализ, которые в большинстве случаев не дают однозначных ответов об иноязычном происхождении и иноязычных параллелях каждой отдельной пословицы. Синхронический подход позволяет абстрагироваться от конкретных путей и способов проникновения той или иной пословицы из одного языка в другой, акцентировать внимание только на факте общности данной пословицы в разных языках, не дифференцировать природу этой общности (генетическую, ареальную или контактного взаимодействия языков), а только определять её характер по критерию наличия vs. отсутствия генетических, ареальных, контактных связей между рассматриваемыми языками. Односторонняя синхроническая проекция позволяет исчерпывающе (однозначно и объективно) дифференцировать пословицы в данном языке не только по признаку специфичности / общности по отношению к другим языкам, но и по характеру общности (на интернациональные / универсальные) [78].

Национально специфичные пословицы — это, во-первых, единицы, которые не имеют аналогов в других языках (уникальные на фоне других языков), отражающие национальную специфичность пословичного фонда данного языка как целостные знаки, а во-вторых, общие с другими языками пословицы, в составе которых есть компоненты, имеющие языковое и/или этнолингвокультурное своеобразие. Общие с другими языками пословицы, в составе которых указанные компоненты отсутствуют, можно определить как нейтральные единицы — не имеющие признаков национальной специфичности, характеризующих данную пословицу в плане её принадлежности к данному языку и/или отражения ею данной национальной культуры.

Белорусская пословица *Давярай, але / ды правярай* [58. С. 151] (формальный вариант *Давяраць — давярай, але і правярай* [25. С. 275]) не является национально специфичной, так как не имеет ни собственно языковых, ни лингвокультурных характеристик, которыми бы выделялась (отличалась) на фоне аналогичных пословиц в других языках, ср.: = рус. *Доверяй и / но проверяй* [97. С. 284]; *Доверять — доверяй, но проверяй* = укр. *Довіряй, але перевіряй* [25. С. 53].

В свою очередь, белорусская пословица *Дзвюм смярцям не бываць, <a>адной не мінаваць* [58. С. 123] (формальный вариант *Не бываюць дзве смерці, а раз трэба памерці* [25. С. 278]) является национально специфичной в языковом плане, поскольку имеет такой формальный вариант (*Не бываюць дзве смерці, а раз трэба памерці*), который не встречается в пословичных аналогах других языков, ср.: = польск. *Dwóch śmierci nie będzie, a przed jedną nie*

ucieszysz = рус. *Двум смертям / Двух смертей не бывает, а одной не миновать* = укр. *Двом смертям не бувати, а одної не минувати* = англ. *You can only die once* ('Можно умереть только один раз') [67. С. 150] и т.д.

Национально специфичной является и белорусская пословица *Язык Вільні / Кіева дапытае* (формальный вариант *Язык да Вільні / да Кіева давядзе*) [25. С. 284], имеющая в своём составе национально-культурно маркированный компонент — слово-реалию *Вільня*, благодаря которому у неё формируется фоновая (национально-культурная) семантика (совокупность ассоциаций с древней столицей Великого княжества Литовского в XIV—XVIII вв. и центром белорусской культуры в XIX — в начале XX в.), что выделяет данную пословицу в ряду её иноязычных аналогов, ср.: = польск. *Język i do Rzymu / Krakowa / Kijowa doprowadzi* = рус. *Язык до Киева доведёт* = укр. *Язык до Києва / i do Кія доведе* = исп. *Quien boca ha, a Roma va* 'Кто имеет язык, будет в Риме' = ит. *Chi lingua ha a Roma va* 'Кто имеет язык, будет в Риме' = фр. *Qui langue a, à Rome va* 'Кто имеет язык, будет в Риме' [67. С. 303—304] и т.д.

Национально специфичные пословицы являются частью как уникальных, так и общих с другими языками единиц пословичного фонда данного языка. В зависимости от этого различаются способы определения (и, соответственно, характер детерминированности) национальной специфичности пословицы.

Так, если пословица является общей с другими языками, её национальная специфичность определяется носителями языка (и исследователем) на фоне иноязычных аналогов, т.е. путём односторонней синхроничной проекции компонентов структуры и содержания интернациональной или универсальной пословицы в данном языке на компоненты структуры и содержания её аналогов в других языках (степень очевидности и верифицированности национальной специфичности пословицы в данном случае увеличивается пропорционально количеству проанализированных её аналогов в других языках). Такой способ выявления национальной специфичности единиц пословичного фонда языка соответствует сравнительному подходу к пониманию национальной специфики языковых единиц [80. С. 251—271].

Если пословица является уникальной в данном языке (на фоне других языков), национальная специфичность компонентов её структуры и содержания (помимо очевидной национальной специфичности уникальной пословицы как целостного знака) определяется носителями этого языка (и исследователем) на основе их знания (представления) о тех фактах национальной материальной или духовной культуры, фрагментах национальной картины мира, которые нашли отражение в тех или иных компонентах пословицы (в отличие от её нейтральных компонентов, которые эти факты и фрагменты не отражают). Такой способ выявления национальной специфичности единиц пословичного фонда данного языка соответствует интроспективному подходу к пониманию национальной специфики языковых единиц [80. С. 272—288].

Степень национальной специфичности пословицы прямо зависит от совокупного объёма тех компонентов её структуры или содержания, которые характеризуются языковым своеобразием и/или этнолингвокультурной маркированностью. В свою очередь, характер национальной специфичности пословицы обусловлен количественной представленностью по отдельности тех компонентов её структуры или содержания, которые либо обладают языковым своеобразием, либо этнокультурно маркированы. В этой связи целесообразно дифференцировать такие две характеристики национальной специфичности пословицы, как её национально-языковое своеобразие и национально-культурную маркированность.

Национально-языковое своеобразие пословицы — это характеристика, которая свойственна только общим с другими языками единицам пословичного фонда и проявляется в наличие такого языкового оформления пословицы, которое не встречается у её аналогов в других языках. Основными признаками национально-языкового своеобразия пословицы являются её отличие от своих аналогов в других языках по устройству структурно-семантической модели, наличию особенных формальных вариантов и/или лексических компонентов, характеру грамматической организации.

Белорусская пословица *Па Саўку / Сеньку / Хомку / Юрку <i> шапка* [25. С. 280; 58. С. 427] имеет аналоги в других языках, однако отличается на их фоне национально-языковым своеобразием, поскольку, во-первых, содержит специфический лексический компонент *Хомку*, во-вторых, имеет особенное устройство структурно-семантической модели (из четырёх формальных вариантов — *Па Саўку <i> шапка / Па Сеньку <i> шапка / Па Хомку <i> шапка / Па Юрку <i> шапка*), в-третьих, включает особый, отсутствующий в других языках формальный вариант (*Па Хомку <i> шапка*), ср.: = рус. *По Сеньке и шапка <a по Ярмолке колпак>* = укр. *По Сеньку шапка* или *По Савци свитка* = лит. *Pagal Jurgį ir kepurė* ‘По Юрке шапка’ [67. С. 245—246].

Белорусская пословица *Шапка на злодзеі гарыць* [57. С. 268] / *На злодзеі <i> шапка гарыць* [58. С. 340] характеризуется национально-языковым своеобразием, поскольку имеет особенную грамматическую организацию — инверсивный порядок слов в одном из формальных вариантов, чем отличается от своих аналогов в других языках, ср.: польск. *Na złodzieju czapka gore* = рус. *На воре <u> шапка горит* = укр. *На злодію шапка горить* = лит. *Vagie, kepurė dega* ‘Вор, шапка горит’ [67. С. 211—212].

Степень национально-языкового своеобразия пословицы зависит от объёма отличительных особенностей языкового оформления её компонентов на фоне аналогичных пословиц в других языках. Характер национально-языкового своеобразия пословицы обусловлен тем или иным набором особенностей языкового оформления компонентов, отличающих её от иноязычных аналогов.

Национально-культурная маркированность пословицы — это такая характеристика, которая свойственна как общим с другими языками, так и уникальным на фоне других языков пословицам данного языка. Основными

признаками национально-культурной маркированности пословицы является наличие у неё фоновой (национально-культурной) семантики — комплекса устойчивых ассоциаций с фактами национальной истории, особенностями материальной и духовной культуры, условий жизни и менталитета данного народа, концептами национальной картины мира. Источниками (маркерами) таких ассоциаций могут быть прототип пословицы, фрагменты её внутренней формы (отдельные понятия и образы, выраженные в лексическом составе пословицы), безэквивалентные лексические компоненты в её составе (в том числе слова-реалии).

Бел. *Голад не дзядзіна <з'ясі і крадзена>* [21. С. 59] — это формальный вариант одной, общей с другими языками пословицы *Голад не цётка* [57. С. 61; 58. С. 136] / *Голад не цётка <з'есць што патрапіць>* [25. С. 274] / *Голад не дзядзіна <з'ясі і крадзена>* [21. С. 59], детерминирующий её национально-языковое своеобразие на фоне иноязычных аналогов, ср.: = рус. *Голод не тётка / Голод не тётка, а брюхо не лукошко / Голод не тётка: калачика не подложит / Голод не тётка (не тёща, не кума): пирога не подсушет* = польск. *Glód nie ciotka / nie brat* = укр. *Голод не тітка / Голод — не тітка, пиріжка не дасть* [67. С. 142]. Пословичный вариант *Голад не дзядзіна <з'ясі і крадзена>* является в высокой степени национально-культурно маркированной единицей, поскольку содержит, во-первых, безэквивалентное слово *дзядзіна* 'жена дяди' [21. С. 59], во-вторых, однословную номинацию *крадзена* специфического понятия 'украденная еда', в-третьих, специфический образ, выраженный сочетанием *з'ясі і крадзена* («совершить любой постыдный поступок»), в-четвёртых, фрагмент национальной картины мира, маркированный сочетанием *з'ясі і крадзена* (вызывает общественное осуждение, покрывает себя позором тот, кто берёт чужое, особенно крадёт еду), как проявление традиционных нравственных норм, отражённых во многих белорусских пословицах (типа *Не руш / Не бяры чужога і не бойся нікога* [21. С. 105—106] и т.п.).

Пословица *Пазнаюць нашу дачку і ў андарачку* не только входит в состав уникальных на фоне других языков единиц пословичного фонда белорусского языка [21. С. 113], но и является национально-культурно маркированной на уровне лексического состава, поскольку содержит слово-реалию *андарак*, которое обозначает «элемент традиционной женской одежды — юбку, сшитую из домотканой шерстяной или полушерстяной ткани в клетку, в продольную или поперечную полоску на вишнёвом, синем, зелёном или чёрном фоне» [21. С. 113].

Степень национально-культурной маркированности пословицы зависит от объёма выраженной в ней фоновой семантики. Характер национально-культурной маркированности пословицы детерминирован, во-первых, тем или иным набором фоновых значений, а во-вторых, её принадлежностью либо к уникальным (на иноязычном фоне), либо к общим с другими языками единицам пословичного фонда данного языка.

Методика выявления языковой и национально-культурной специфичности пословичного фонда

Выявление и описание национально специфичной части пословичного фонда языка целесообразно проводить в несколько этапов на основе отношений строгой последовательности, когда каждый следующий этап основывается на результатах предыдущего. Всего может быть выделено 5 таких этапов.

Рассмотрим содержание этапов на материале белорусских пословиц и их иноязычных аналогов. В частности, проиллюстрируем применение отдельных приёмов выявления языковой и национально-культурной специфичности пословицы несколькими белорусскими пословицами, имеющими доминантный лексический компонент *бяды* ('горе, несчастье').

Этап 1. Отбор фактического материала для исследования — это выбор и систематизация таких единиц, которые составляют наиболее качественно и количественно репрезентативную часть пословичного фонда данного языка. К этим единицам, как показали исследования [81], относятся три группы: корпус пословиц, регулярно употребляемых в литературном языке, паремиологический минимум, основной паремиологический фонд. Следует отметить, что одновременно все три группы пословиц можно выделить не во всех языках (например, для языков, не имеющих письменности, актуален только паремиологический минимум), однако это имеет решающее значение прежде всего для того языка, в котором выявляется национальная специфичность пословичного фонда. Так, все три указанные группы пословиц установлены, соответственно, для английского языка [72; 82. Р. 129—131; 83], русского языка [84; 85. С. 143—169; 56. Р. 21—40], белорусского языка [58; 25. С. 273—284; 56. С. 5—19; 56. Р. 41—84], для немецкого и многих остальных славянских языков установлены литературные пословичные корпуса и паремиологические минимумы. Принято считать, что в паремиологическом минимуме и основном паремиологическом фонде должны быть представлены все основные структурные и семантические особенности пословиц данного языка [85. С. 212—213]. Это является значимым для любых межъязыковых сопоставлений, поскольку в этом случае удельный вес национально специфичных единиц, который установлен на материале минимума и основного фонда пословиц, будет качественно и количественно репрезентировать степень национальной специфичности всего пословичного фонда данного языка.

Ещё одним важным параметром фактического материала, избираемого для межъязыкового сопоставления, является объём единиц, который должен, с одной стороны, покрывать собой всю наиболее качественно репрезентативную часть пословичного фонда данного языка, а с другой стороны, не быть излишне большим для возможности осуществления исследования, поскольку глубина выявления национальной специфичности пословиц прямо обусловлена широтой и разнообразием привлекаемого иноязычного паремиологического материала (для получения объективного результата одна пословица в данном языке должна сопоставляться, как правило, с одним—тремя десятками

близких по структурно-семантической модели пословиц в каждом из минимум десяти языков).

Корпус пословиц современного белорусского литературного языка, определяемый на основе толковых паремиологических словарей [57—59], составляет 1387 единицы. Объём паремиологического минимума белорусского языка (после объединения двух его списков — М.Ю. Котовой [25. С. 273—284] и Е.Е. Иванова [56. С. 5—19]) составляет 583 единицы. Основной паремиологический фонд белорусского языка составляет 456 единиц [56. Р. 41—84]. После объединения этих трёх групп пословиц общий объём фактического материала для исследования национальной специфики пословичного фонда белорусского языка (без повторов и с учётом объединения формальных вариантов одних и тех же пословиц в разных группах и списках) составил 1529 единиц [65. С. 151].

Объём в пределах 1500 (± 100) единиц представляется оптимальным для анализа степени и характера национальной специфичности пословичного фонда языка, поскольку такое количество пословиц, во-первых, не превышает объём ни одной из исходных пословичных групп (корпуса пословиц литературного языка, паремиологического минимума, основного паремиологического фонда), во-вторых, является релевантным для описания в рамках одного исследования, в-третьих, может рассматриваться само по себе достаточно репрезентативным в квантитативном плане при сопоставлении с пословичными фондами других языков.

Этап 2. Дифференциация уникальных и общих с другими языками пословиц предполагает выяснение, есть ли у данной пословицы иноязычные аналоги, для чего в рамках односторонней синхроничной проекции данного языка на другие языки используется приём последовательной аппликации — совмещение структурно-семантической модели данной пословицы поочередно с близкими по ключевым понятиям и образам, а также логической организации структурно-семантическими моделями пословиц других языков.

Широта и объём привлекаемого иноязычного пословичного материала определяются в зависимости от избранной в исследовании глубины выявления национальной специфичности пословиц данного языка (на фоне родственных языков, в пределах определённого языкового ареала, на фоне типологически близких языков, на максимально широком языковом фоне).

В качестве иноязычных источников для поиска аналогов пословиц в других языках целесообразно выбирать наиболее репрезентативные (как по объёму, так и по точности описания) полилингвальные и монолингвальные паремиографические справочники. Поиск иноязычных аналогов и проверка уникальности той или иной пословицы данного языка должны производиться последовательно: сначала в близкородственных языках, потом во всех родственных языках, затем в языках близкого, среднего и дальнего языкового ареала, и только после этого (при наличии такой возможности) в генетически и типологически далёких языках мира. При этом если в процессе обращения к родственным языкам одинаково продуктивно можно и нужно использовать как полилингвальные, так и монолингвальные паремиографические справочники,

то для анализа языков близкого, среднего и дальнего языкового ареала, генетически и типологически далёких языков мира избираются прежде всего полилингвальные справочники, а также те из монолингвальных словарей, в которых приводятся иноязычные параллели пословиц. И в том, и в другом случае для поиска иноязычных аналогов и проверки уникальности пословиц данного языка больше подходят те паремиографические справочники, в которых представлено как наибольшее количество языков, так и наиболее активные пословицы в каждом языке.

При определении аналогов белорусских пословиц на европейском языковом фоне в качестве основных полилингвальных источников выступают все белорусско-иноязычные словари пословиц [86—90], наиболее авторитетные многоязычные словари славянских [25] и европейских пословиц [20; 24], монолингвальные паремиографические справочники с иноязычными параллелями [22]. Для точного установления в пословичном фонде белорусского языка уникальных единиц важно привлечение собраний пословиц близкородственных языков — русского [79] и украинского [91], а также языков ареальных контактов — польского [92], литовского [93], латышского [94]. Таким образом, минимальная и достаточная широта иноязычного пословичного материала, необходимого для объективного выявления межъязыковой общности / уникальности единиц пословичного фонда белорусского языка, включает в себя, во-первых, все современные славянские языки, во-вторых, все языки ареальных контактов (в том числе включая широкий диалектный материал близкородственных и исторически наиболее контактных языков), в-третьих, все современные германские и романские языки, в-четвёртых, основные финно-угорские языки (венгерский, финский, карельский, эстонский и др.), в-пятых, турецкий язык как исторически доминирующий представитель тюркских языков на европейской территории.

Кроме этого необходимо учитывать пословичные фонды неродственных языков тех народов, которые исторически проживали (и/или проживают в настоящее время) на территории распространения языка автохтонного народа и имели с ним тесные культурные контакты. Например, в случае с белорусским языком это пословицы на иврит и на идиш, цыганские пословицы, а также пословицы белорусов-мусульман татарского происхождения, заимствованные из арабского языка.

Методика дифференциации уникальных и общих с другими языками единиц пословичного фонда данного языка включает в себя ряд приёмов синхронического анализа, применяющихся строго последовательно (**шаг за шагом**). Рассмотрим содержание и применения каждого такого приёма на материале одной белорусской пословицы *Адна бяда не ходзіць* [57. С. 26] (а также всех её формальных вариантов).

Шаг 1. Систематизация формальных вариантов пословицы для каждой отобранной для анализа единицы пословичного фонда данного языка, зафиксированных во всех имеющихся национальных паремиографических источниках.

Одна и та же белорусская пословица нередко описывается в различных паремиологических словарях и сборниках в разной форме (т.е. отличается по лексическому составу и грамматической организации), напр.: *Адна бяда не ходзіць* [57. С. 26]; *Бяда адна не ходзіць <другую за сабой водзіць>* [57. С. 43]; *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе* [58. С. 63]; *Адна бяда не ходзіць <другую за сабою водзіць>* [58. С. 63]; *Бяда адна не ходзіць <за сабою другую водзіць>* [58. С. 63]; *Бяда з бядою ходзіць* [25. С. 274]; *Бяда не ходзіць адна* [25. С. 274] и т.д.

Шаг 2. Реконструкция пословичной структурно-семантической модели для каждой отобранной для анализа единицы пословичного фонда данного языка. Под структурно-семантической моделью пословицы понимается эмпирически верифицируемый идеальный образец формы и содержания данной пословицы, являющийся инвариантом для всех вариантных и факультативных форм её лексико-семантического состава и грамматической организации, а также всех вариантов её общего значения [54]. Такое понимание пословичной модели соответствует общепринятой трактовке лингвистической модели как реального или идеального объекта, с помощью которого имитируются (воспроизводятся) или иллюстрируются (описываются) определённые признаки, характеристики, свойства языковой единицы в упрощённом виде, в схематической форме, но в достаточной степени для репрезентации моделируемых параметров этой единицы [95. С. 304].

Все формальные варианты одной и той же белорусской пословицы (которые зафиксированы в различных паремиографических источниках) могут быть представлены в виде одной её структурно-семантической модели, напр.: *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе* / *Адна бяда не ходзіць <другую за сабою водзіць>* / *Бяда адна не ходзіць <за сабою другую водзіць>* / *Бяда з бядою ходзіць* / *Бяда не ходзіць адна* и т.д. [67. С. 18]

Шаг 3. Выделение доминантных слов-компонентов в структурно-семантической модели пословицы, что необходимо для поиска аналогов данной пословицы в других языках. Доминантный характер слов-компонентов обусловлен выражением в них таких понятий и образов, которые являются ключевыми, играют главную смыслообразующую роль, лингвокультурно и/или аксиологически мотивированы, занимают центральную позицию в структуре плана содержания пословицы. Часто в составе пословицы такие доминантные слова-компоненты образуют устойчивые парные комбинации, повторяющиеся в других пословицах как данного языка, так и других языков — „пословичные биномы“ [96].

В структурно-семантической модели анализируемой белорусской пословицы можно выделить несколько повторяющихся в разных сочетаниях доминантных слов-компонентов, напр.: *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе* / *Адна бяда не ходзіць <другую за сабою водзіць>* / *Бяда адна не ходзіць <за сабою другую водзіць>* / *Бяда з бядою ходзіць* / *Бяда не ходзіць адна*. Данные доминантные слова-компоненты образуют ряд пословичных биномов, напр.: „бяда — ідзе“; „бяда — вядзе (іншую бяду)“; „адна (бяда) — другая (бяда)“; „адна (бяда) — не адна (бяда)“.

Наличие в составе структурно-семантической модели пословицы одного или нескольких пословичных биномов существенно облегчает поиск аналогов данной пословицы в других языках.

Шаг 4. Поиск иноязычных пословичных аналогов при помощи выделенных в структурно-семантической модели анализируемой пословицы доминантных слов-компонентов (в том числе пословичных биномов) среди тех пословиц в других языках, в составе которых встречаются аналогичные слова-компоненты (в том числе аналогичные пословичные биномы). При этом доминантные слова-компоненты (в том числе пословичные биномы) могут использоваться при поиске иноязычных пословичных аналогов в переводе на третий язык (как критерий межъязыкового сравнения), прежде всего английский. Обращается внимание, в первую очередь, на те межъязыковые пословичные соответствия, которые зафиксированы в полилингвальных сопоставительных и переводных словарях пословиц. Выделяются прежде всего те иноязычные аналоги, которые максимально близки данной пословице по логико-семантической и семантико-грамматической организации.

При помощи выделенных в анализируемой белорусской пословице доминантных слов-компонентов и пословичных биномов легко обнаружить в самых разных языках пословицы, в которых используются аналогичные доминантные слова-компоненты (пословичные биномы), напр.: болг. *Една беда води друга* ‘Одна беда ведёт за собой другую’ [20. Р. 59]; латыш. *Viena bēda ne bēda* ‘Одна беда — не беда’ [61. Р. 157]; лит. *Bėda neina medžiais, bet žmonėmis* ‘Беда не идёт в лес, а к людям’ [61. Р. 155]; нем. *Das Unglück geht auf der Erde herum, besucht aber nur die Menschen* ‘Беда идёт по всей земле, но посещает только людей’ [61. Р. 155]; польск. *Bieda nigdy jedna nie przychodzi* ‘Беда никогда одна не приходит’ [67. С. 18]; *Bieda nie po lesie, lecz po ludziach chodzi* ‘Бяда не па лесе, па людзях ходзіць’ [92. I. S. 22]; рус. *Одна беда не ходит* <всегда другую водит> [79. С. 41]; *Пойдѣт (Придѣт, повадится) беда, растворяй (отворяй) ворота* [79. С. 41]; укр. *Іде біда, відчиняй ворота* [67. С. 176] и т.п.

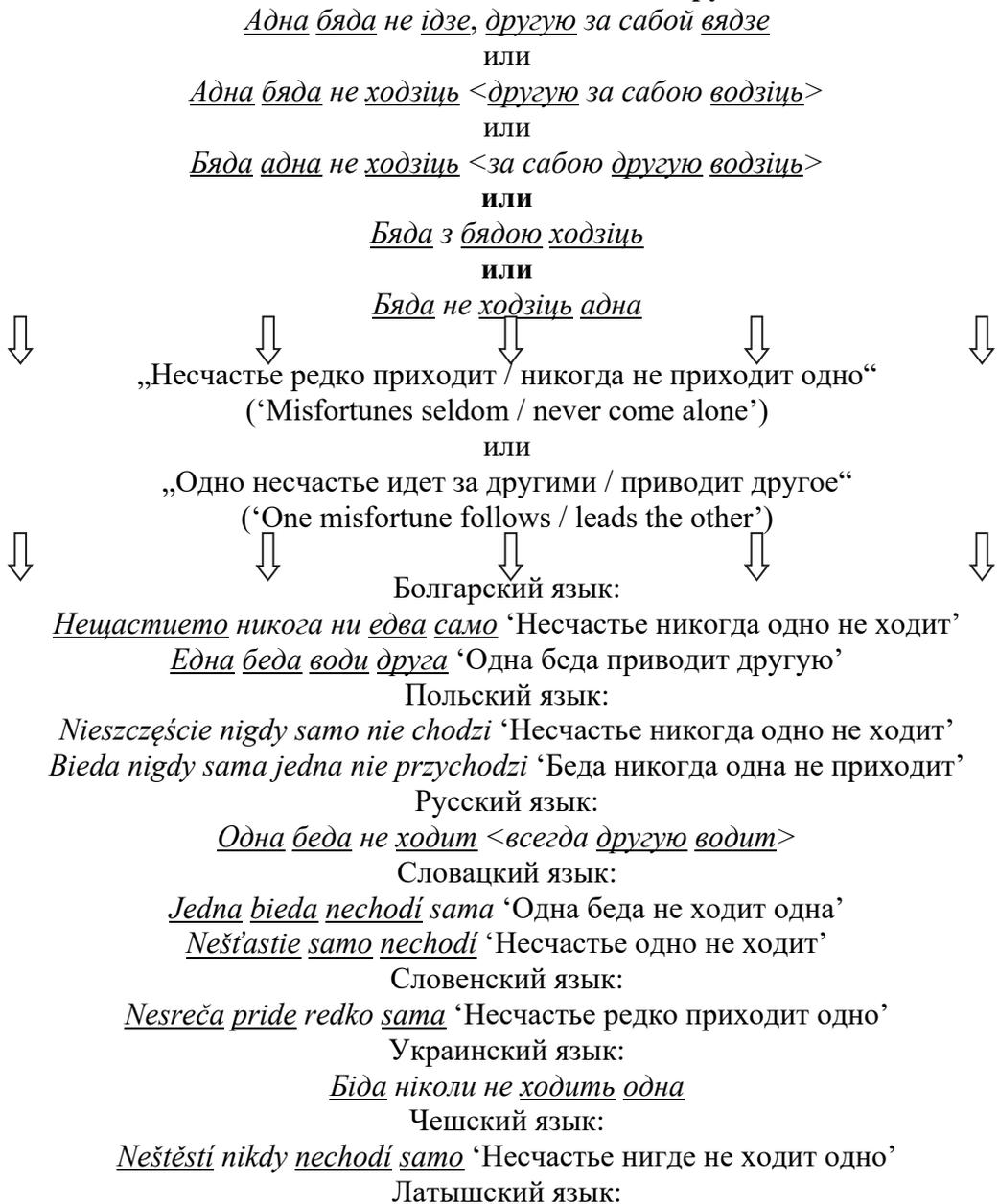
Однако само по себе наличие в пословицах разных языках аналогичных доминантных слов-компонентов и пословичных биномов ещё не является достаточным признаком аналогичности самих пословиц как целостных знаков (т.е. их аналогичности по структурно-семантической модели). Для того, чтобы выделить из множества иноязычных пословиц с аналогичными доминантными словами-компонентами (или пословичными биномами) те, которые аналогичны анализируемой пословице данного языка по структурно-семантической модели, используется приём межъязыковой пословичной аппликации.

Шаг 5. Межъязыковая структурно-семантическая аппликация (при односторонней синхроничной проекции данного языка на другие языки) анализируемой пословицы на близкие по ключевым понятиям и образам, а также логико-семантической и семантико-грамматической организации иноязычные пословицы с целью установления наличия vs. отсутствия среди них

аналогичных по структурно-семантической модели единиц. При необходимости в рабочих целях может быть создана обобщённая структурно-семантическая модель, выполняющая в процессе межъязыковой пословичной аппликации роль третьего члена сравнения (как правило, на английском языке).

На основе межъязыковой структурно-семантической аппликации можно установить иноязычные аналоги белорусской пословицы о беде, которая одна не ходит (см. следующий рисунок).

Межъязыковая структурно-семантическая аппликация пословицы данного языка на аналогичные ей по доминантным словам-компонентам и пословичным бинамам пословицы в других языках



Nelaime nekad nenāk viena ‘Несчастье никогда не приходит одно’

Литовский язык:

Viena bėda nevaikščioja ‘Одна беда не приходит’

Английский язык:

Misfortunes / Troubles never / seldom come alone / singly ‘Несчастья / Неприятности никогда / редко приходят в одиночку / в одиночестве’
Troubles never come alone / singly ‘Неприятности никогда не приходят в одиночку / в одиночестве’

Немецкий язык:

Ein Unglück zieht das andere nach sich ‘Одно несчастье приводит другое’

Ein Unglück kommt selten allein ‘Несчастье редко приходит в одиночку’

Испанский язык:

Un mal no / nunca viene solo ‘Плохое не ходит одно / никогда не приходит одно’

Французский язык:

Un malheur ne vient / n'arrive jamais seul ‘Несчастье не приходит / не случается никогда одно’

Венгерский язык:

A baj / szeréncsétlenség ném / ritkán jár egyedül ‘Проблемы / Несчастья не ходят в одиночку / редко ходят в одиночку’

При этом в иноязычных пословицах доминантное слово-компонент (в том числе в составе пословичного биннома) может замещаться синонимичным или гипо-гиперонимичным доминантным словом-компонентом, что даёт основания для квалификации такого рода иноязычной пословицы как аналогичной по структурно-семантической модели анализируемой пословице данного языка.

Иноязычными аналогами белорусской пословицы о беде, которая одна не приходит, можно считать пословицы с иным (гипонимичным) доминантным словом-компонентом, напр.: ит. *Un malanno non vien mai solo* (‘Болезнь никогда не приходит одна’) [20. Р. 61]; фин. *Onnettomuus ei tule yksin* (‘Беда не приходит одна’) [20. Р. 60] и т.п.

Как правило, не рассматриваются (не включаются в рамки исследования для повышения степени его объективности) те иноязычные пословицы, которые содержат аналогичные доминантные слова-компоненты, однако обнаруживают признаки иного плана содержания (на основе иной внутренней формы) и/или имеют существенно иную логико-грамматическую организацию, что указывает на наличие у них иной структурно-семантической модели, не аналогичной анализируемой пословице данного языка.

Следующие иноязычные пословицы являются не аналогами белорусской пословицы о „беде, которая ведёт за собой другую беду“, а её межъязыковыми эквивалентами (имеют тот же общий смысл и ряд общих доминантных слов-компонентов, но иную структурно-семантическую модель), ср.: рус. *Придёт беда — отворяй ворота* [79. С. 42]; *Пойдёт (Повадится) беда, расстворяй (отворяй) ворота* [79. С. 41] = укр. *Іде біда, відчиняй ворота / Як*

прийде біда, відчиняй ворота [67. С. 176]. Или также пословицы, которые нельзя рассматривать и в качестве эквивалентов (имеют иной общий смысл), ср.: лит. *Viena bėda — ne bėda* ‘Одна беда — не беда’ [61. Р. 157] = нем. *Ein Unglück, kein Unglück* ‘Одно несчастье — не несчастье’ [61. Р. 157] = польск. *Jedna bieda, to nie bieda* ‘Одна беда, это не беда’ [92. I. S. 80] = рус. *Одна беда — не беда* <, только б больше не пришло> [79. С. 41] = укр. *Одна біда — не біда* [67. С. 113] и т.п.

Также для обеспечения необходимой репрезентативности и верификации пословичного материала других языков исключаются из рассмотрения те иноязычные пословицы, которые имеют полностью утраченную мотивировку своего плана содержания, что затрудняет адекватную реконструкцию их структурно-семантической модели (в том числе с использованием английского языка — в метаязыковой функции — в качестве третьего члена межъязыкового сопоставления).

Шаг 6. Составление списка иноязычных аналогов пословицы данного языка, идентифицированных по единой структурно-семантической модели.

Одновременно происходит корректировка формальных вариантов той пословицы, которая анализируется в данном языке, на основании её аналогов в других языках. В ряде случаев иноязычные пословицы содержат необходимые доминантные слова-компоненты и/или пословичные биномы, однако не имеют своего полного аналога по структурно-семантической модели в данном языке, что является основанием для дополнительного анализа пословичного фонда данного языка для установления в нём новых формальных вариантов той пословицы, которая анализируется.

Фиксация в украинском языке пословицы *Біда біду родить* [67. С. 18] обусловило поиск и квалификацию в белорусском языке *Бяда бяду родзіць* не как отдельной пословицы (вопреки ряду паремиографических источников [25. С. 274]), а в качестве ещё одного формального варианта пословицы *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе* / *Адна бяда не ходзіць* <другую за сабою водзіць> / *Бяда адна не ходзіць* <за сабою другую водзіць> / *Бяда з бядою ходзіць* / *Бяда не ходзіць адна* (весьма близкой к такому её формальному варианту, как *Бяда з бядою ходзіць*). В свою очередь, фиксация в русском языке пословиц *Беда едет, беду везёт, а третья погоняет* [79. С. 39] и *Беда на беде едет, бедой погоняет* [79. С. 39] дало основание для поиска и верификации в белорусском языке ещё двух формальных вариантов белорусской пословицы: *Бяда ідзе і бяду вядзе* и *Бяда па бядзе як па нітачцы ідзе* (вопреки ряду паремиографических источников [25. С. 274; 97. С. 77]).

Таким образом, с учётом всех формальных вариантов белорусской пословицы о беде, которая не ходит в одиночку, список её иноязычных аналогов, идентифицированных по структурно-семантической модели, может выглядеть следующим образом.

Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе / *Адна бяда не ходзіць* <другую за сабою водзіць> / *Бяда адна не ходзіць* <за сабою другую водзіць> [57. С. 26, 43; 58. С. 63] / *Бяда бяду родзіць* / *Бяда з бядою ходзіць* / *Бяда ідзе і бяду*

вядзе / Бяда не ходзіць адна [25. С. 274] / Бяда па бядзе як па нітачцы ідзе [97. С. 77] = болг. *Нещастиемто никога ни едва само* ‘Несчастье никогда одно не ходит’ / *Една беда води друга* ‘Одна беда приводит другую’ = польск. *Nieszczęście nigdy samo nie chodzi* ‘Несчастье никогда одно не ходит’ / *Bieda nigdy sama jedna nie przychodzi* ‘Беда никогда одна не приходит’ = рус. *Одна беда не ходит <: всегда другую водит>* / *Беда беду родит* / *Беда на беде едет, бедой погоняет* / *Беда едет, беду везёт, а третья погоняет* = слов. *Jedna bieda nechodí sama* ‘Одна беда не ходит одна’ / *Nešťastie samo nechodí* ‘Несчастье одно не ходит’ = словен. *Nesreča pride redko sama* ‘Несчастье редко приходит одно’ = укр. *Біда ніколи не ходить одна* / *Біда біду родить* = чеш. *Neštěstí nikdy nechodí samo* ‘Несчастье нигде не ходит одно’ = латышш. *Nelaieme nekad nenāk viena* ‘Несчастье никогда не приходит одно’ = лит. *Viena bėda nevaikščioja* ‘Одна беда не приходит’ = англ. *Misfortunes / Hardships / Troubles never / seldom come alone / single / singly* ‘Несчастье / Невзгоды / Неприятности никогда / редко приходят в одиночку / одно’ / *One misfortune is the eve of another one* ‘Одно несчастье перед другим’ / *Troubles never come alone* ‘Неприятности никогда не приходят одни’ / *Troubles never come singly* ‘Неприятности никогда не приходят в одиночку’ = нем. *Ein Unglück zieht das andere nach sich* ‘Одно несчастье приводит другое’; *Ein Unglück kommt selten allein* ‘Несчастье редко приходит в одиночку’ = исп. *Un mal no / nunca viene solo* ‘Плохое не ходит одно / никогда не приходит одно’ = ит. *Un malanno non vien mai solo* ‘Болезнь никогда не приходит одна’ = фр. *Un malheur ne vient / n'arrive jamais seul* ‘Несчастье не приходит / не случается никогда одно’ = венг. *A baj / szeréncsétlenség ném / ritkán jár egyedül* ‘Проблемы / Несчастья не ходят в одиночку / редко ходят в одиночку’ = фин. *Onnettomuus ei tule yksin* ‘Беда не приходит одна’ = тур. *Bela bela getirir* ‘Кнут приносит кнут’ / *Dert derdi açar* ‘Беспокойство вызывает беспокойство’ и др.

Здесь для белорусской пословицы о беде, которая не ходит в одиночку, указаны далеко не все её иноязычные аналоги, полный их список можно найти в известных полилингвальных паремиологических словарях [20. Р. 59—62; 67. С. 18—19].

Список иноязычных аналогов пословицы данного языка всегда остаётся открытым, поскольку квантитативно и квалитативно детерминирован прежде всего экстралингвистическими факторами (зависит от количества языков, избранных для анализа, а также от качества паремиографического описания каждого из них). Однако использование всей доступной полноты поиска и идентификации иноязычных аналогов даёт основания для установления характера общности пословицы данного языка с пословицами других языков.

Шаг 7. Определение характера общности пословицы с аналогичными пословицами других языков, которое осуществляется на основе наличия vs. отсутствия генетической связи и/или языковых контактов с теми языками, в которых обнаружены аналоги данной пословицы. Если пословицы одной и той же структурно-семантической модели зафиксированы в языках, отношения между которыми имеют характер языкового родства или языковых контактов,

то такие пословицы можно квалифицировать как „интернациональные“ (термин в этом случае означает не только заимствованный одновременно или последовательно из одного языка в целый ряд языков, но и общий для ряда родственных языков как наследие в каждом одного общего для них языка-предка и/или результат исторических заимствований между ними). В свою очередь, если пословицы одной и той же структурно-семантической модели зафиксированы в языках, которые не являются родственными и никогда не имели языковых контактов, то такие пословицы целесообразно квалифицировать как „универсальные“ (данное понятие в этом случае имеет типологическую значимость, однако по понятным причинам не может рассматриваться в качестве термина лингвистической универсалии).

Следует отметить, что универсальные единицы — достаточно редкое явление в пословичном фонде любого языка, поскольку их определение прямо и непосредственно зависит от количественного и качественного разнообразия иноязычного материала, который избирается для аппликационного анализа. Если в рамках этого материала той или иной пословице данного языка находится хотя бы одна аналогичная по структурно-семантической модели единица в пословичном фонде того языка, который не является родственным данному языку и не имеет с ним прямых контактов, то такую пословицу можно квалифицировать как универсальную.

Белорусскую пословицу *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе / Адна бяда не ходзіць <другую за сабою водзіць> / Бяда адна не ходзіць <за сабою другую водзіць> / Бяда бяду родзіць / Бяда з бядою ходзіць / Бяда ідзе і бяду вядзе / Бяда не ходзіць адна / Бяда па бядзе як па нітачцы ідзе* можно квалифицировать как универсальную на основании наличия её аналогов в тех языках, которые не имеют генетической связи с белорусским языком и никогда не имели с ним прямых языковых контактов (в венгерском, турецком, финском языках).

Подавляющее большинство пословиц, которые имеют аналоги в других языках, относятся к интернациональным (в указанном выше понимании), на что неоднократно обращали внимание паремологи, говоря о превалировании в пословичных фондах европейских языков интернациональных пословиц [30. S. 2].

Белорусская пословица *Адна бяда — не бяда* [58. С. 63] является интернациональной, поскольку фиксируется как в родственных языках, так и в языках ареальных контактов, ср.: = польск. *Jedna bieda, to nie bieda* ‘Адна бяда, то не бяда’ = рус. *Одна беда — не беда* <, только б больше не пришло> = укр. *Одна біда — не біда* = латыш. *Viena bēda ne bēda* ‘Адна бяда — не бяда’ = лит. *Viena bėda — ne bėda* ‘Адна бяда — не бяда’ = нем. *Ein Unglück, kein Unglück* ‘Адно няшчасце — не няшчасце’ [67. С. 113].

Формальным показателем универсального / интернационального статуса пословицы является возможность объединения структурно-семантических моделей всех её аналогов во всех языках в одну общую структурно-семантическую модель, в которой находят своё место все особенности её национальных вариантов.

Белорусская пословица *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе / Адна бяда не ходзіць <другую за сабою водзіць> / Бяда адна не ходзіць <за сабою другую водзіць>* / Бяда бяду родзіць / Бяда з бядою ходзіць / Бяда ідзе і бяду вядзе / Бяда не ходзіць адна / *Бяда па бядзе як па нітачцы ідзе* и все её известные аналоги в европейских и неевропейских языках имеют одну общую структурно-семантическую модель, состоящую всего из трёх основных межъязыковых вариантов, ср.: *Misfortunes seldom / never come alone* (v1); *One misfortune follows / leads the other* (v2); *From one misfortune many / another follow(s)* (v3) [20. P. 59].

Шаг 8. Верификация уникального характера пословицы данного языка, что возможно лишь после осуществления целенаправленного поиска пословичных аналогов в других языках на основе односторонней синхроничной проекции с помощью приёма межъязыковой структурно-семантической аппликации (как описано выше, см. Шаг 4 и Шаг 5).

Если выясняется, что структурно-семантическая модель пословицы в данном языке не соответствует (не аналогична) ни одной из структурно-семантических моделей иноязычных пословиц, имеющих в своём составе аналогичные доминантные слова-компоненты (или пословичные биномы), то можно утверждать, что эта пословица является уникальной, не имеет аналогов в других языках (в пределах исследованных языков и избранного для анализа иноязычного пословичного материала).

Следующие белорусские пословицы с доминантным лексическим компонентом *бяда* являются уникальными (не имеют аналогичных по структурно-семантической модели пословиц в современных славянских, балтийских, германских, романских языках, а также некоторых финно-угорских языках (венгерском, карельском, финском, эстонском), ср.: *Не людзі выбіраюць бяду — бяда людзей выбірае* [58. С. 375]; *Ніхто не чуе, дзе бяда начуе* [58. С. 398]; *Свайёй бяды нікому не кажы* [58. С. 468]; *Бяда (няшчасце) людзей лучыць* [58. С. 410]. Разумеется, привлечение для анализа пословиц иных языков может дать основание для исключения той или иной пословицы из данного списка, который приводится здесь лишь в качестве иллюстрации межъязыковой пословичной уникальности.

Этап 3. Установление национально-языкового своеобразия единиц пословичного фонда осуществляется путём последовательной межъязыковой аппликации (в рамках односторонней синхронической проекции) основных элементов языкового оформления (формальных вариантов, отдельных лексических компонентов, характера грамматической организации) структурно-семантической модели пословицы данного языка на соответствующие элементы языкового оформления структурно-семантических моделей аналогичных ей иноязычных пословиц, установленных по результатам второго этапа. Наличие хотя бы одного специфического из перечисленных выше элементов языкового оформления пословицы определяет её национально-языковое своеобразие на фоне иноязычных аналогов (это может быть уникальный формальный вариант, особенный лексический / фразеологический компонент, неповторимый характер грамматической структуры фразы).

Один из формальных вариантов белорусской пословицы *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе / Адна бяда не ходзіць <другую за сабою водзіць> / Бяда адна не ходзіць <за сабою другую водзіць> / Бяда бяду родзіць / Бяда з бядою ходзіць / Бяда ідзе і бяду вядзе / Бяда не ходзіць адна / Бяда па бядзе як па нітачцы ідзе*, которая является универсальной, не фиксируется ни в одном из иноязычных аналогов. Это формальный вариант *Бяда па бядзе як па нітачцы ідзе*, благодаря которому белорусская пословица приобретает национально-языковое своеобразие на фоне иных национальных вариантов универсальной пословицы. Данный формальный вариант белорусской пословицы имеет особенный лексический состав (используется сравнительный оборот *як па нітачцы*, которого нет ни в одном из иноязычных пословичных аналогов), неповторимую грамматическую организацию фразы (“Subject — Object — Verb”, где Object имеет форму Instrumentalis с предлогом — *па бядзе*, которая употребляется в значении Genitivus — *насля бяды*). Всё это в совокупности образует уникальный, реализуемый только в белорусском языке, четвёртый вариант (*Misfortune after misfortune comes* ‘Несчастье после несчастья’) структурно-семантической модели данной универсальной пословицы, у которой до сих пор было зафиксировано только три варианта, ср. : *Misfortunes seldom / never come alone* (v1); *One misfortune follows / leads the other* (v2); *From one misfortune many / another follow(s)* (v3) [20. P. 59].

Этап 4. Определение национальной-культурной маркированности пословицы осуществляется при помощи этнолингвокультурологического анализа, в результате которого в её плане содержания выявляется фоновая (национально-культурная) семантика, выражаемая данной пословицей как целиком (в виде целостного знака), так и отдельными элементами.

Национально-культурная маркированность пословицы обусловлена наличием хотя бы одного из следующих элементов: 1) национально-культурно детерминированный пословичный прототип (отражение в нём фактов истории, культуры, условий жизни, мировоззрения данного народа); 2) безэквивалентное слово-компонент (обозначающее такое понятие, которое не имеет однословной номинации в других языках); 3) слово-реалия (название такого факта истории, материальной или духовной культуры данного народа, которого нет у других народов); 4) национально-специфическое понятие (выраженное в лексическом компоненте пословицы безобразное представление о чём-либо как фрагмент национальной картины мира); 5) национально специфический образ (отражение в лексическом составе пословицы образного представления о чём-либо как фрагмента национальной картины мира).

Национально-культурная маркированность свойственна прежде всего уникальным на фоне других языков пословицам и определяется на фоне нейтральных, лишённых фоновой семантики фраз-аналогов, синонимичных данной пословице [98].

Уникальная белорусская пословица *Ніхто не чуе, дзе бяда начуе* [58. С. 398] содержит образ-олицетворение „беда“, которая „где-то ночует“ (*дзе бяда начуе*), в сочетании с метафорическим его восприятием человеком, который „не

слышит беду“ (*ніхто не чуе*), что создаёт экспрессивную окраску пословичного смысла. Использованный в пословице образ *бяда начуе* („беда ночует“), где местом локализации беды является ночь, имеет глубокие корни в национальной картине мира белорусов, восходящие к общеславянской мифологии, в которой *бяда* и *ночь* отождествляется с враждебной частью окружающей действительности — Хаосом, где преобладают злые силы (в отличие от Космоса как освоенной части мира, которую воплощает *счастье* и *день*). Ср. синонимичную данной пословице безобразную фразу, у которой отсутствует фоновая (национально-культурная) семантика — *Ніхто не ведае, адкуль бяда прыйдзе*.

Национальная культура находит своё отражение не только в уникальных пословицах, но и в общих с другими языками — интернациональных или универсальных. Если в интернациональных пословицах фоновая (национально-культурная) семантика возникает как результат их этнолингвокультурной ассимиляции (как, например, ассимилировала в славянских этнокультурах итальянская пословица *Chi lingua ha a Roma va* ‘Кто имеет язык, будет в Риме’, ср.: = бел. *Язык Вільні данытае* = польск. *Język i do Krakowa doprowadzi* = рус. *Язык до Киева доведёт* = укр. *Язык і до Кия доведе* [67. С. 303—304]), то в универсальных пословицах отражение фактов национальной культуры обусловлено приоритетом этнонациональной картины мира в восприятии и осмыслении окружающей действительности сквозь призму общечеловечески значимых понятий и категорий.

Формальный вариант *Бяда па бядзе як па нітаццы ідзе* универсальной пословицы в белорусском языке *Адна бяда не ідзе, другую за сабой вядзе / Адна бяда не ходзіць <другую за сабою водзіць> / Бяда адна не ходзіць <за сабою другую водзіць> / Бяда бяду родзіць / Бяда з бядою ходзіць / Бяда ідзе і бяду вядзе / Бяда не ходзіць адна / Бяда па бядзе як па нітаццы ідзе* не фиксируется ни в одном из её иноязычных аналогов [67. С. 18—19]. Благодаря этому формальному варианту белорусская пословица приобретает национально-культурную маркированность, поскольку в нём использован национально специфический образ „находить по ниточке (кого-, что-либо)“, отражённый в сравнительном обороте *як па нітаццы ісці*, который не зафиксирован ни в одном из иноязычных вариантов универсальной пословицы, хотя имеет аналоги в разных языках (ср.: рус. *ходить по ниточке / по нитке* у кого ‘устар. экспрес. Беспрекословно подчиняться кому-либо, испытывая чувство зависимости, страха’ [99. С. 727]). В белорусской пословице сравнительный оборот *як па нітаццы ідзе* только внешне, по форме соответствует русскому обороту *ходить по ниточке*, однако имеет совершенно другое значение и иную образность, поскольку использован в составе пословицы с заменой глагольного компонента (*ідзе* вместо *знаходзіць*), что обусловлено пословичной рифмой и ритмикой. В своей исходной форме белорусский сравнительный оборот имеет вид *як па нітаццы знаходзіць* (ср. белорусскую пословицу *Па нітаццы і клубок знойдзеш*), поэтому прототип пословицы звучит как *Бяда па бядзе ідзе, як па нітаццы знаходзіць* (будучи образован от пословицы *Бяда па*

бядзе ідзе). Актуализация в белорусской поговорке о беде, которая идёт за бедой, образа „ниточки“, по которой одна „беда“ за другой находит человека, обусловлена исторически сложившимся в белорусском народе традиционном восприятии жизни как бесконечной череды социальных бедствий, которые как будто целенаправленно преследуют каждого белоруса, не давая ему возможности нигде от них укрыться (каждое следующее бедствие находит его по следам предыдущего, откуда и появляется образ „беды, которая если придёт к кому-нибудь однажды, то за ней последуют другие беды, как по нитке из клубка, который распутала первая беда, указывая остальным бедам верную дорогу к этому человеку“).

Этап 5. Выявление объёма и характера национальной специфичности пословичного фонда языка На пятом этапе путём количественного анализа устанавливается удельный вес специфических / общих с другими языками поговорок (а внутри последних — интернациональных и универсальных единиц), объём в каждой группе национально-специфических и нейтральных единиц (в том числе в пределах национально-специфических — количество национально-языковых своеобразных и национально-культурно маркированных поговорок).

В результате суммирования удельного веса, во-первых, уникальных (на фоне других языков) единиц, а во-вторых, имеющих национально-языковое своеобразие и/или национально-культурную маркированность (на фоне нейтральных в этом плане) интернациональных и универсальных единиц определяется объём национальной специфичности пословичного фонда языка.

В результате сравнения удельного веса уникальных и общих с другими языками поговорок, а в их составе нейтральных и имеющих национальную специфичность (национально-языковое своеобразие и/или национально-культурную маркированность) единиц определяется характер национальной специфичности пословичного фонда языка.

Если количественные подсчёты производить отдельно в рамках трёх групп поговорок (пословичного корпуса литературного языка, основного паремиологического фонда, паремиологического минимума), то соотношение удельного веса уникальных и общих с другими языками, а также нейтральных и имеющих национальную специфичность единиц, характерного для каждой из этих трёх групп поговорок, позволяет выявить историческую динамику и установить лингвостилистическую детерминированность объёма и характера национальной специфичности пословичного фонда данного языка.

Заключение

Национальная специфичность пословичного фонда языка обусловлена уникальными (на фоне других языков) единицами, которые непосредственно отражают историю, культуру и мировоззрение данного народа, однако количественно и качественно ограничена единицами, общими с другими языками. Степень национальной специфичности пословичного фонда любого языка

зависит от соотношения не только уникальных и общих с другими языками единиц, но и национальной специфичности и нейтральности отдельных элементов их формы и/или содержания.

Основными методологическими понятиями описания межъязыковой специфичности / общности пословиц являются «национальная специфичность пословичного фонда языка», «уникальная пословица», «интернациональная пословица», «универсальная пословица», «национальная специфичность пословицы», «национально-языковое своеобразие пословицы», «национально-культурная маркированность пословицы». При дифференциации общих с другими языками и специфических единиц пословичного фонда языка наиболее объективным является синхронический анализ на основе структурно-семантического моделирования пословиц. Методика описания национальной специфичности пословичного фонда включает принципы и приёмы отбора наиболее репрезентативных единиц для анализа, определения межъязыковой специфичности / общности пословиц, установления их национально-языковой и национально-культурной специфики, выявления степени и характера национальной окрашенности пословиц данного языка.

Апробация разработанной методики на материале белорусского языка (на фоне европейских языков) показала, что объём и характер национальной специфичности единиц пословичного фонда объективно выявляются только в сопоставительном плане и наиболее репрезентативно представлены только в наиболее активных пословицах устной и письменной речи (пословичном корпусе литературного языка, основном паремиологическом фонде, паремиологическом минимуме). Национальная специфичность пословичного фонда качественно и количественно обусловлена не уникальными на фоне других языков пословицами, а национально-языковым своеобразием и/или национально-культурной маркированностью общих с другими языками (интернациональных и универсальных) пословиц.

Перспективным для дальнейшего изучения является эмпирическая верификация разработанных методологических оснований установления и описания национальной специфичности пословичного фонда на материале языков разных языковых семей, что позволит не только уточнить принципы и приёмы языковой и лингвокультурной типологии пословиц, но и выявить лингвистические и экстралингвистические факторы формирования и развития паремиологической подсистемы устойчивых единиц языка и отражения в ней фрагментов национальной картины мира.

Библиографический список

1. Мокиенко В.М. Современная паремиология (лингвистические аспекты) // Мир русского слова. 2010. № 3. С. 6—20.
2. Алефиренко Н.Ф., Семенов Н.Н. Фразеология и паремиология: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2009.
3. Паремиология в дискурсе / под ред. О.В. Ломакиной. М.: URSS: Ленанд, 2015.
4. Паремиология без границ / под ред. М.А. Бредиса, О.В. Ломакиной. М.: РУДН, 2020.

5. *Савенкова Л.Б.* Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовского университета, 2002.
6. *Лепешаў І.Я.* Парэміялогія як асобны раздзел мовазнаўства: вучэбны дапаможнік. Гродна: ГрДУ, 2006.
7. *Колоіз Ж.В., Малюга Н.М., Шарманова Н.М.* Українська пареміологія: навчальний посібник. Кривий Ріг: КНУ, 2014.
8. *Котова М.Ю.* Очерки по славянской паремиологии. СПб: СПбГУ, 2003.
9. *Бредис М.А., Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Нелюбова Н.Ю., Петрушевская Ю.А.* Пареміологія на перекрестках языков и культур. М.: Изд-во РУДН, 2021.
10. Даниленко Л.І. Чеська пареміологія в генетичному, лінгвокогнітивному і дискурсивному висвітленні. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2019.
11. *Бредис М.А., Димогло М.С., Ломакина О.В.* Паремии в современной лингвистике: подходы к изучению, текстообразующий и лингвокультурологический потенциал // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 2. С. 265—284. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-265-284
12. *Бредис М.А., Ломакина О.В., Мокиенко В.М.* Пословица в современной лингвистике: определение, статус, функционирование // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 3. С. 34—43.
13. *Иванов Е.Е.* Афоризм как единица языка (к истории и теории понятия) // Лингвистика на исходе XX века: итоги и перспективы: в 2 т. / отв. ред. И.М. Кобозева. М.: Филология, 1995. Т. 1. С. 192—193.
14. *Иванов Е.Е.* Аспекты эмпирического понимания афоризма // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 2. С. 381—401. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-381-401
15. *Иванов Е.Е.* О рекуррентности афористических единиц в современном русском языке // Русистика. 2019. Т. 17. № 2. С. 157—170. DOI: 10.22363/2618-8163-2019-17-2-157-170
16. *Иванов Е.Е.* Афоризм как объект лингвистики: основные признаки // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 4. С. 659—706. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706
17. *Иванов Е.Е.* Лингвистика афоризма. Могилёв: МГУ, 2016.
18. *Іваноў Я.Я.* Афарыстычныя адзінкі ў беларускай мове. Магілёў: МДУ, 2017.
19. *Фелицына В.П., Прохоров Ю.Е.* Русские пословицы, поговорки и крылатые выражения: лингвострановедческий словарь. М.: Русский язык, 1988.
20. *Paczolay G.* European Proverbs in 55 Languages, with Equivalentents in Arabic, Persian, Sanskrit, Chinese, and Japanese. Veszprém: Veszprémi Nyomda, 1997.
21. *Іванова С., Іваноў Я.* Слоўнік беларускіх прыказак, прымавак і крылатых выразаў. Мінск: БФС, 1997.
22. *Wander K.F.W.* Deutsches Sprichwörter-Lexikon: Bd. I—V. Leipzig: F.A. Brockhaus, 1867—1880. DSL.
23. *Ivanov E., Petrushevskaja Ju.* Etymology of English Proverbs // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2015. Vol. 8. № 5. Pp. 864—872.
24. *Strauss E.* Dictionary of European Proverbs: Vol. 1—3. London & New York: Routledge, 1994.
25. *Котова М.Ю.* Русско-славянский словарь пословиц (с английскими соответствиями). СПб: Изд-во СПбГУ, 2000.
26. *Мокиенко В.М., Николаева Е.К.* Русские пословицы и поговорки и нерусская картина мира // Русский язык на рубеже тысячелетий: в 3 т. СПб: Изд-во СПбГУ, 2001. Т. 1. С. 112—122.
27. *Мокиенко В.М., Николаева Е.К.* Интернациональный фонд русской фразеологической картины мира // Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. 3. Frazologia / red. W. Mokijenko, H. Walter. Opole: Wyd-wo UO, 2008. С. 149—163.
28. *Петрушевская Ю.А.* Интернациональные, заимствованные и исконно языковые единицы в составе пареміологического фонда современного белорусского языка // Вестник

- Новгородского государственного университета. Серия: Филологические науки. 2014. № 77. С. 123—126.
29. Петрушэўская Ю.А. Універсальны, інтэрнацыянальны і нацыянальны кампаненты парэміялагічнага фонду сучаснай беларускай літаратурнай мовы (на матэрыяле публіцыстычных тэкстаў) // Філолагічны студыі. 2017. Вып. 16. С. 195—201.
 30. Nationales und Internationales in der slawischen Praseologie = Национальное и интернациональное в славянской фразеологии / Hrsg. H. Walter, V.M. Mokienko. Greifswald: E.M.A.-Universität, 2013.
 31. Мокиенко В.М. Лингвокультурологическая паремиология в европейской ретроспективе // Перспективные направления современной лингвистики / под ред. В.В. Воробьева, Д.С. Скнарёва, М.Л. Новиковой. М.: РУДН, 2020. С. 42—53.
 32. Мокиенко В.М. Национальное и интернациональное в славянской паремиологии // Глобализация — этнизация: этнокультурные и этноязыковые процессы: в 2 кн. / отв. ред. Г.П. Нецименко. М.: Наука, 2006. Кн. 1. С. 219—248.
 33. Петрушевская Ю.А. Универсальное и национальное в паремиологической системе языка (на материале английского и белорусского языков) // Acta Germano-Slavica. 2015. Вып. 6. С. 213—216.
 34. Мокиенко В.М. Национальное и интернациональное в русской паремиологии // Пересекающая границы: межкультурная коммуникация в глобальном контексте. М.: ИРЯ имени А.С. Пушкина, 2018. С. 202—205.
 35. Бредис М.А. Национальное и интернациональное в поговорках: пословица *Работа не волк, в лес не убежит* и её аналоги в разных языках // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2019. Т. 5(71). № 1. С. 143—160.
 36. Бредис М.А., Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Русинская фразеология как пример культурно-языкового трансфера в славянских языках (на материале нумеративных единиц) // Русин. 2020. № 60. С. 198—212. DOI: 10.17223/18572685/60/12
 37. Бредис М.А., Ломакина О.В. Пограничные территории как пример культурно-языкового трансфера (на материале латгальской и русинской паремиологии) // Вопросы этнополитики. 2020. № 2. С. 28—38.
 38. Lotakina O.V. Concepts of god and faith in Uzbek and Tajik proverbs in terms of culture and language transfer theory // European Journal of Science and Theology. 2021. Vol. 17. № 2. P. 125—135.
 39. Бредис М.А. Отражение ценностных ориентиров в паремиологии (на материале пословиц русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков о дружбе и деньгах) // Вестник Новгородского государственного университета. 2014. № 77. С. 102—104.
 40. Ничипорчик Е.В. Отражение ценностных ориентаций в поговорках. Гомель: ГГУ, 2015.
 41. Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Ценностные константы русинской паремиологии (на фоне украинского и русского языков) // Русин. 2018. № 4 (54). С. 303—317. DOI: 10.17223/18572685/54/18
 42. Нелюбова Н.Ю. Отражение этнокультурных ценностей в пословицах франкоязычных стран // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 2. С. 323—335. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-323-335
 43. Нелюбова Н.Ю., Хильтбруннер В.И., Еришов В.И. Отражение иерархии ценностей в пословичном фонде русского и французского языков // Russian Journal of Linguistics. 2019. Т. 23. № 1. С. 223—243. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243
 44. Нелюбова Н.Ю. Семья как общечеловеческая ценность во французской и русской пословичной картине мира // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2019. № 6. С. 50—59.
 45. Нелюбова Н.Ю., Сёмина П.С., Казлаускене В. Гурманство в иерархии ценностей французов и бельгийцев (на материале пословиц и поговорок) // Russian Journal of Linguistics. 2020. Т. 24. № 4. С. 969—990. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990

46. *Бредис М.А.* Соотношение понятий «богатство» и «ум» в паремиологической картине мира разных лингвокультур (на материале русского, латышского, литовского и немецкого языков) // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Серия: Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2015. № 2. С. 54—59.
47. *Бредис М.А.* *Бережливость и скупость* в паремиях (на материале русского, латышского, немецкого, английского и таджикского языков) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. № 1. С. 131—138.
48. *Ломакина О.В., Мокиенко В.М.* Познавательный потенциал русинских паремий на фоне русского и украинского языков // Русин. 2016. № 3 (45). С. 119—128.
49. *Ломакина О.В., Мокиенко В.М.* Карпаторусинские соматические паремии на славянском фоне // *Slavica Tartuensia*. 2018. Т. XI. С. 103—128.
50. *Бредис М.А.* *Человек и деньги: Очерки о пословицах русских и не только*. СПб: Петербургское Востоковедение, 2019.
51. *Бредис М.А., Ломакина О.В., Мокиенко В.М.* Числовой код русинской лингвокультуры (на фразеологическом материале) // Когнитивные исследования языка. 2021. № 2 (45). С. 202—212.
52. *Гутовская М.С.* Этноспецифичность фразеологической картины мира и факторы, ее порождающие // Веснік БДУ. Серыя 4. 2014. № 2. С. 48—53.
53. *Петрушэўская Ю.А.* Вывучэнне нацыянальна-культурнага кампанента ў парэміялагічным фондзе беларускай мовы // Труды БГТУ. Серия 4. 2019. № 1 (217). С. 123—129.
54. *Іваноў Я.Я., Петрушэўская Ю.А.* Асноўныя кампаненты прыказкі як моўнай адзінкі: прыказкавая структурна-семантычная мадэль // Весці БДПУ. 2021. № 3. С. 104—110.
55. *Іванов Е.Е., Ломакина О.В., Нелюбова Н.Ю.* Семантический анализ тувинских пословиц: модели, образы, понятия (на европейском паремиологическом фоне) // Новые исследования Тувы. 2021. № 3. С. 232—248. DOI: 10.25178/nit.2021.3.17
56. *Ivanov E.* *Paremiological Minimum and Basic Paremiological Stock (Belarusian and Russian)*. Prague: RSS, 2002.
57. *Шкраба І., Шкраба Р.* Крынічнае слова: беларускія прыказкі і прымаўкі. Мінск: Мастацкая літаратура, 1987.
58. *Лепешаў І.Я., Якалцэвіч М.А.* Тлумачальны слоўнік прыказак. Гродна: ГрДУ, 2011.
59. *Іваноў Я.Я.* Крылатыя афарызмы ў беларускай мове: з іншамоўных літаратурных і фальклорных крыніц VIII ст. да н. э. — XX ст.: тлумачальны слоўнік. Магілёў: МДУ, 2011.
60. *Arthaber A.* *Dizionario comparato die proverbi e modi proverbiali: italiani, latini, francesi, spagnoli, tedeschi, inglesi e greci antichi con relativi indici sistematico-alphabetici*. Milano: Ulrico Hoepli Editore, 1989.
61. *Grigas K.* *Patarlių paralelės. Lietuvių patarlės su latvių, baltarusių, rusų, lenkų, vokiečių, anglų, lotynų, prancūzų, ispanų, atitikmenimis*. Vilnius: Vaga, 1987.
62. *Muñoz J.S.* *1001 refranes españoles con su correspondencia en ocho lenguas (alemán, árabe, francés, inglés, italiano, polaco, provenzal y ruso)*. S.A. Eiunsa: Ediciones Internacionales Universitarias, 2001.
63. *Лепешаў І.Я.* *Этымалагічны слоўнік прыказак*. Мінск: Вышэйшая школа, 2014.
64. *Петрушэўская Ю.А.* Да праблемы вызначэння нацыянальнай адметнасці прыказкавага фонду беларускай мовы // Філолагічний часопис. 2018. Вип. 2(12). С. 70—75.
65. *Петрушэўская Ю.А.* Нацыянальная адметнасць прыказкавага фонду беларускай мовы // Учёные записки ВГУ имени П.М. Машерова. 2018. Т. 27. С. 150—154.
66. *Іваноў Я.Я.* Семантыка беларускіх афарызмаў // Известия Гомельского государственного университета. 2000. № 2 (25). С. 94—99.
67. *Петрушэўская Ю.А.* *Універсальны і інтэрнацыянальны кампаненты ў парэміялагічным складзе беларускай мовы: беларуска-іншамоўны слоўнік: больш за 950 беларускіх, каля 8600 іншамоўных прыказак*. Магілёў: МДУ, 2020.

68. Świerczyńska D., Świerczyński A. Słownik przysłów w ośmiu językach. Warszawa: PWN, 1998.
69. Петрушэўская Ю.А. Пра сферу ўжывання і паходжанне прыказкі *Адна галава добра, а дзве лепі* // Вестник МГЛУ. Серия 1: Филология. 2015. № 5 (78). С. 84—96.
70. Петрушэўская Ю.А. Пра сферу ўжывання і паходжанне прыказкі *З вялікага грому малы дождж* // Роднае слова. 2016. № 1. С. 44—47.
71. Петрушэўская Ю.А. Пра сферу ўжывання і паходжанне прыказкі *Хто мажа, той і едзе* // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А: Гуманитарные науки. 2016. № 2. С. 138—144.
72. Oxford Dictionary of Proverbs / ed. J. Speake. Oxford: Oxford University Press, 2008.
73. Мокиенко В.М. Из истории фразеологических американизмов. 2 // Rossica Olomucensia. 2011. Vol. L. № 1. S. 55—70.
74. Маринова Е.В. Теория заимствования в основных понятиях и терминах: словарь-справочник. М.: Флинта; Наука, 2017.
75. Солодухо Э.М. Проблемы интернационализации фразеологии. Казань: Изд-во Казанского университета, 1982.
76. Petrusheuskaya Y. Linguistic universals and paremiological fund of the language // Herald of Polotsk State University. Series A. Humanity Science. 2019. № 2. P. 115—121.
77. Петрушэўская Ю.А. Аб’ём і склад універсальных адзінак у парэміялагічным фондзе беларускай мовы // Філолагічны студыі. 2018. Вип. 18. С. 48—62.
78. Петрушевская Ю.А. Методология определения национального, интернационального и универсального в фразеологии и паремиологии белорусского языка // West-East. 2021. Vol. 5. № 1. P. 61—72.
79. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К. Большой словарь русских пословиц / под общ. ред. В.М. Мокиенко. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2010.
80. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Аспекты теории фразеологии. М.: Знак, 2008.
81. Петрушэўская Ю.А. Паняцце парэміялагічнага фонду мовы і прынцыпы яго дыферэнцыяцыі (у сувязі з вызначэннем універсальнага і нацыянальнага кампанентаў у парэміялагічнай сістэме мовы) // Філолагічны часопіс. 2015. Вип 1(6). С. 100—106.
82. Mieder W. Proverbs: A Handbook. Westport, CT: Greenwood Press, 2004.
83. Иванов Е.Е., Новикова А.А. Основной паремиологический фонд английского языка // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте — 2015. Могилев: МГУ, 2016. С. 314—317.
84. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок: около 1200 пословиц и поговорок. М.: Русский язык, 1991.
85. Пермьяков Г.Л. Основы структурной паремиологии. М.: Наука, 1988.
86. Proverbia et dicta: шасцімоўны слоўнік прыказак, прымавак і крылатых слоў / пад рэд. Н.А. Ганчаровай. Мінск: Універсітэцкае, 1993.
87. Іваноў Я.Я., Раманава Н.К. Belarussisches-Deutsch paremiologisches Wörterbuch. Магілёў: МДУ, 2006.
88. Иванов Е.Е., Мокиенко В.М. Русско-белорусский паремиологический словарь. Могилёв: МГУ, 2007.
89. Иванова С.Ф., Іваноў Я.Я. Польшка-беларускі парэміялагічны слоўнік = Polsko-białoruski słownik paremiologiczny. Магілёў: МДУ, 2007.
90. English-Belarusian Paremiological Dictionary / пад рэд. Я.Я. Іванова. Магілёў: МДУ, 2009.
91. Прислів’я та приказки / упоряд. М.М. Пазяк. Київ: Наукова думка, 1989—1991.
92. Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich: T. I—IV / red. J. Krzyżanowski. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1969—1978.
93. Lietuvių patarlės ir priežodžiai / Parinko ir sudarė P. Sasnauskas. Kaunas: Vaiga, 2001.
94. Kokare E. Latviešu un lietuviešu sakāmvaržu paralēles. Rīga: Zinātne, 1980.
95. Булыгина Т.В., Крылов С.А. Модель // Языкознание. М.: БСЭ, 1998. С. 304—305.
96. Селиверстова Е.И. Опыт выявления пословичного бинома и проблема вариантности // Русский язык в научном освещении. 2009. № 1 (17). С. 182—200.

97. Лепешаў І.Я., Якаліцэвіч М.А. Слоўнік беларускіх прыказак. Мінск: Беларуская навука, 2002.
98. Петрушэўская Ю.А. Нацыянальна-культурны кампанент у складзе ўласна беларускіх прыказак // Філолагічны часопіс. 2020. Вип. 1(15). С. 81—91.
99. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: АСТ; Астрель, 2008.

References

1. Mokienko, V.M. (2010). The Modern Paremyology (Linguistic Aspects). *The World of Russian Word*, 3, 6—20. (In Russ.).
2. Alefirenko, N.F. & Semenenko, N.N. (2009). *Phraseology and Paremyology*. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russ.).
3. Paremyology in Discourse (2015), O.V. Lomakina (ed.). Moscow: URSS: Lenand. (In Russ.).
4. Paremyology without Borders (2020), M.A. Bredis, O.V. Lomakina (eds.). Moscow: RUDN. (In Russ.).
5. Savenkova, L.B. (2002). *Russian Paremyology: Semantic and Linguocultural Aspects*. Rostov-on-Don: Rostov University Publishing House. (In Russ.).
6. Lepeshev, I.Ya. (2006). *Paremyology as a Separate Section of Linguistics*. Grodna: GRDU. (In Bel.).
7. Koloiz, Zh.V., Malyuga, N.M. & Sharmanova, N.M. (2014). *Ukrainian Paremyology*. Kriviy Rig: KNU. (In Ukrainian).
8. Kotova, M.Yu. (2003). *Essays on Slavic Paremyology*. St. Petersburg: SPbGU. (In Russ.).
9. Bredis, M.A., Ivanov, E.E., Lomakina, O.V., Nelyubova, N.Yu. & Petrushevskaya, Yu.A. (2021). *Paremyology at the crossroads of languages and cultures*. Moscow: Publishing house of RUDN. (In Russ.).
10. Danilenko, L.I. (2019). *Cheska Paremyology in Genetic, Linguo-cognitive and Discursive Visibility*. Kiev: Vidavnychiy dim of Dmitry Burago. (In Ukrainian). (In Ukrainian).
11. Bredis, M.A., Dimoglo, M.S., & Lomakina, O.V. (2020). Paremyias in Modern Linguistics: Approaches to Study, Text-Forming and Linguocultural Potential. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(2), 265—284. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-265-284. (In Russ.).
12. Bredis, M.A., Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2019). Proverb in Modern Linguistics: Definition, Status, Functioning. *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication*, 3, 34—43. (In Russ.).
13. Ivanov, E.E. (1995). Aphorism as a Unit of Language (to the History and Theory of the Concept). In: *Linguistics at the End of the Twentieth Century: Results and Prospects*: in 2 volumes, I.M. Kobozeva (ed.). Vol. 1. Moscow: Filologija. pp. 192—193. (In Russ.).
14. Ivanov, E.E. (2019). Aspects of Empirical Understanding of Aphorism. *RUDN Journal Of Language Studies, Semiotics And Semantics*, 10(2), 381—401. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-381-401. (In Russ.).
15. Ivanov, E.E. (2019). Aphoristic Units Recurrence in Modern Russian Language. *Russian Language Studies*, 17(2), 157—170. DOI: 10.22363/2618-8163-2019-17-2-157-170. (In Russ.).
16. Ivanov, E.E. (2016). *Linguistics of Aphorism*. Mogilev: Mogilev State University. (In Russ.).
17. Ivanov, E.E. (2017). *Aphoristic Units in the Belarusian Language*. Mogilev: Mogilev State University. (In Bel.).
18. Felitsyna, V.P. & Prokhorov, Yu.E. (1998). *Russian Proverbs, Sayings and Winged Words: a Linguistic and Cultural Dictionary*. Moscow: Russkij jazyk. (In Russ.).
19. Paczolay, G. (1997). *European Proverbs in 55 Languages, with Equivalents in Arabic, Persian, Sanskrit, Chinese, and Japanese*. Veszprém: Veszprémi Nyomda.
20. Ivanova, S. & Ivanov, E. (1997). *Dictionary of Belorussian Proverbs, Sayings and Winged Expressions*. Minsk. (In Bel.).

21. Wander, K.F.W. (1867—1880.). *Deutsches Sprichwörter-Lexikon*: Bd. I—V. Leipzig: F.A. Brockhaus. (In Germ.).
22. Ivanov, E. & Petrushevskaja, Ju. (2015). Etymology of English Proverbs. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 8(5), 864—872.
23. Strauss, E. (1994). *Dictionary of European Proverbs: Vol. 1—3*. London & New York: Routledge.
24. Kotova, M.Yu. (2000). *Russian-Slavic Dictionary of Proverbs (with English Equivalents)*. St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University. (In Russ.).
25. Mokienko, V.M. & Nikolaeva, E.K. (2001). Russian Proverbs and Sayings and a Non-Russian Picture of the World. In: *Russian Language at the Turn of the Millennium*. Vol. 1. St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University. Vol. 1. pp. 112—122. (In Russ.).
26. Mokienko, V.M. & Nikolaeva, E.K. (2008). International Foundation for the Russian Phraseological Picture of the World. In: *Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. 3. Frazeologia*, W. Mokijenko, H. Walter (eds.). Opole: Wyd-wo UO. pp. 149—163. (In Russ.).
27. Petrushevskaja, Ju.A. (2014). International, Borrowed and Native Language Units in the Paremiological Stock of the Modern Belarusian Language. *Vestnik of Yaroslav-the-Wise Novgorod State University*, 77, 123—126. (In Russ.).
28. Petrushevskaja, Yu.A. (2017). Universal, International and National Components of the Paremiological Stock of the Modern Belarusian (on the Material of Journalistic Texts). *Philological Studies*, 16, 195—201. (In Bel.).
29. *Nationales und Internationales in der slawischen Praseologie* (2013), H. Walter, V.M. Mokienko (Hrsg.). Greifswald: E.M.A.—Universität. (In Germ.).
30. Mokienko, V.M. (2020). Linguoculturological Paremiology in the European Retrospective. In: *Promising Directions of Modern Linguistics*, V.V. Vorobyov, D.S. Sknarev, M.L. Novikova (eds.). Moscow: RUDN. pp. 42—53. (In Russ.).
31. Mokienko, V.M. (2006). National and International in Slavic Paremiology. In: *Globalization — Ethnization: Ethnocultural and Ethno-Linguistic Processes*, G.P. Neshchimenko (ed.). Vol. 1. Moscow: Nauka. pp. 219—248. (In Russ.).
32. Petrushevskaya, Ju.A. (2015). Universal and National in the Paremiological System of Language (on the Material of English and Belarusian Languages). *Acta Germano-Slavica*, 6, 213—216. (In Russ.).
33. Mokienko, V.M. (2018). The National and International in Russian Paremiology. In: *Crossing Borders: Intercultural Communication in a Global Context*. Moscow: Pushkin State Russian Language Institute. pp. 202—205. (In Russ.).
34. Bredis, M.A. (2019). National and International Elements in Proverbs: The Proverb „Работа не волк, в лес не убежит“ and its Analogues in Different Languages. *Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Physiological sciences. Scientific Journal*, 5(71)—1, 143—160 (In Russ.).
35. Bredis, M.A., Lomakina, O.V & Mokienko, V.M. (2020). Rusin Phraseology as an Example of Cultural and Linguistic Transfer in Slavic Languages (Based on Numerative Units). *Rusin*, 60, 198—212. DOI: 10.17223/18572685/60/12. (In Russ.).
36. Bredis, M.A. & Lomakina, O.V. (2020) Border Territories as an Example of Cultural and Linguistic Transfer (Based on Phraseology and Paremiology). *Ethnopolitical Issues. Scientific Journal*, 2, 28—38 (in Russ.).
37. Lomakina, O.V. (2021). Concepts of God and Faith in Uzbek and Tajik Proverbs in Terms of Culture and Language Transfer Theory. *European Journal of Science and Theology*, 17(2), 125—135.
38. Bredis, M.A. (2014). Reflexion of Value Priorities in Paremiology (Based on Russian, Latvian, Lithuanian, German and English Proverbs Concerning Friendship and Money). *Vestnik of Yaroslav-the-Wise Novgorod State University*, 77, 102—104. (In Russ.).
39. Nichiporchik, E.V. (2015). *Reflection of Value Orientations in Paremiology*. Gomel. (In Russ.).

40. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2018). Value Constants of the Rusin Paremiology (Compared with the Ukrainian and Russian Languages). *Rusin*, 4(54), 303—317. DOI: <https://www.doi.org/10.17223/18572685/54/18>. (In Russ.).
41. Nelyubova, N.Y. (2019). Representation of Ethno-Cultural Values in the Proverbs of French-Speaking Countries. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(2), 323—335. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-323-335. (In Russ.).
42. Nelyubova, N.Y., Hiltbrunner, V.I., & Ershov, V.I. (2019). The Reflection of the Hierarchy of Values in the Proverbial Fund of the Russian and French languages. *Russian Journal of Linguistics*, 23(1), 223—243. doi: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243. (In Russ.).
43. Nelyubova, N.Yu. (2019). The Family as a Universal Value in the French and Russian Proverbial Picture of the World. *Scientific Essays of Higher Education*, 6, 50—59. DOI:10.20339/PhS.6-19.050. (In Russ.).
44. Nelyubova, N.U., Syomina, P.S., & Kazlauskiene, V. (2020). Gourmandise in the Hierarchy of Values: A Case Study of French and Belgian Proverbs and Sayings. *Russian Journal of Linguistics*, 24(4), 969—990. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990. (In Russ.).
45. Bredis, M.A. (2015). The Relationship between the Concepts of “Wealth” and “Mind” in the Paremiological Picture of the World of Different Linguistic Cultures (Based on the Material of Russian, Latvian, Lithuanian and German Languages). *Bulletin of the Center for International Education of Moscow State University. Series: Philology. Culturology. Pedagogy. Methodology*, 2, 54—59. (In Russ.).
46. Bredis, M.A. (2016). FRUGALITY and COVETOUSNESS in Proverbs (Based on Russian, Latvian, German, English and Tadjik). *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 7(1), 131—138. (In Russ.).
47. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2016). Cognitive Potential of Rusin Proverbs Compared with Those in the Russian and Ukrainian Languages. *Rusin*, 3(45), 119—128. DOI: 10.17223/18572685/45/9. (In Russ.).
48. Lomakina, O.V. & Mokienko V.M. (2018). Carpathian Somatic Paremia on a Slavic Background. *Slavica Tartuensia*, XI, 103—128. (In Russ.).
49. Bredis, M.A. (2019). *Man and Money: Essays on Russian Proverbs and Not Only*. St. Petersburg: Petersburg Oriental Studies Publ. (In Russ.).
50. Bredis, M.A., Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2021). Numeric Code of the Rusin Languaculture (Based on Figurative Units). *Cognitive Studies of Language*, 2(45), 202—212. (In Russ.).
51. Gutovskaya, M.S. (2014). Ethnospecificity of the Phraseological Picture of the World and the Factors Generating It. *Bulletin of the BSU. Series 4*, 2, 48—53. (In Bel.).
52. Petrushevskaja, Ju.A. (2019). Study of the national-cultural component in the paremiological fund of the Belarusian language. *Trudy BSTU. Series 4*, 1(217), 123—129. (In Bel.).
53. Ivanov, E.E. & Petrushevskaya, Ju.A. (2021). Main Components of a Proverb as a Linguistic Unit: a Proverbial Structural and Semantic Model. *Vesti BSPU*, 3, 104—110. (In Bel.).
54. Ivanov, E.E., Lomakina, O.V. & Nelyubova, N.Yu. (2021). Semantic Analysis of Tuvan Proverbs: Models, Imagery, Concepts (Against the European Paremiological Background). *New Research of Tuva*, 3, 232—248. DOI: 10.25178/nit.2021.3.17. (In Russ.).
55. Ivanov, E. (2002). *Paremiological Minimum and Basic Paremiological Stock (Belarusian and Russian)*. Prague: RSS.
56. Shkraba, I. & Shkraba, R. (1987). *Source Word: Belarusian Proverbs and Sayings*. Minsk: Mastackaja Litaratura Publ. (In Bel.).
57. Lepeshev, I.Ya. & Yakoltsevich, M.A. (2011). *Explanatory Dictionary of Proverbs*. Grodno: GRDU. (In Bel.).
58. Ivanov, E.E. (2011). *Winged Aphorisms in the Belarusian Language: from Foreign Literary and Folklore Sources from 8th to 20th Century: Explanatory Dictionary*. Mogilev: Mogilev State University. (In Bel.).
59. Arthaber, A. (1989). *Dizionario comparato die proverbi e modi proverbiali: italiani, latini, francesi, spagnoli, tedeschi, inglesi e greci antichi con relativi indici sistematico-alphabetici*. Milano: Ulrico Hoepli Editore. (In Ital.).

60. Grigas, K. (1987). *Patarlių paralelės. Lietuvių patarlės su latvių, baltarusių, rusų, lenkų, vokiečių, anglų, lotynų, prancūzų, ispanų, atitikmenimis*. Vilnius: Vaga. (In Lithuanian).
61. Muñoz, J.S. (2001). *1001 refranes españoles con su correspondencia en ocho lenguas (alemán, árabe, francés, inglés, italiano, polaco, provenzal y ruso)*. S.A. Eiusna: Ediciones Internacionales Universitarias. (In Spanish).
62. Lepeshev, I.Ya. (2014). *Etymological Dictionary of Proverbs*. Minsk: Higher School Publishing House. (In Bel.).
63. Petrushevskaja, Ju.A. (2018). On the Problem of the Definition of National Identity Paremiological Foundation of the Belarusian Language. *Philological Review*, 2(12), 70—75. (In Bel.).
64. Petrushevskaya, Ju.A. (2018). National Feature of the Proverbial Fund of the Belarusian Language. *Scientific notes of Educational Establishment "Vitebsk State University named after P.M. Masherov"*, 27, 150—154. (In Bel.).
65. Ivanov, E.E. (2000). Semantics of Belarusian Aphorisms. *Proceedings of the Gomel State University*, 2 (25), 9—99. (In Bel.).
66. Petrushevskaya, Ju.A. (2020). Universal and International Components in the Paremiological Fund of the Belarusian Language: Belarusian—Foreign Dictionary: more than 950 Belarusian, about 8600 Foreign Proverbs. Mogilev: Mogilev State University.
67. Świerczyńska, D. & Świerczyński, A. (1998). *Słownik przysłów w ośmiu językach*. Warszawa: PWN. (In Polish).
68. Petrushevskaya, Ju.A. (2015). On the Scope and Origin of the Proverb „Адна галава добра, а дзве <яшчэ> лепш (лепей)“. *Minsk State Linguistic University Bulletin. Series 1: Philology*, 5(78), 84—96. (In Bel.).
69. Petrushevskaya, Ju.A. (2016). On the Scope and Origin of the Proverb „3 вялікага грому малы дождж“. *Native word*, 1, 44—47. (In Bel.).
70. Petrushevskaya, Ju.A. (2016). On the Scope and Origin of the Proverb „Хто мажа, той і едзе“. *Bulletin of Polotsk State University. Series A: Humanities*, 2, 138—144. (In Bel.).
71. Oxford Dictionary of Proverbs (2008), J. Speake (ed.). Oxford: Oxford University Press.
72. Mokienko, V.M. (2011). From the History of Phraseological Americanisms. 2. *Rossica Olomucensia*. 1, 55—70. (In Russ.).
73. Marinova, E.V. (2017). *The Theory of Borrowing in Basic Concepts and Terms: a Reference Dictionary*. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russ.).
74. Solodukho, E.M. (1982). *Problems of Internationalization of Phraseology*. Kazan: Kazan University Publishing House. (In Russ.).
75. Petrushevskaya, Y.A. (2019). Linguistic Universals and Paremiological Fund of the Language. *Herald of Polotsk State University. Series A. Humanity Science*, 2, 115—121. (In Bel.).
76. Petrushevskaya, Y.A. (2018). The Volume and Composition of Universal Units in the Belarusian Proverbial Fund. *Philological Studies*, 18, 48—62. (In Bel.).
77. Petrushevskaya, Yu.A. (2021). Methodology for Determining National, International and Universal in Belarusian Phraseology and Paremiology. *West—East*, 5(1), 61—72. (In Russ.).
78. Mokienko, V.M., Nikitina, T.G. & Nikolaeva, E.K. (2010). *A Large Dictionary of Russian Proverbs*, V.M. Mokienko (ed.). Moscow: OLMA Media Group. (In Russ.).
79. Baranov, A.N. & Dobrovolskiy, D.O. *Aspects of the Theory of Phraseology*. Moscow: Znak. (In Russ.).
80. Petrushevskaya, Yu.A. (2015). Concept Paremiological Stock Language and the Principles of its Differentiation (in Connection with the Definition of Universal and National Components Paremiological Language System). *Philological Review*, 1(6), 100—106. (In Bel.).
81. Mieder, W. (2004). *Proverbs: A Handbook*. Westport, CT: Greenwood Press.
82. Ivanov, E.E. & Novikova, A.A. (2016). The Basic Paremiological Stock of the English Language. *East Slavic Languages and Literatures in the European Context — 2015*. Mogilev: Mogilev State University. pp. 314—317. (In Russ.).
83. Zhukov, V.P. (1991). *Dictionary of Russian Proverbs and Sayings: about 1200 Proverbs and Sayings*. Moscow: Russkij jazyk. (In Russ.).
84. Permyakov, G.L. (1988). *Fundamentals of Structural Paremiology*. Moscow: Nauka. (In Russ.).

85. *Proverbia et dicta: a Six-Language Dictionary of Proverbs, Sayings and Winged Words* (1993), N.A. Goncharova (ed.). Minsk.
86. Ivanov, E.E. & Romanova, N.K. (2006). *Belarussisches-Deutsch paremiologisches Wörterbuch*. Mogilev: Mogilev State University. (In Germ.).
87. Ivanov, E.E. & Mokienko, V.M. (2007). *Russian-Belarusian Paremiological Dictionary*. Mogilev: Mogilev State University. (In Russ.).
88. Ivanova, S.F. & Ivanov, E.E. (2007). *Polish-Belarusian Paremiological Dictionary*. Mogilev: Mogilev State University. (In Bel.).
89. *English-Belarusian Paremiological Dictionary* (2009), E.E. Ivanov (ed.). Mogilev. (In Bel.).
90. *Proverbs and Sayings* (1989—1991), M.M. Pazyak (ed.). Kyiv: Naukova Dumka. (In Ukrainian).
91. *Nowa księga przysłów i wyrażen przysłowiowych polskich*. (1969—1978.) Vol. I—IV, J. Krzyżanowski (ed.). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy. (In Polish).
92. *Lietuvių patarlės ir priežodžiai* (2001), P. Sasnauskas (ed.). Kaunas: Vaiga. (In Lithuanian).
93. Kokare, E. (1980). *Latviešu un lietuviešu sakāmvārdu paralēles*. Rīga: Zinātne. (In Latvian).
94. Bulygina, T.V. & Krylov, S.A. (1998). Model. In: *Linguistics*. Moscow: Great Russian Encyclopedia Publ. pp. 304—305. (In Russ.).
95. Seliverstova, E.I. (2009). The Experience of Identifying the Proverbial Binomial and the Problem of Variance. *Russian Language and Linguistic Theory*, 1(17), 182—200. (In Russ.).
96. Lepeshev, I.Ya. & Yakoltsevich, M.A. (2002). *Dictionary of Belarusian Proverbs*. Minsk: Belaruskaja navuka. (In Bel.).
97. Petrushevskaya, Ju.A. (2020). National and Cultural Component in the Proper Belarusian Proverbs. *Philological Review*, 1(15), 81—91. (In Bel.).
98. Fedorov, A.I. (2008). *Phraseological Dictionary of the Russian Literary Language*. Moscow: AST; Astrel. (In Russ.).

Сведения об авторах:

Иванов Евгений Евгеньевич, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики факультета иностранных языков, Могилёвский государственный университет имени А.А. Кулешова (Республика Беларусь); *e-mail*: ivanov_ee@msu.by; vanov-msu@mail.ru

Ломакина Ольга Валентиновна, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков филологического факультета, Российский университет дружбы народов; профессор кафедры русского языка Института филологии, Московский педагогический государственный университет; *e-mail*: lomakina-ov@rudn.ru; rusoturisto07@mail.ru

Петрушевская Юлия Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики факультета иностранных языков, Могилёвский государственный университет имени А.А. Кулешова (Республика Беларусь); *e-mail*: petrushevskaja@msu.by

Information about the authors:

Eugene E. Ivanov, PhD of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Faculty of Foreign Languages, Mogilev State A. Kuleshov University (Belarus); *e-mail*: ivanov_ee@msu.by; vanov-msu@mail.ru

Olga V. Lomakina, Doctor of Philology, Professor, Department of Foreign Languages at the Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University); Professor of the Department of Russian Language, Institute of Philology, Moscow State Pedagogical University (MGPU); *e-mail*: lomakina-ov@rudn.ru; rusoturisto07@mail.ru

Julia A. Petrushevskaya, PhD of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Theoretical and Applied Linguistics, Faculty of Foreign Languages, Mogilev State A. Kuleshov University (Belarus); *e-mail*: petrushevskaja@msu.by



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1036-1050

УДК 811.161.1'27'373.613:316.7

Научная статья / Research article

Особенности перцепции слов греческого происхождения представителями современной русской лингвокультуры: ассоциативный эксперимент

В.М. Шаклеин¹✉, А.А. Скомаровская²

¹Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

²Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко,
3300, Приднестровская Молдавская Республика, г. Тирасполь, ул. 25 Октября, 128

✉shaklein-vm@rudn.ru

Аннотация. В статье описывается ассоциативный эксперимент как один из наиболее продуктивных методов современной психолингвистики. Проведен обзор теоретических работ отечественных и зарубежных исследователей по теории и практике использования ассоциативного эксперимента в современной лингвистике. Для наглядного примера ассоциативного эксперимента приведен анализ ассоциативных полей, формируемых реакциями русскоязычных респондентов на слова греческого происхождения. Актуальность работы обусловлена тем, что авторы делают попытку исследовать особенности восприятия заимствованной лексики с помощью изучения механизмов перцепции тех или иных понятий носителями языка, отношения к этим понятиям, их оценку, коннотацию, что представляется интересным не только для современной психолингвистики, но и для семантики, стилистики, когнитивной лингвистики и других разделов языкознания. Лингвокультурологическая ценность исследования состоит в том, что эксперимент позволяет определить, каким образом слово иноязычного происхождения, бытующее в русском языке, сохраняет в себе заряд той первоначальной культуры, из которой оно пришло. Языковым материалом для исследования послужили наиболее часто встречающиеся или характерные грецизмы из стихотворений русского поэта XIX века, одного из основателей славянофильского движения, А.С. Хомякова. Новизна исследования состоит в том, что язык произведений А.С. Хомякова еще малоизучен. Вместе с тем представляет научный интерес изучение грецизмов как инокультурного явления в текстах поэта-славянофила, философская концепция которого связана с «традиционностью» как в понимании культуры, так и языка. Нами описаны ассоциативные поля на слова-стимулы *пророк* и *эфир*, с помощью методики Ю.Н. Караулова, которая подразумевает рассмотрение ассоциатов с лексико-синтаксической, морфологической, когнитивной, прагматической и статистической точек зрения. С лингвокультурологической точки зрения важным представляется выявление когнитивных особенностей восприятия стимулов. Эксперимент помог обнаружить, что слова греческого происхождения продолжают нести в себе заряд греческой

© Шаклеин В.М., Скомаровская А.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

культуры, кроме того, они стали неотъемлемой частью русской культуры, проявляясь в сознании носителей языка через ассоциирование с русскими прецедентными текстами. Анализ ассоциативных полей позволил выявить особенности восприятия слов греческого происхождения носителями современного русского языка и сравнить полученные значения с теми, которыми слова обладали при написании стихотворений, в XIX веке. Отмечена трансформация семантики, а также переакцентовка с одного значения на другое, появление новых значений, что отвечает историческому развитию слов.

Ключевые слова: лингвокультура, русский язык, ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, стимул, реакция, лексика греческого происхождения

История статьи:

Дата поступления: 01.08.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Шаклеин В.М., Скомаровская А.А. Особенности перцепции слов греческого происхождения представителями современной русской лингвокультуры: ассоциативный эксперимент // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1036—1050. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1036-1050

UDC 811.161.1'27'373.613:316.7

Peculiarities of Greek Origin Words Perception by the Representatives of Contemporary Russian Linguistic Culture: Associative Experiment

Viktor M. Shaklein¹✉, **Anastasia A. Scomarovskaia**²

¹Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198

²Pridnestrovian State University by T.G. Shevchenko,
25 octobre Street, 128, Tiraspol, Pridnestrovian Moldavian Republic, 3300

✉shaklein-vm@rudn.ru

Abstract. The article describes the associative experiment as one of the most productive methods of modern psycholinguistics. The theoretical works of Russian and foreign researchers on the theory and practice of the associative experiment in modern linguistics are reviewed. To illustrate the associative experiment, the analysis of the associative fields, formed by the reactions of the Russian-speaking respondents to the words of Greek origin is presented. The relevance of the work is determined by the fact that the authors make an attempt to study the peculiarities of the perception of borrowed words, using the mechanisms of perception of these or those concepts by native speakers, their evaluation and connotations. This seems interesting not only for contemporary psycholinguistics, but also for semantics, stylistics, cognitive linguistics and other branches of linguistics. The linguocultural value of the study lies in the fact that the experiment allows determine how a word of foreign origin, occurring in Russian, retains the charge of the original culture from which it came. The linguistic material for the study is the most common or typical Greek expressions from the poems of A.S. Khomyakov, a Russian poet of the 19th century, one of the founders of the Slavophile movement. The novelty of the research lies in the fact that the language of A.S. Khomyakov's works is still understudied. The study of the Greekisms as a foreign cultural phenomenon in the texts of a Slavophile poet, whose philosophical concept is connected with

"traditionalism" both in the understanding of culture and language, is of scientific interest. We describe the associative fields to the words-stimuli *prophet* and *ether*, using Y.N. Karaulov's methodology, which implies the consideration of associations from lexico-syntactic, morphological, cognitive, pragmatic and statistical points of view. From the linguocultural point of view it is important to identify the cognitive features of the perception of the stimuli. The experiment helped to discover that words of Greek origin continue to carry a charge of Greek culture, in addition, they have become an integral part of Russian culture, manifesting themselves in the minds of native speakers through association with Russian precedent texts. The analysis of associative fields made it possible to reveal the peculiarities of the perception of words of Greek origin by native speakers of modern Russian, and to compare the obtained meanings with those that the words had when they were written in the 19th century. The transformation of semantics, as well as the re-accumulation from one meaning to another, the emergence of new meanings, which corresponds to the historical development of words, are noted.

Keywords: linguistic culture, the Russian language, associative experiment, associative field, stimulus, reaction, words of Greek origin

Article history:

Received: 01.08.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Shaklein, V.M. & Scomarovskaia, A.A. (2021). Peculiarities of Greek Origin Words Perception by the Representatives of Contemporary Russian Linguistic Culture: Associative Experiment. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1036—1050. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1036-1050

Введение

Ассоциативный эксперимент представляет собой один из самых продуктивных методов исследования языкового сознания личности, позволяющей снять самоконтроль «Я» и выявить истинное восприятие мира. Сейчас это важный исследовательский метод, применяемый в разных областях науки: в психологии, психиатрии, криминалистике. С его помощью исследуют принципы организации и функционирования систем памяти, диагностируют патологические изменения психики и измененные состояния сознания, исследуют мотивацию личности и т.п.

Ассоциативный эксперимент в лингвистике вырос из психологии, а именно метода свободных ассоциаций З. Фрейда [1. С. 317], и применяется в современном психоанализе. Но уже в начале XX в. С. Кохс четко определяет границы между ассоциативным тестом (экспериментом) и психоанализом, обозначив цель первого как подтверждение существования взаимосвязи между идеями, а последнего — интерпретирование этих взаимосвязей для «очищения», избавления личности от проблем [2. С. 555].

В судебной практике некоторых арабских стран ассоциативный эксперимент используется для подтверждения истинности или ложности показаний. Этот метод нашел широкое применение и в психолингвистике, социолингвистике, лингвокультурологии и т.д. В отечественной психолингвистике отправной точкой в использовании ассоциативного эксперимента при

исследовании специфики вербального сознания стал выход в свет в 1977 году «Словаря ассоциативных норм русского языка» под редакцией А.А. Леонтьева [3]. Это послужило стимулом для образования нового направления в языкознании — ассоциативной лингвистики. Автор отмечал, что в словаре описаны наиболее частые парадигматические и синтагматические связи слов, наиболее близкие для сознания носителя языка связанные сочетания (фразеологизмы и др.), характерные лингвокультурологические связи, знание которых основано на многолетнем речевом опыте носителей языка [3—5].

Ассоциативный эксперимент сейчас используется для объемного и разностороннего изучения феномена вербального сознания. Современные психолингвистические исследования, для которых ассоциативный эксперимент является ключевым методом, являются необходимой частью лингвокультурологического исследования при определении таких понятий, как национальное языковое сознание, языковая личность, стереотип культуры, языковая картина мира [4—7].

Исследователи говорят о том, что слова в памяти хранятся в сложных, четких, хорошо организованных и упорядоченных сетях, называемых узлами, которые можно представить в виде Всемирной паутины. Такая организация слов в психолингвистике называется ментальным лексиконом. Изучение ментального лексикона возможно с помощью психолингвистического эксперимента, в частности, ассоциативного.

Основные теоретические положения и практика использования ассоциативного эксперимента в отечественной лингвистике рассмотрены в трудах Ю.Н. Караулова [8], Н.В. Уфимцевой [9], Ю.А. Борисовой [10], Р.В. Раджабовой [11] и многих других. Особенности методики ассоциативного эксперимента описывает в статье и Е. Городецкая. Большое внимание автор обращает на то, что ассоциативный эксперимент позволяет определить, как культурные стереотипы, пропаганда, средства массовой информации влияют на восприятие тех или иных стимулов и «формируют ассоциативную систему человека» [12].

Зарубежные лингвисты очень активно используют метод ассоциативного эксперимента в методике преподавания иностранного языка. При этом для выявления ассоциативных связей между словами используется так называемый ассоциативно-языковой тест (WAT) [13]. Большое внимание уделяется также этическим аспектам взаимоотношений между экспериментатором и испытуемым, обсуждается потенциальный конфликт между методологическими и этическими нормами, этические проблемы психологических экспериментов, описывается кодификация этических принципов для психологических исследований [14; 15].

До недавнего времени большинство психологических исследований проводилось с использованием образцов испытуемых, находящихся в непосредственной близости от исследователей — в частности, студентов старших курсов университетов. Однако в последние годы стало возможным тестировать людей со всего мира, размещая эксперименты в Интернете. Вопрос

использования сети Интернет как места проведения экспериментов изучен американскими лингвопсихологами [16].

В теории коммуникации описаны возможности использования результатов психолингвистических экспериментов для «объяснения аргументативных и манипулятивных коммуникативных стратегий при вербальном описании событий» [17. С. 235], выявляется возможность выявления ценностного компонента и особенности положительной или отрицательной отношения к происходящим в обществе событиям (там же).

Современные российские ученые достаточно подробно разработали проблему использования психолингвистических методик в описании семантики слова. Описаны методы лингвистического интервьюирования: рецептивный анализ номинативный тест, направленное комментирование словоупотребления, метод семантической дифференциации, перцептивный эксперимент (выявление чувственного образа, связанного в языковом сознании со словом) [18].

«Неспровоцированная» реакция интерпретируется авторами как вербальная актуализация некоторого семантического компонента слова-стимула, рассматриваемого испытуемым как наиболее яркий, важный для его языкового сознания [18. С. 47].

Для нашей работы наиболее важным представляется выявление с помощью ассоциативного эксперимента лингвокультурологической составляющей слов. С этой точки зрения наиболее комплексной нам представляется методика Ю.Н. Караулова. Ученый предложил описать ассоциативные поля, формируемые в сознании реципиента реакциями на слова-стимулы. При этом все ассоциации могут быть рассмотрены в соответствии с разными критериями: лексико-синтаксическим, морфологическим, когнитивным, прагматическим и статистическим [8].

Цель

Целью нашей статьи является описание особенностей психологического восприятия слов греческого происхождения современными молодыми людьми, которые определяют русский язык как родной и как основной язык общения. Описание ассоциативных полей грецизмов позволит определить их место в русской языковой картине мира, выявить, сохраняют ли они заряд греческой культуры при функционировании в русском художественном тексте традиционного направления. Кроме того, нашей целью является сравнить значение грецизмов в поэзии XIX века и то, как их воспринимают современные носители русской лингвокультуры, проследить трансформацию семантики.

Материалы и методы

Для исследования мы отобрали группу лексем, имеющих греческую первооснову, либо образованных по греческой модели. В настоящей статье мы остановимся на анализе реакций реципиентов на слова-стимулы греческого

происхождения *пророк* и *эфир*. Данные слова мы отобраны нами как наиболее характерные и часто употребляемые грецизмы из поэтических текстов А.С. Хомякова — русского поэта XIX века, принадлежащего славянофильскому направлению.

Методика ассоциативного эксперимента предполагает несколько моментов. Испытуемым предлагается список слов, затем предлагается зафиксировать то, что первое пришло на ум после восприятия предложенных слов. При этом необходимо записать все полученные ассоциаты, которые могут представлять собой как отдельные слова в разных формах, так и целые словосочетания, устойчивые выражения, фрагменты прецедентных текстов. Опрашиваемые получают инструкцию о том, что реакция на слово-стимул должна записываться сразу же и быть строго личной. Иначе, по мнению Р.М. Фрумкиной, не будет ассоциативного процесса в чистом виде [19. С. 320].

- 1) лексико-синтаксический уровень описывает лексические отношения (синонимичные, антонимичные, омонимичные, паронимичные, окказиональные и др.) и синтаксические отношения между словами-стимулами и реакцией;
- 2) морфологический уровень исследования выявляет словообразовательные и словоизменительные возможности слов-стимулов;
- 3) когнитивный уровень ассоциативного поля отражает знания носителя языка о стимуле, запечатлённые в языке в паремиологическом фонде, в именах собственных, этнонимах, праобразах, во фреймах и сценариях типовых психологических ситуаций, эталонах и стереотипах культуры [20];
- 4) прагматический уровень связан с оценками, которые дают носители языка стимульному слову;
- 5) статистический уровень формальными методами определяет численные характеристики проявления той или иной ассоциации [21. С. 1162].

Выводы

Проведенный лингвистический эксперимент помог выявить специфику восприятия лексики греческого происхождения из произведений А.С. Хомякова носителями современного русского языка. Принимая во внимание критерий частотности проявления той или иной ассоциации, мы выделили и описали ядро и периферию ассоциативных полей слов-стимулов, а также зафиксировали единичные реакции респондентов.

Полученные в ходе опроса ассоциаты мы описали с лексико-синтаксической стороны, принимая во внимание синонимичные, паронимичные, метонимичные, семантические, а также синтаксические особенности; с морфологической стороны, обращая внимание на словообразовательные и словоизменительные особенности слов-реакций; когнитивные особенности восприятия стимулов, предполагающие знания носителя языка о стимуле, запечатлённые в языке в паремиологическом фонде, в именах собственных, праобразах, в

стереотипах культуры; прагматические особенности, позволяющие судить об оценке, даваемой носителями языка стимулу.

Респонденты привели ассоциации, большая часть которых основывалась на принципе сходства (53% ответов) или смежности со стимулом (20% ответов).

В результате анализа данных опроса можно сделать вывод о том, что в целом грецизмы из поэтических текстов А.С. Хомякова воспринимаются в соответствии с теми значениям, которые зафиксированы у этих слов в толковых словарях современного русского языка (*пророк, поэт*). Однако со времени написания текстов А.С. Хомяковым прошло два столетия. Поэтому грецизмы, функционирующие в стихотворениях поэта, в той или иной степени претерпели изменения в части семантики. Изменение значения указанных грецизмов и, как следствие, изменение их восприятия связано с получением новых научных данных и, как следствие, терминологизации слова (*эфир*).

Необходимо отметить глубокий когнитивный уровень восприятия грецизмов, которые ассоциируются со знаковыми текстами русской и мировой культуры. Об этом свидетельствуют ассоциации стимулов с прецедентными фразами и именами из русской классической литературы (А.С. Пушкин), что говорит об органическом существовании их как в русском, так и в общекультурном контексте. Кроме того, каждый из слов-стимулов на когнитивном уровне ассоциативного поля связывался с прецедентными феноменами, принадлежащими греческой эллинистической культуре (*эфир*) или византийской культуре (*пророк*). Это говорит о том, что грецизмы продолжают вносить в русскую языковую картину мира элементы греческой культуры.

В поэтических текстах А.С. Хомякова слова греческого происхождения функционируют в соответствии с теми значениями, которые имели во время написания стихотворений, в XIX веке. В контексте стихотворений поэта грецизмы часто реализуются в каком-то одном из своих значений, часто переносном, поэтическом (*эфир, пророк*), а также функционируют в составе стилистических средств и обладают яркой метафоричностью смысла. Кроме того, необходимо отметить, что использование лексем греческого происхождения А.С. Хомяковым подразумевает более глубокий христианский смысл, чем тот, что вкладывают в эти слова носители современного русского языка.

Интересно, что результаты исследования также показывают, что семантика слова в ментальном лексиконе динамично развивается на основе опыта и восприятия респондентов.

В результате проделанного эксперимента стало очевидным, что носители языка в большей степени проявляют парадигматические реакции. Наиболее ярко представлен когнитивный уровень ассоциативного поля каждого из стимулов, что показывает значимость исследуемых слов в контексте родной культуры.

Обсуждение

Из проведенного нами эксперимента остановимся подробнее на анализе ассоциатов к двум словам греческого происхождения — *пророк* и *эфир*,

поскольку их ассоциативные поля наиболее точно, на наш взгляд, отражают особенности восприятия грецизмов.

Приведем полученные нами в ходе эксперимента языковые реакции на слово *пророк*. Всего представлено 130 реакций.

Таблица 1 / Table 1

Ассоциативное поле «пророк» / Associative field “prophet”

ядро / the core	Пушкин (14), дух (10), предсказатель (10), правда (10)
периферия / periphery	«глаголом жги сердца людей» (8), мысль (6), истина (6), гадание (6), будущее (5), видение (4), способности (4), непринятый (4)
единичные реакции / single reactions	вихрь, судьба, ясность, словом жжет сердца людей, исполнитель, сказатель, мудрый, верный, честный, готовность, помощник, тяжесть, отвергнутый, непонятый, церковь, древнерусская литература, заповедь, моление, святой дух, Библия, молитва, сказание

Этимологически слово *пророк* пришло в русский язык из старославянского и является словообразовательным калькированием греческого *prophētēs*. С греческого языка *пророк* означает «говорящий будущее» [22].

Словарь современного русского языка приводит два основных значения: 1. религиозное: избранник бога на земле, передающий людям его волю; 2. переносное: предсказатель [23].

Результате анализа ассоциатов на лексическом и синтаксическом уровнях показывает, что в ассоциативном поле слова *пророк* представлено, главным образом, второе, переносное значение слова. Ядерную часть ассоциативного поля представляет синоним основного стимула *предсказатель*, на периферии поля основной ассоциат поддерживается синонимичными существительными *исполнитель*, *сказатель*, *помощник*, а также реакциями, связанными с деятельностью пророка: *правда*, *истина*, *будущее*, *гадание*, *мысль*, *видение*, *судьба*, *ясность*, *готовность*. Определениями к стимулу выступают прилагательные *мудрый*, *верный*, *честный*, *отвергнутый*.

В проведенном эксперименте морфологический уровень ассоциативного поля не представлен.

Когнитивный уровень представлен ассоциациями с известным стихотворением А.С. Пушкина «Пророк», о чем говорит реакция *Пушкин*, являющаяся частью ядра ассоциативного поля. Эта ассоциация коррелирует с синтагмой из указанного произведения, представленной на периферии поля: *глаголом жги сердца людей* и слегка видоизмененной *словом жжет сердца людей*.

Центральное значение слова, связанное с православным вероисповеданием, проявляется как в ассоциациях с пушкинским текстом, так и в реакциях *святой дух*, *Библия*, *церковь*, *заповедь*, *молитва*, которые, однако, представлены в меньшей степени, чем ассоциаты, связанные со светским пониманием стимула.

Важным с когнитивной точки зрения важными являются периферийная реакция *непринятый* и единичные реакции *тяжесть*, *отвергнутый*, *непонятый*. В контексте этих реакций восстанавливается прецедентная фраза из

Евангелия «Нет пророка в своем отечестве», говорящая о том, что пророк часто оказывается неоцененным, особенно у себя на родине.

На прагматическом уровне ассоциаты говорят об имплицитной положительной оценке: *мудрый, верный, честный, правда, истина, помощник*.

Реакции *тяжесть, отвергнутый, непонятый* говорят о нежелательности нести бремя пророчества. То есть в сознании носителей языка особой радости пророку его дело не приносит. С прагматической точки зрения оно нежелательно и невыгодно.

В поэзии А.С. Хомякова пророк выступает исключительно в религиозном значении как исполнитель воли Бога:

...Молил тебя в час полуночи,

Пророку дать силу речей, —

Чтоб мир оглашал он далеко

Глаголами правды своей! («Как часто во мне пробуждалась...», 1856)

Пророк у А.С. Хомякова — обладатель могучего божественного слова, способного возрождать к жизни. Но вместе с тем *пророк* — это человек, который, как и другие, подвластен оковам «земного тленья»:

Но не полно возрожденье,

Жизнь проснулась не сполна;

Всех оков земного тленья

Не осилила она... (там же)

Результаты опроса такую семантику не выявили.

Таким образом, анализ ассоциатов показал, что носители современного русского языка воспринимают слово *пророк* согласно его словарному значению, в религиозном и светском смыслах. В стихотворениях А.С. Хомякова *пророк* употребляется только в высоком христианском смысле как проводник божьей воли, способный преображать и возрождать, хотя и смертный по своей природе, как и все люди. Стилистическое значение приподнятого стиля присутствует как в лирике А.С. Хомякова, так и в описанном ассоциативном поле.

Обратимся ко второму примеру. Приведем таблицу полученных нами реакций на слово-стимул *эфир*.

В результате анкетирования зафиксированы 143 ассоциата, формирующие ассоциативное поле слова *эфир* (Таблица 2 / Table 2).

Таблица 2 / Table 2

Ассоциативное поле «эфир» / Associative field "ether"

ядро / the core	телевизор (26), телевидение (12)
периферия / periphery	телеканал (9), трансляция (9), программа (7), репортаж (5), летучая жидкость (5), съемка (6), химия (5), Греция (5), боги (6), небо (5), прямой эфир (5), канал, летучая жидкость, небо, химия, космос, пространство, Греция, боги, прямой эфир, телевизионный
единичные реакции / single reactions	концерт, съемка, интервью, выступление, передача вестей, невесомый, испаряющийся, масла, частица, сила, субстанция, монитор, синий, новости, души, бесконечность, парфюмер, амброзия, квинтэссенция, «пятый элемент», история мировой литературы, пахнет, прозрачный

В ассоциативном поле стимула *эфир* можно обозначить несколько основных значений.

Ядром ассоциативного поля является значение «телевидение» (68%). На лексическом уровне оно проявляется частотными реакциями, большинство из которых являются синонимичными (*программа, репортаж, канал, съемка, интервью, выступление, концерт, передача вести, новости*). На синтаксическом уровне это значение поддерживается словосочетаниями *передача вести, прямой эфир*.

Достаточно активно представлено образование существительных с греческим корнем *теле-*, который является продуктивным: *телевизор, телевидение, телетрансляция, телеканал*, что подчеркивает центральное место этих реакций в структуре ассоциативного поля.

На когнитивном уровне ассоциативное поле представлено единичной реакцией *синий*, по-видимому, связанная ассоциативно с синонимом стимула экран и означает «сообщение о критической системной ошибке в операционных системах» (в компьютерную эпоху выражение синий экран стало идиоматичным [24]).

С прагматической точки зрения описываемое значение нейтрально и не связывается с определенной оценкой.

На втором месте по частоте проявления реакций стало значение «химическое вещество» (26 %).

На лексико-синтаксическом уровне данное значение представлено ассоциатами: *химия, летучая жидкость, жидкий, парфюмер, амброзия, прозрачный, невесомый, испаряющийся, пахнет, масло, эфирные масла*.

На морфологическом уровне стимул показал слабую словообразовательную способность, представленную в выявленной наиболее частотной реакции — аффиксальном образовании прилагательного из существительного (*эфирные*).

Когнитивный и прагматический уровни ассоциативного поля с данной семантикой стимула не связываются.

На третьем месте по частоте проявления стало значение «воздух», «тончайшая материя» (6%).

На лексико-синтаксическом уровне оно проявляется ассоциатами: *частица, субстанция, бесконечность*. Единичная реакция *зефир*, равно как и *розовый*, ассоциируется с легкостью и невесомостью. Реакция *эфир* — *зефир* вызвана паронимазией, основанной на восприятии фонетического облика слова.

На когнитивном уровне стимул *эфир* связывается у носителей языка со значением слова *эфир* как «пятый элемент»: *квинтэссенция, частица, субстанция*. Данное значение бытовало в античной философии, возможно, поэтому оно породило целый ряд ассоциаций, воссоздающих древнегреческую культуру: *Греция, боги, мифы, легенды, античность*. Сюда же можно отнести и единичную реакцию *история мировой литературы*, указывающую на историчность стимула.

Прагматические реакции ярко не проявлены.

Значение «пятая стихия», «тончайшая материя» породило впоследствии метафорическое значение «воздух», которое, по данным эксперимента, наименее проявлено в структуре ассоциативного поля *эфир* (ассоциаты: *небо*, *воздушный*, которые можно отнести и к третьему значению стимула), однако является довольно распространенным для поэтического текста.

Согласно словарю М.Р. Фасмера, слово *эфир* образовалось из греческого «эфир, верхний воздух» [25]. В словаре древнегреческого языка встречаем одно основное значение — *αἴθρη ἦ* — чистое небо, ясная погода [26. С. 50]. При функционировании слова *эфир* в русском языке произошло расширение семантики. В толковом словаре Д.Н. Ушакова фиксируются уже 4 лексико-семантических варианта в семной структуре слова *эфир*: 1. в учении греческих философов — тончайшая материя, наполняющая мировое пространство, т. наз. «пятая стихия» (квинтэссенция); 2. перен. далекая высь, безвоздушное пространство, пустота (поэт.); 3. среда, заполняющая мировое пространство, при помощи которой объясняется распространение света и электромагнитных волн (физ., радио); 4. летучее вещество — соединение спиртов между собою при выделении частиц воды [27].

Анализируя данные словарей, можно увидеть метаморфозы в семной структуре грецизма *эфир*. В истории бытования слова в русском языке произошла метафоризация (далекая высь — перен., высок.), затем, в результате демефоризации образовался термин в физической и медицинской науках, и лексема продолжала существовать в двух указанных терминосистемах. Из эксперимента становится очевидным, что носители современного русского языка воспринимают слово *эфир*, прежде всего, как термин. Высокое значение слова сопровождается пометами «перен., ирон.» [28], «перен., поэт.» [29] и проявляется в художественном дискурсе, прежде всего поэтическом. Последнее значение слова *эфир* и представлено в стихотворениях А.С. Хомякова:

Земля трепещет: по эфиру

Катится гром из края в край... («По прочтении псалма», 1856)

...И в потоках света

Льется по эфиру

Тайный страсти голос... («Молодость», 1827)

Анализ ассоциативного поля показал, что в сознании носителей языка слово *эфир* вызывает ассоциации, связанные почти со всеми значениями, зафиксированными у данного слова в современных словарях. При этом подавляющее число респондентов воспринимают слово в современном значении, связанном с телетрансляцией и составляющим термин физической науки, который в толковых словарях XIX века еще не фиксируется. 6% испытуемых ассоциируют слово «эфир» с первоначальным смыслом, связанным с культурой Древней Греции. Переносное поэтическое значение слова *эфир*, выявленное в текстах А.С. Хомякова, практически не проявлено в структуре ассоциативного поля. В современных толковых словарях данное значение не имеет

стилистической пометы «устаревшее», ассоциативный эксперимент свидетельствует об отсутствии реакций, выявляющих ассоциирование слова с этим смыслом.

Итак, эксперимент показал, что носители языка приводят, в основном, парадигматические ассоциаты. Кроме того, нами выявлены интересные с когнитивной точки зрения реакции на стимулы, связанные с прецедентными текстами русской культуры. Это коррелирует с выводом зарубежных исследователей, которые, изучая ассоциации к иностранным словам, пришли к выводу, что неносители языка склонны приводить коллокационные ассоциации [13].

Библиографический список

1. Томэ Х., Кехеле Х. Современный психоанализ. Т. 1. Теория: Пер. с англ. М.: Издательская группа «Прогресс» — «Литера», Издательство Агентства «Яхтсмен», 1996.
2. Kohs S.C. The Association Method in Its Relation to the Complex and Complex Indicators // *The American Journal of Psychology*. 1914. Vol. 25. № 4. P. 544—594. DOI: 10.2307/1413291 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.jstor.org/stable/1413291> (дата обращения: 06.06.2021).
3. Леонтьев А.А. Словарь ассоциативных норм русского языка. М., 1977.
4. Залевска А.А. Ментальный лексикон: конструкт, метафора или миф? // *GISAP: Philological Sciences*. 2015. № 8. С. 42—44.
5. Овчинникова И.Г. Синтагматические сбои в русской речи: интерпретация в свете актуальных моделей ментального лексикона // *Вопросы психолингвистики*. 2018. № 2. С. 84—98.
6. Попова З.Д., Стернин, И.А. Язык и национальная картина мира. М.—Берлин: Директ-Медиа, 2015.
7. Потанина Ю.Д., Подлесская, В.И., Федорова, О.В. Вербальная рабочая память и лексико-грамматические сигналы речевых затруднений: данные русского мультимодального корпуса // *Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. Труды международной конференции «Диалог-2016»*. М., 2016. С. 173—183.
8. Караулов Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети // *Языковое сознание и образ мира*. М., 2000.
9. Уфимцева Н.В. Языковое сознание как отражение этнокультурной реальности / Н.В. Уфимцева // *Вопросы психолингвистики*. 2003. № 1. С. 102—111.
10. Борисова Ю.А. Ассоциативный эксперимент в современных психолингвистических исследованиях // *Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования*. 2019. Т. 8. № 1А. С. 265—275.
11. Раджабова Р.В. Психолингвистический эксперимент: требования, условия, методика проведения // *Academy*. 2018. № 10 (37). [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/psiholingvisticheskiy-eksperiment-trebovaniya-usloviya-metodika-provedeniya> (дата обращения: 03.06.2021).
12. Городецкая Л.А. Ассоциативный эксперимент в коммуникативных исследованиях. В сб. «Теория коммуникации и прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 1. 2002. С. 28—37.
13. Pranoto B., Afrilita, L. The Organization of Words in Mental Lexicon: Evidence from Word Association Test // *Teknosastik: Jurnal Bahasa dan Sastra*. Universitas Teknokrat Indonesia. 2019. № 16 (1). P. 26. DOI: 10.33365/ts.v16i1.130
14. Schuler H. Ethical Problems in Psychological Research // *Academic Press*, 28th January 1982.
15. Keehn J.D. (ed.) *The Ethics of Psychological Research* // *Pergamon*, 1st January 1982.

16. *Birnbaum M.* Psychological Experiments on the Internet // Academic Press, 16th March 2000.
17. *Троценкова Е.В.* Психолингвистический эксперимент «событие с заданной оценкой» (в американской культуре) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2012. Т. 14. № 2. С. 235—243. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://publications.hse.ru/articles/55420527> (дата обращения: 06.06.2021).
18. *Виноградова О.Е., Стернин И.А.* Психолингвистические методы в описании семантики слова. — Воронеж: Истоки, 2016.
19. *Фрумкина Р.М.* Психолингвистика: учеб. Пособие. М.: Академия, 2007.
20. *Алефиренко Н.Ф., Нуртазина М.Б., Шахнуртова З.Х.* Автохтонная синергия русского художественного дискурса // Русистика. 2021. № 19 (3). С. 253—270. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-3-253-270
21. *Выговская Д.Г.* Ассоциативный эксперимент как один из методов в психолингвистике // Наука ЮУрГУ. Секции социально-гуманитарных наук: материалы 66-й науч. конф. Челябинск: ЮУрГУ, 2014. С. 1157—1164. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://dspace.susu.ac.ru/xmlui/handle/0001.74/4113> (дата обращения: 06.06.2021).
22. ЭСШ Этимологический словарь Н.М. Шанского. М.: Дрофа, 2004. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://lexicography.online/etymology/shansky/> (дата обращения: 06.06.2021).
23. ТСО Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1999 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/> (дата обращения: 06.06.2021).
24. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/120617> (дата обращения: 06.06.2021).
25. ЭСФ Фасмер М.Р. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. / Пер. с нем. и дополнения О.Н. Трубачева. М., 1965—1973. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://lexicography.online/etymology/vasmer/> (дата обращения: 06.06.2021).
26. *Дворецкий И.Х.* Древнегреческо-русский словарь в 2-х томах. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1958.
27. ТСУ Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Проф. Д. Ушакова. М.: ТЕРРА—Книжный клуб, 2007. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/> (дата обращения: 06.06.2021).
28. ТСК Толковый словарь иностранных слов Л.П. Крысина. М: Русский язык, 1998. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/ (дата обращения: 06.06.2021).
29. БСИС Большой словарь иностранных слов. М.: Издательство «ИДДК», 2007. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/ (дата обращения: 06.06.2021).

References

1. Tome, H., Kehele, H. (1996). *Modern Psychoanalysis*. Т. 1. Theory: Translated from English / Obr. ed. by A.V. Kazanskaya. Moscow: Publishing Group “Progress” — “Litera”. Publishers Agency “The Yachtsman”. (In Russ.).
2. Kohs, S.C. (1914). The Association Method in Its Relation to the Complex and Complex Indicators. *The American Journal of Psychology*. Published by: University of Illinois Press 25(4), 544—594. doi.org/10.2307/1413291 [Electronic resource] URL: <https://www.jstor.org/stable/1413291> (accessed: 06.06.2021).
3. Leontiev, A.A. (1977). *Dictionary of associative norms of the Russian language*. Moscow. (In Russ.).
4. Zalewskaia, A.A. (2015). Mental lexicon: construct, metaphor or myth? 8, 42—44. (In Russ.).
5. Ovchinnikova, I.G. (2018). Syntagmatic failures in Russian speech: interpretation in the light of current models of mental lexicon. *Journal of Psycholinguistics*. 2, 84—98. (In Russ.).
6. Popova, Z.D., Sternin, I.A. (2015). *Language and the national picture of the world*. Moscow—Berlin: Direkt-Media. (In Russ.).

7. Potanina, Y.D., Podlesskaya, V.I., Fedorova, O.V. (2016). Verbal working memory and lexicogrammatical signals of speech difficulties: data from the Russian multimodal corpus. *Computer linguistics and intelligent technologies. Proceedings of the International Conference "Dialogue-2016"*. M., 173—183. (In Russ.).
8. Karaulov, Y.N. (2000). *Indicators of national mentality in the associative-verbal network*. In *Linguistic consciousness and the image of the world*. Moscow. (In Russ.).
9. Ufimtseva, N.V. (2003). Language consciousness as a reflection of ethno-cultural reality. *Journal of Psycholinguistics*, 1, 102—111. (In Russ.).
10. Borisova, Yu.A. (2019). Association experiment in the modern psycholinguistic research. *Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches*, 8(1A). (In Russ.).
11. Rajabova, R.V. (2018). Psycholinguistic experiment: requirements, conditions, methodology of carrying out. *Academy*, 10(37). [Electronic resource] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psiholingvisticheskiy-eksperiment-trebovaniya-usloviya-metodika-provedeniya> (accessed: 03.06.2021). (In Russ.).
12. Gorodetskaya, L.A. (2002). Association experiment in communication research. *The Russian Journal of Communication (RJoC)*, 1, 21—28. (In Russ.).
13. Pranoto, B. & Afrilita, L. (2019). The Organization of Words in Mental Lexicon: Evidence from Word Association Test. *Teknosastik: Jurnal Bahasa dan Sastra*. Universitas Teknokrat Indonesia. 16(1):26. DOI: 10.33365/ts.v16i1.130.
14. Schuler, H. (1982). *Ethical Problems in Psychological Research*. Academic Press.
15. Keehn, J.D. (1982.). *The Ethics of Psychological Research*. Pergamon.
16. Birnbaum, M. (2000). *Psychological Experiments on the Internet*. Academic Press.
17. Troshchenkova E.V. (2012). Psycholinguistic experiment “event with a given evaluation” (in American culture). *Izvestia of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 14(2), 235—243. [Electronic resource] URL: <https://publications.hse.ru/articles/55420527> (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).
18. Vinogradova, O.E. & Sternin, I.A. (2012). *Psycholinguistic methods in the description of word semantics*. Voronezh: Istoki. (In Russ.).
19. Frumkina, R.M. (2007). *Psycholinguistics*. Moscow: Academia. (In Russ.).
20. Alefirenko, N.F., Nurtazina, M.B. & Shakhputova, Z.K. (2021). Autochthonous Synergy of Russian Literary Discourse. *Russian Language Studies*, 19(3), 253—270. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-3-253-270
21. Vygovskaya, D.G. (2014). Associative experiment as one of the methods in psycholinguistics. In: *Science of SUSU*. Chelyabinsk: SUSU Publishing Center. P. 1157—1164. (In Russ.).
22. EDSH—*Etymological Dictionary* of N.M. Shansky. (2004). Moscow: Drofa, [Electronic resource] URL: <https://lexicography.online/etymology/shansky/> (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).
23. EDO—Ozhegov, S.I. and Shvedova, N.Y. (1999). *The Explanatory Dictionary of the Russian Language*. Moscow: [Electronic resource] URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/> (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).
24. [Electronic resource] URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/120617>. (In Russ.).
25. The Etymological Dictionary of the Russian Language: In 4 Volumes, O.N. Trubachev (transl., ed.). Moscow, 1965—1973. [Electronic resource] URL: <https://lexicography.online/etymology/vasmer/> (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).
26. Dvoretzkiy, I.Kh. (1958). *Ancient Greek-Russian Dictionary* in 2 vols. Moscow: State Publishing House of Foreign and National Dictionaries. (In Russ.).
27. EDU—The Explanatory Dictionary of the Russian Language: In 4 vols. (2007). D. Ushakov (ed.). Moscow: TERRA—Book Club. [Electronic resource] URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/> (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).
28. EDK—The Explanatory Dictionary of Foreign Words (1998). L.P. Krysin (ed.). Moscow: Russian language. [Electronic resource] URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/ (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).
29. BDFW The Big Dictionary of Foreign Words (2007). [Electronic resource] URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/ (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).

Сведения об авторах:

Шаклеин Виктор Михайлович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и методики его преподавания Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»; *сфера научных интересов*: лингвокультурология, методика преподавания русского языка; лингводидактика; *e-mail*: shaklein-vm@rudn.ru. Идентификатор ORCID: 0000-0001-6429-8430, eLIBRARY SPIN-код: 8321-1225.

Скомаровская Анастасия Анатольевна, старший преподаватель кафедры русского языка и межкультурной коммуникации филологического факультета Государственного образовательного учреждения высшего образования «Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»; *сфера научных интересов*: лингвокультурология, психолингвистика, стилистика; *e-mail*: rakhliitska@mail.ru. Идентификатор ORCID: 0000-0001-6429-8430, eLIBRARY SPIN-код: 8321-1225.

Information about the authors:

Victor M. Shakhlein, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Russian and Teaching Methodology, Federal State Educational Institution of Higher Education “Peoples’ Friendship University of Russia”; *Research interests*: linguoculturology, Russian language teaching methodology; linguodidactics; *e-mail*: shaklein-vm@rudn.ru. Идентификатор ORCID: 0000-0003-3576-3828. eLIBRARY SPIN-code: 9313-8322

Anastasia A. Scomarovskaia, Senior Lecturer of the Russian Language and Intercultural Communication Department, Faculty of Philology State Educational Institution of Higher Education “Pridnestrovian State University by T.G. Shevchenko”; *Research interests*: linguoculturology, psycholinguistics, stylistics; *e-mail*: rakhliitska@mail.ru. Идентификатор ORCID: 0000-0001-6429-8430. eLIBRARY SPIN-code: 8321-1225.



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1051-1074

UDC [811.133.1+811.161.1]’373:398.91

Research article / Научная статья

Semantic Condensations in French and Russian Proverbs Based on the Thematic Group *Family*

Natalia Yu. Nelyubova¹, Natalia M. Dugalich¹✉, Victor I. Ershov²¹RUDN University,

6, Miklukho-Maklay str., Moscow, Russian Federation, 117198

²MGIMO University,

3, Novo-Sportivnaya, Odintsovo, Moscow region, Russia Federation, 143005

✉dugalich_nm@rudn.ru

Abstract. The article is devoted to the study of semantic condensations in French and Russian proverbs from the point of view of family values perception by native speakers of French and Russian. The analysis was carried out based on a study of a card index of proverbs extracted from paremiographic sources that offer a presentation of the material on a thematic basis and contain headings and subheadings related to family and family relations. In order to achieve greater objectivity of the results, the authors carried out a selection and counting of the number of identical proverbial units of the studied thematic group both in French (114 units) and Russian (270 units) paremiological dictionaries. A quantitative and semantic analysis of the key lexemes associated with *family* presented in the titles of headings, subheadings and proverbs of the card index allowed identify semantic condensations, which most clearly reflect behavioural priorities and peculiarities of values comprehension. Proverbial semantic condensations are understood as the main meanings and moral and ethical formulations, containing in a condensed form the meaning of a proverb and excluding its figurative component, which may differ in various languages. A comparative analysis made it possible to identify both universal and specific components in the considered French and Russian proverbial condensations, as well as values and anti-values adjacent to the family, which enables us to characterize their perception and functioning in the system of value coordinates of the studied ethnic groups. The presence of significant similarities is explained by the universality of family values and their understanding. Differences mainly lie in the fact that in the French material there is a more individualistic and pragmatic-everyday orientation, while in the Russian material there is a tendency towards the collective (family) and an emotional-sensory orientation. Russian proverbs are distinguished by a greater degree of concentration of thematic key lexemes. The differences in semantic condensations, the value perception of the family, and their representation using units of different linguistic levels, the functioning of which is explained by a combination of typological features of the compared languages, once again demonstrated the connection between the latter, the uniqueness of the world perception and the way of thinking of individual ethnic groups.

Key words: French proverbs, Russian proverbs, paremiographic sources, family values, proverbial semantic condensation

© Nelyubova N.Yu., Dugalich N.M., Ershov V.I., 2021

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Financing. Acknowledgement

This publication was supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program (Russian Federation)

Article history:

Received: 01.08.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Nelyubova, N.Yu., Dugalich, N.M. & Ershov, V.I. (2021). Semantic Condensations in French and Russian Proverbs Based on the Thematic Group *Family*. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1051—1074. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1051-1074

УДК [811.133.1+811.161.1]’373:398.91

Семантические конденсаты во французских и русских пословицах на примере тематической группы «семья»

Н.Ю. Нелюбова¹ , Н.М. Дугалич¹  , В.И. Ершов² 

¹Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Макля, 6

²Одинцовский филиал МГИМО,
143005, Российская Федерация, Московская область, Одинцово, ул. Ново-Спортивная, 3
dugalich_nm@rudn.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию семантических конденсатов во французских и русских пословицах с точки зрения восприятия семейных ценностей носителями французского и русского языков. Анализ проведен на основе изучения картотеки пословиц, извлеченных из паремиографических источников, предлагающих представление материала по тематическому принципу и содержащих рубрики и подрубрики, связанные с темой семьи и семейных отношений. С целью достижения большей объективности результатов осуществлена выборка и подсчет количества одинаковых пословичных единиц изучаемой тематической группы в двух французских (114 единиц) и двух русских (270 единиц) паремиологических словарей. Количественный и семантический анализ ключевых лексем, связанных с семьей, представленных в названиях рубрик, подрубрик и пословицах полученной картотеки, позволил выявить семантические конденсаты, в которых наиболее четко отражаются поведенческие приоритеты и особенности осмысления ценностей. Под пословичными семантическими конденсатами понимаются основные смыслы и морально-нравственные формулировки, содержащие в сжатом виде смысл пословицы и исключают ее образный компонент, который в разных языках может различаться. Сопоставительный анализ позволил выявить как универсальные, так и специфические компоненты в рассмотренных французских и русских пословичных конденсатах, а также сопредельные семье ценности и антиценности, позволяющие охарактеризовать ее восприятие и функционирование в системе ценностных координат изучаемых этносов. Наличие значительного сходства объясняется универсальностью семейных ценностей и их понимания. Различия в основном заключаются в том, что во французском материале наблюдается более индивидуалистская и прагматически-бытовая направленность, а в русском — ориентация на коллектив (семью) и эмоционально-чувственная направленность. Русские пословицы отличаются большей степенью концентрации тематических

ключевых лексем. Различия семантических конденсатов, как и ценностного восприятия семьи, и их репрезентация с помощью единиц различных языковых уровней, особенности функционирования которых объясняются сочетанием типологических особенностей сопоставляемых языков, еще раз продемонстрировали связь последних с уникальностью мировосприятия и мышления отдельных этносов.

Ключевые слова: французские пословицы, русские пословицы, паремнографические источники, семейные ценности, пословичный семантический конденсат

Финансирование. Благодарности

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН (Российская Федерация)

История статьи:

Дата поступления: 01.08.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Nelyubova N.Yu., Dugalich N.M., Ershov V.I. Semantic Condensations in French and Russian Proverbs Based on the Thematic Group *Family* // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1051—1074. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1051-1074

Introduction

Family is one of the generally recognized basic cultural values. The scope of the meaning of the lexeme *family* has been changing depending on the era, and the phenomenon itself has acquired new characteristics due to the specifics of the development and functioning of society. In different cultures, there is a different perception of marriage and family and kinship relations, which is reflected in different ways in the language system. Thus, since “the family is a universal human value, reflecting the specifics of national culture, depending on historical, geographical and political conditions; it acts as a pivotal element of the moral principles of society” [1. P. 29], it is relevant to determine its perception by representatives of various types of cultures.

Despite the presence in modern society of various forms of family existence, the perception of it as a universal, timeless value is confirmed by sociological research. According to 2018 data, for 86% of French people, family is very important, ahead of other values: work (62%), friends and acquaintances (53%), leisure (34%), religion (15%) and politics (10 %). At the same time, 63% find traditional marriage important [2. P. 151, 153]. Russians also consider the family to be one of the most important traditional values (58% of the respondents). Health is mentioned in second place, followed by money, work, home, housing, etc. [3].

The values of the ethnos are directly reflected in the language, because “language and its communicative realization — speech in distinct unity and existence — provide the categorization of reality and storage of the information and knowledge received” [4. P. 597]. Mental constants of the people are often formulated in the form of proverbs, which “act as forwarders of traditions,

mentality, national character, social experience” [5. P. 313], illustrating “spiritual, moral and utilitarian values”. Despite the difference in figurative concretization, many proverbs express “common human priorities of behaviour” [6. P. 29]. In addition, “in the context of paroemias, basic national values are rethought in accordance with national and cultural experience, demonstrating an amazing mental “flexibility” and polyphony in assessing the most significant for a person values” [7. P. 266—267]. Thus, since the concentrated expression of values are paroemias in general and proverbs, we have chosen them as the basic linguistic unit for the comparative analysis.

In this article, we proceed from the idea that behavioural priorities and features of value comprehension are reflected in proverbial semantic condensations. “The proverbial fund of various languages, regardless of their genetic classification, distinguishes a semantic condensation (E.I. Seliverstova), semantic dominants (O.V. Lomakina, V.M. Mokienko), or an axiologeme (L.K. Bayramova) — semantics, uniting paroemias of one or several languages, that allows expressing the main meanings and moral and ethical attitudes” [8. P. 172—173].

The share of the national component in the proverbial fund becomes much smaller if we consider the features common to units of this genre in comparative studies of the material of different languages. Having mentally excluded from the proverb “metaphor, lexical redundancy, rhythm, rhyme, etc., then its essence can appear in the form of two or three components, expressing the meaning of paroemia in a condensed form. It is difficult to call it a ‘proverb’ due to the lack of the necessary proverbial markers, but we can call it a *proverbial condensation, a proverbial idea*” [9. P. 59]. E.V. Ivanova uses the concepts “cognition” and “cognitive model”. E. Kokare speaks about proverbial types: a type combines synonymous proverbs that have the same ideological content, which can be expressed by different images and linguistic means [Cit. by: 10. P. 88—89].

This study uses the term “proverbial semantic condensation”, which, in our understanding, expresses the main meanings and moral and ethical formulations, containing in a condensed form the meaning of a proverb and excluding its figurative component, that may differ in various languages.

The purpose of this article is to identify and compare the main semantic condensations of French and Russian proverbs of the thematic group *family*, obtained from dictionaries, in an axiological perspective.

The research methodology included the following stages:

- the choice of two French and two Russian dictionaries of proverbs, offering the presentation of the material on a thematic basis, since the names of thematic associations of proverbs reflect the main vital conceptual spheres, and, consequently, the value orientations of the ethnos;

- identification and counting of the number of identical proverbial units of the studied thematic group in both French and Russian paremiographic sources with a view to achieving greater objectivity of the results;

- quantitative and semantic analysis of key lexemes associated with the family and presented in the titles of headings, subheadings and proverbs of the card index of French and Russian material in order to identify semantic condensations;
- comparative characteristic of the universal and specific components in the obtained French and Russian proverbial condensations from the point of view of reflecting value orientations in them;
- identification of values adjacent to the family so as to characterize its functioning in the system of value orientations of the studied ethnic groups.

When working with paremiological material, we proceed from the idea that the vocabulary direction is one of the ways to reconstruct the paremiological picture of the world [11. P. 127]. The examples presented in the article are selected from our card index, which includes 114 French and 270 Russian proverbs about family. The translation of French proverbs and Russian equivalents are proposed by the authors and are partially taken from Internet sources [12].

Analysis of French proverbs

The representation of the thematic group *family* is reflected in the dictionaries of French and Russian proverbs and is manifested primarily in the names of the headings, which make it possible to identify the key lexemes that characterize the studied group. The French dictionary of proverbs and sayings [13] does not call it directly. The relevant topics are reflected in the headings: *La vie domestique* / home life (116 units) and *Les objets usuels* / household items (83 units). Earlier we gave a detailed description of the headings and a commentary on the semantics of French proverbs about the family based on this dictionary [14]. The lexeme *family* occurs once in the names of subheadings, other names are based on the concepts traditionally associated with and revealing it: *la vie domestique* / home life (53 proverbs), which lists 21 general proverbs and highlights smaller subheadings: *le ménage, l'épouse* / couple, spouse (20 units) and *le mariage* / marriage (12). Subheading *la femme* / wife / woman includes 28 units; *les enfants, les relations de famille* / children and family relations — 27, *l'habitat* / dwelling — 8.

To obtain more objective data on the representation of the theme *family* and semantic condensations, we have compiled a card index of the same proverbs given in two dictionaries [13; 15]. The electronic dictionary of French proverbs [15] has a subheading *Famille* / family (36 units, 14 of which are proverbs from France and 1 from Martinique) in the rubric *Relations humaines* / human relations.

The electronic dictionary was used to make a search for all the proverbs of the above headings of the printed dictionary. In total, 114 common units were identified, placed in the electronic dictionary in different headings, which is understandable: the theme and value of the family is one of the central ones in the consciousness of each ethnic group and is closely related to various areas of life.

Let us consider the key lexemes associated with the family, and the frequency of their use in the proverbs of the card index. The results are presented in Table 1 in descending order of frequency.

Table 1 / Таблица 1

**Key lexemes of French proverbs of the thematic group *family*
and the frequency of their use**
**Ключевые лексемы французских пословиц тематической группы «семья»
и частотность их употребления**

Key lexeme	Examples	Number of uses	Percentage of uses per total number of proverbs
<i>Femme</i> / wife, woman	1. <i>Des femmes et des chevaux il n'y en a point sans défaut</i> / There are no flaws in women and horses 2. <i>L'homme est pour le purgatoire, la femme pour l'enfer</i> (Martinique) / Purgatory is for men, hell is for women 3. <i>Qui femme a, noise a</i> / Got a wife, forget the silence	15	13,2
<i>Maison</i> / house	4. <i>Maison faite et femme à faire</i> / Take a ready house, and a pliable wife	7	6,1
<i>Enfant(s)</i> / child, children	5. <i>Enfant haï est toujours triste</i> / A hated child is always sad 6. <i>Celui qui n'a qu'un enfant n'en a aucun</i> / У кого только один ребенок, детей нет Who has only one child has no children at all	7	6,1
<i>Fille</i> / girl, daughter	7. <i>Jolie fille porte sa dot au front</i> / A beautiful girl wears a dowry on her forehead 8. <i>La plus belle fille du monde ne peut donner que ce qu'elle a</i> / The most beautiful girl in the world can't give more than she has	6	5,3
<i>Homme</i> / man, human	9. <i>Il faut aux filles des hommes et des murailles</i> / 10. Girls need either a husband or monastery walls 11. <i>Beauté de femme n'enrichit l'homme</i> / Feminine beauty doesn't make a man richer	6	5,3
<i>Père</i> / father	12. <i>Un père peut nourrir cent enfants mais cent enfants ne nourriraient pas un père</i> / One father can feed one hundred children, but one hundred children cannot feed one father	4	3,5
<i>Mère, maman</i> / mother	13. <i>Folle mère pour enfant</i> / Mother is crazy about her child 14. <i>Une maman n'est un bon bol à couvercle</i> (Martinique) / Mother is a lovely bowl with a lid (Martinique)	3	2,6
<i>Fils</i> / son	15. <i>Tel père, tel fils</i> / The son is alike his father 16. <i>A père avare, fils prodigue</i> / A stingy father has a waster son	2	1,8
<i>Famille</i> / family	17. <i>Il faut laver son linge sale en famille</i> Don't wash dirty linen in public	2	1,8
<i>Frère</i> / brother	18. <i>Tantôt frère, tantôt larron</i> / Now brother, then a thief	1	0,9
<i>Gendre</i> / son-in-law	19. <i>Amitié de gendre, soleil d'hiver</i> A son-in-law's friendship of is like the winter sun	1	0,9
<i>Belle-mère</i> / mother-in-law	20. <i>Quand vous êtes bien habillé, vous ne rencontrez pas votre belle-mère</i> (Guadeloupe) / When you are well dressed, you do not meet your mother-in-law (Guadeloupe)	1	0,9
<i>Voisin</i> / neighbour	21. <i>Qui a bon voisin, a bon matin</i> / Whoever has a good neighbour has a good morning	1	0,9

The analysis showed the highest frequency of the lexeme *femme* /woman, wife, and in 9 cases out of 15 it is used precisely in the meaning *woman*. We find a lexeme *fille* /daughter, girl in 6 proverbs. A detailed commentary on the semantics of proverbs about a woman and a wife was given by us earlier [14. P. 52; 16]. The revealed features are explained by the fact that each language carries traces of patriarchy, which implies gender asymmetry in the assessment of women in paremiology: traditionally, a woman is assessed by a man [17. P. 89] as an anonymous author of proverbs, and the assessment is mainly critical, cynical, bordering on misogyny, which is repeatedly emphasized in the comments by the authors of the French dictionary of proverbs and sayings [13].

Our material revealed the following semantic condensations of proverbs about a woman and a wife: tips on **how to choose the right wife**:

21. *D'une bonne vigne prenez le plant; d'une bonne mère prenez la fille* / Take a vine from a good vineyard, and a daughter from a good mother — in this proverb there is a widespread and often positive metaphorical image of a vineyard, symbolizing a given by nature value that needs to be protected [13. P. 33], especially in a country where winemaking has been a traditional activity since ancient times;

22. *Ne prends jamais femme chez un cafetier, ni une vache chez un meunier* / Do not take a wife from the owner of a café, and a cow from a miller — both will cost a lot;

The need for the **wife's obedience to her husband** as a factor of a happy family life is expressed metaphorically with the help of zoonyms:

23. *Le ménage va mal quand la poule chante plus haut que le coq* / Things are bad in a family where a hen sings louder than a rooster — the image of a hen is used in proverbs to denote the subordinate role of women in the family [13. P. 52] in relation to a man, represented in the form of a rooster;

A **critical and cynical attitude towards a woman** can be expressed directly (using linguistic units of negative evaluative semantics), simultaneously with a metaphorical parallel or only metaphorically. Various ways of representation are shown in examples 1—3, 21—23, as well as:

24. *Femme et vin ont leur venin* / The woman and the wine have their own poison — this proverb, like example 21, this one once again confirms that the theme 'wine' occupies a special place in French paroemias, and the metaphorical image of wine, along with vineyard, is used to characterize various life situations [18. P. 979];

25. *Femme sotte se connaît à la toque* / A stupid woman is recognized by her hat;

26. *Fumée, pluie et femme sans raison chassent l'homme de sa maison* / Marriage makes or mars a man.

An equally cynical, but a softer attitude is observed towards **daughters and girls** (examples 7, 8). However, the idea of a **necessary control** which can be given either by a man or life in a monastery is emphasized (example 9).

A man (lexeme *homme* / man, a person is found in 6 proverbs) acts, as noted above, in the role of a controller, a judge, he is unhappy that he can marry

unsuccessfully (see example 40 below), blaming for an unhappy marriage an unreasonable woman and natural phenomena (example 26).

The lexeme *maison* / house (7 units) has a high degree of frequency. These units are united by the semantics ‘shelter, asylum’, which allows the following semantic condensation to be derived: **The house must be taken care of and full of warmth:**

27. *Gardez votre maison, elle vous gardera* / Take care of your home and it will take care of you;

28. *Maison sans flamme, corps sans âme* / A house without fire, a body without a soul and **prosperity**:

29. *Farine fraîche et pain chaud font la ruine de la maison* (Suisse) Fresh flour and hot bread are ruinous because they are eaten very quickly (Swiss) — reflects the value of **frugality**.

Besides, in the meaning ‘maison / house’ we sometimes find neutral *logis* / dwelling: and *nid* / nest — a metaphorical symbol of a house:

30. *Suivant l’oiseau, le nid; suivant l’homme, le logis* / The bird leads to the nest, the person to the house.

The presence of lexemes denoting some parts of the house or furniture is illustrative: for example, *porte* / door (3 uses) functions as a symbol of entering and exiting a house, its boundaries:

31. *Que chacun balaie devant sa porte et les rues seront nettes* / Let everyone sweep in front of his door, and the streets will be clean;

32. *Il faut qu’une porte soit ouverte ou fermée* / It is necessary that the door was either open or closed;

33. *Le dernier venu ferme la porte* / The last person to enter closes the door.

We should note the importance of the boundaries of the home and personal boundaries of representatives of the French linguistic culture, which is traditionally related to the culture of the individualist type, and which has received an obvious reflection in the proverbial fund as a mirror of the experience of the studied ethnos. Moreover, as one of the leading trends in modern French society, researchers note individualization, a high degree of autonomy, including in the family [2; 19].

There is a single use of the following lexemes:

– *cuisine* / kitchen — as a central place in the house where the family gathers:

34. *Petite cuisine, grosse famille* (Québec) / The kitchen is small — the family is big (Quebec);

– *grenier* / attic:

35. *Quand la maison est trop haute, il n’a rien au grenier* / When the house is tall, the attic is empty — this metaphor characterizes tall people whose heads are empty.

– *chaise* / chair as a necessary piece of furniture, a symbol of the stable presence of someone or something in the house:

36. *Quand le malheur entre dans une maison, faut lui donner une chaise* (Québec) / When misfortune comes to the house, give it a chair — it will settle here for a long time (Quebec).

We also note the presence in our material of the following lexemes associated with the family (few cases of use):

– *fiançailles* / engagement:

37. *Fiançailles vont en selle et repentailles en croupe* / Engagement in the saddle, follows the remorse — this proverb reflects the need to weigh your decisions on the example of such serious steps as engagement;

– *épouser, se marier* / get married:

38. *Qui épouse la femme épouse les dettes* / Whoever marries a woman marries her debts;

– *marié* / married:

39. *Il y a plus de mariés que de contents* / More married than happy;

40. *Un homme mal marié, il vaudrait mieux qu'il fût noyé* / It is better to drown than marry unsuccessfully — in the previous three proverbs, we observe the theme of an **unhappy marriage** and a negative assessment of a woman: this refers to the unhappiness of married men, not married women, thus emphasizing the responsibility of the woman for family happiness and minimizing the responsibility of the man, who is obviously considered the master of the house:

41. *Charbonnier est maître chez soi* / The coal miner is the boss in his house — this proverb means that everyone is the boss in his house, and not a single proverb from our material directly mentions the mistress of the house.

Not only family members play a role, but also neighbours: example 20 expresses **the importance of good neighbourly relations**.

Only the closest relatives are mentioned: father, mother, son, daughter, brother, son-in-law, mother-in-law. The last three degrees of relationship are mentioned only once (examples 17—19). Analysis of this layer made it possible to identify the following semantic condensations, in addition to the already mentioned possible unhappiness in marriage: **the ingratitude of children** (example 11), **the power of maternal love**, sometimes bordering on insanity (example 12), **the mother's desire to hide the shortcomings of her child** (example 13), **the similarity of the parents and children**, on the one hand, and their **difference**, on the other (examples 14, 15). Despite the peculiarities of the specified semantics, the material proves the importance of having a child in the family and better than more than one (example 6): in 15 proverbs there are lexemes *enfant* / child, *fille* / daughter, *fil* / son, **parenting** is also very important: 7 proverbs about fathers and mothers.

It is interesting to note that, according to a sociological survey, the place of children in a modern French family is still one of the most important, ranking second after fidelity in relationships, although this indicator has decreased compared to 2008 data. Most of the population considers having a child more of a factor in a successful family than a duty to society, although opinion may depend on a number of social factors: age, family experience, religious beliefs, etc. In any case, the question of whether to have children or not and when is more and more related to personal choice [2. P. 169, 171].

Family ties are reflected through the connections of the above concepts by mentioning several key lexemes within one unit, and often none of them prevails,

but all can be considered as equivalent: see examples 2, 4, 10—12, 14, 15, 17, 21, 23, 26, 30, 34—36, 38. The analysis made it possible to identify contiguous values and value dyads: happiness — unhappiness (examples 5, 23, 26, 36, 37, 39, 40) love — hatred (5, 12, 13), wealth — poverty (22, 29, 38); intellect — stupidity, notably, only feminine (25, 26); food, gastronomy (24, 29); beauty (7, 8); faith, religion (2); friendship — enmity (18), life — death (40).

We consider the second rubric *Les objets usuels* / household items due to the obvious connection between everyday life and family life. The presence of a large number of proverbs with key lexemes-designations of household utensils in it serves as the names of subheadings and testify to the importance in the minds of French speakers of the practical, everyday side of family life. These units once again confirm the idea that the verbalization of folk-cultural historical traditions “is based on images that use the realities of traditional life and fixes the national character of paroemias” [20. P. 318]. These designations underlie the metaphorical image used to describe a variety of life situations: *assiette* plate, *écuelle* / bowl, *chaudron* / boiler, *plat* / dish, *marmite* / pot, saucepan, *poêle* / frying pan, *bouteille* / bottle, *tonneau* / barrel, *pot* / pot, *couvercle* / lid, *verre* / glass, *coupe* / cup, *flûte* / wineglass, *ciseaux* / scissors, *couteau* / knife, *torchon* / rag, *serviette* / towel, *mortier* / pounder, *sac* / bag, *boîte* / box, *chandelle* / candle, *lampe* / lamp, *clé* / key, *clou* / nail, *miroir* / mirror.

Some of these lexemes serve as metaphorical designations for relatives, allowing us to also identify a number of semantic condensations:

42. *Il n'y a si méchant pot qui ne trouve son couvercle* / There is no pot that is so bad for which there is no lid. In this proverb, as in the next one, we are talking about a **woman who is looking for a husband**;

43. *Chaque chaudron trouve son couvercle* (Québec) / Each pot finds its own lid (Quebec);

44. *Petit chaudron, grandes oreilles* / The bowler hat is small, but the ears are large — this case implies the image of a **child**, who **attentively listens to everything that is said in the house**.

With regard to the material studied, it should be noted that there are not only proper French units, which make up the absolute majority, but also proverbs of French-speaking countries. Their detailed analysis is presented in our previous works [16; 21; 22]. Of the 114 units of our card index, the analysis of which is presented in this article, 11 of them were identified (see examples 2, 13, 19, 29, 34, 36, 43): 4 proverbs of Martinique, 3 — Guadeloupe, 3 — Quebec and one Swiss.

Analysis of Russian proverbs

While studying the material of Russian proverbs, we also combined the data of two dictionaries [23; 24]. The dictionary by V.M. Mokienko and T.G. Nikitina [24] heading *Брак и семья* / Marriage and family (1236 items) includes subheadings *Женатый — холостой* / Married — single (26 units), *Жених — невеста* / The groom and the bride (78), *Свадьба* / Wedding (20), *Семейная жизнь* / Family life (83), *Муж — жена* / Husband and wife (346), *Родители* —

дети / Parents and children (432), *Брат — сестра* / Brother and sister (33), *Другие родственники* / Other relatives (190), *Вдовство — одиночество* / Widowhood and loneliness (28). The indicated names, as in the French material, demonstrate the key lexemes representing the theme of the family, which also received partial reflection in the heading *Мужчина и женщина* / Man and woman (347 proverbs), including a number of subheadings: *Молодость и старость*: Youth and old age, *Юноша — девушка* / Young man — young girl (92 units), *Старик — старуха* / Old man — old woman (55); *Ум, смекалка* / Mind, savvy (27); *Характер, поведение, привычки* / Character, behaviour, habits (117); *Труд* / Work (32); *Социальный статус, положение в семье* / Social status, position in the family (24).

The presence of the proverbs of these headings, in addition, was verified according to the dictionary by V.I. Zimin [23], which offers numerous subheadings within the heading *Свои люди (жених и невеста, сватовство, свадьба, цепи Гименея, о супружеской верности и ревности, семья, родня)* / *Our people (bride and groom, matchmaking, wedding, chains of Hymen, about marital fidelity and jealousy, family, relatives)*, numbering 465 units, and a separate heading *Дети / Children* — 279 (total — 744 units). The search was based on the proverbs from the dictionary by V.M. Mokienko and T.G. Nikitina, since in the dictionary by V.I. Zimin we collected not only proverbial, but also broader phraseological material. In total, 237 common units were found (source material — proverbs of the heading *Брак и семья / Marriage and family* of the dictionary by V.M. Mokienko, T.G. Nikitina) 33 common units (source material — proverbs of the heading *Мужчина и женщина / Man and woman* of the same dictionary).

The results of the analysis of the frequency of key lexemes use in our material and the percentage of their use for the total number of proverbs are shown in Table 2.

Table 2 / Таблица 2

**Key lexemes of Russian proverbs of the thematic group *family*
and the frequency of their use**
**Ключевые лексемы русских пословиц тематической группы «семья»
и частотность их употребления**

Key lexeme	Examples	Number of uses	Percentage of uses
Жена / wife	45. <i>Добрая жена, да жирные щи — другого добра не ищи</i> / A kind wife, means fat cabbage soup — don't look for any other good 46. <i>В чужую жену черт ложку меда кладет</i> / The devil puts a spoonful of honey into someone else's wife 47. <i>Добрая жена дом сбережет, а плохая — рукавом разнесет</i> / A good wife will save the house, and a bad wife will smash it with her sleeve 48. <i>Худо тому, у кого жена хозяйкой в дому</i> / It's bad for someone who has a wife as a mistress in the house 49. <i>Убоится жена мужа, да не дюже</i> / The husband's wife will be afraid, but not hefty	53	20

Continuation of the table 2 / Продолжение табл. 2

Key lexeme	Examples	Number of uses	Percentage of uses
Ребенок, дитя, дети / child, children	50. <i>Маленькие детки — маленькие бедки, а большие выросли — большие бедки</i> / Little kids are little troubles, and big kids are big troubles 51. <i>Дети — цветы жизни</i> / Children are flowers of life 52. <i>Каков батюшка, таковы и детки</i> / What is the father, so are the children	44	16,3
Муж / husband	53. <i>Умного мужа и дура умней выглядит</i> / A smart husband and a foolish wife looks smarter 54. <i>За хорошим мужем и свинка господинка</i> / A good husband and a piggy is a queen 55. <i>Муж не уж, а кровь сосет</i> / Husband isn't a grass snake but stings	32	11,9
Мать, matka, материнский / mother, maternal	56. <i>При матери добро, при солнышке тепло</i> / It's good with mother, warm with the sun 57. <i>У кого есть matka, так и головушка гладка</i> / Whoever has a mother, so the head is cherished 58. <i>Материнская молитва со дна моря достанет</i> / A mother's prayer will reach from the bottom of the sea	30	11,1
Сын / son	59. <i>Не хвались отцом, а хвались сыном-молодцом</i> / Do not boast of a father, but boast of a good son 60. <i>Один сын — не сын, а два — не кормильцы</i> / One son is not a son, and two are not breadwinners 61. <i>Сын за отца не отвечает</i> / The son is not responsible for the father	24	8,9
Отец, батька / father, daddy	62. <i>Отец гряды копал, а сын в воеводы попал</i> / The father dug the ridge, and the son became the governor 63. <i>Отец рыбак, а дети в воду смотрят</i> / The father is a fisherman, and the children look into the water 64. <i>Отец сыну своего ума не даст</i> / Father will not give his son his mind	22	8,2
Любовь / love	65. <i>Любовь холостого как вешний лед</i> / A single's love is like vernal ice 66. <i>Где совет, тут и свет, где любовь, там и Бог</i> / Where there is advice, there is light, where there is love, there is God	18	6,7
(По)любить / love, fall in love	67. <i>Чужого мужа полюбить — себя погубить</i> / To love someone else's husband is to ruin yourself 68. <i>Чужую жену полюбить — свою погубить</i> / To love someone else's wife — to destroy yours 69 (a). <i>Муж жену здоровую любит, а брат сестру богатую</i> / A husband loves a healthy wife, and a brother loves a rich sister	13	4,8
Дочь / daughter	69 (b). <i>Дочь — чужое сокровище</i> / Daughter is someone else's treasure 70. <i>Дочь отцу с матерью не корысть: пои-корми, да и в люди отдай</i> / Father and mother do not have a daughter for self-interest: feed, breed, and give her to people 71. <i>Дочь — матери помощница</i> / A daughter is mother's helper	12	4,4

Continuation of the table 2 / Продолжение табл. 2

Key lexeme	Examples	Number of uses	Percentage of uses
(По)женить(ся) / marry, get married	72. Если любишь, то женись, а не любишь — отвязись / If you love, then marry, if you don't — let go 73. Жениться — не напасть, да как бы женатому не пропасть / To marry is not a big deal, but how not to get lost	11	4,1
Брат, братство / brother, brotherhood	74. Брат братом, сват сватом, а денежки не родня / Brother is brother, in-laws are in-laws, but money is separately 75. Брат за брата не ответчик / One brother is not responsible for another 76. Доброе братство лучше богатства / Good brotherhood is better than wealth	10	3,7
Зять / son-in-law	77. Зять любит взять, да не любит отдать / The son-in-law likes to take, but he does not like to give 78. Зять на двор — пирог на стол / Son-in-law comes — lay the table	10	3,7
Свекровь / mother-in-law	79. У лихой свекрови и на затылке глаза / The dashing mother-in-law has eyes on the back of the head 80. Сноха веселится, свекровь злится / The daughter-in-law is having fun, the mother-in-law is angry	10	3,7
Теща / mother-in-law	81. Теща в дом — дом кверху дном / Mother-in-law in the house — house upside down 82. У тещи для зятя и ступа доится / At the mother-in-law's even pounder is milked for the son-in-law	9	3,3
Милый, любимый / sweetheart, beloved	83. С немилым жить — только маяться / To live with not beloved — only toil 84. Чужой муж мил, да не жить мне с ним, а свой постыл — волочиться с ним / Someone else's husband is sweet, but I can't live with him, but my own is hateful — to drag with him	8	3
Сноха, невестка / daughter-in-law	85. Блудливая свекровь и честной снохе не верит / The lascivious mother-in-law does not believe the honest daughter-in-law 86. Рано невестка встала, да мало напняла / The daughter-in-law got up early, but she strained very little	8	3
Дом / house	87. Сын глядит в дом, а дочь глядит вон / The son looks into the house, and the daughter looks out	8	3
Постылый, нелюбимый, немилый / hateful, unloved, unwelcoming	88. Любовь остыла, и жена постыла / Love has grown cold and the wife has grown cold 89. Нелюбимое дитя больше ест / Unloved child eats more 90. Немилый поперек кровати ложится / The unwelcoming one lies across the bed	7	2,6
Невеста / fiancé	91. Хороша невеста Аннушка, хвалит мать и бабушка / Mother and grandmother praise a good fiancé (Annushka)	6	2,2
Женатый / married	92. Постой, холостой, дай сказать женатому / Wait, a single, let the married man tell	5	1,9

Continuation of the table 2 / Продолжение табл. 2

Key lexeme	Examples	Number of uses	Percentage of uses
Родить / Give birth	93. Не та мать, что родила, а та, что выходила / Not the mother who gave birth, but the one who brought up 94. Не тот отец-мать, что родил, а тот, кто воспитал и добру научил / Not the father-mother who gave birth, but the one who brought up and taught good	5	1,9
Выбирать, брать / choose, take	95. Жену выбирай не глазами, а ушами / Choose your wife not with your eyes, but with your ears 96. Первую дочь бери по отцу, по матери, а вторую — по сестре / Take the first daughter by her father, by her mother, and the second by her sister	5	1,9
Семья / family	97. В родной семье и каша гуще / In the family even porridge is thicker 98. Вся семья вместе, так и душа на месте / The whole family is together, and the soul is in peace 99. Семья без детей — что часы без гирьки / A family without children is like a clock without a weight	4	1,5
Золовка, золовушка / sister-in-law	100. Золовка — змеинная головка / Sister-in-law is like a snake head 101. Лучше деверя четыре, чем золовушка одна / Better four brothers-in-law than one sister-in-law	4	1,5
Сват, сватья / matchmaker	102. Зять да сват — у тещи первые гости / Son-in-law and matchmaker are mother's-in-law first guests 103. Знают сватью и в старом платье / They recognize a matchmaker even in an old dress	4	1,5
Сирота, сиротство / orphan, orphanhood	104. Без отца дитя — полсироты, без матери дитя — полная сирота / Without a father, a child is half an orphan, without a mother, a child is a complete orphan 105. В сиротстве жить — только слезы лить / To live in orphanhood is only to shed tears	4	1,5
Браниться / scold	106. Молодые бранятся — тешатся, старики бранятся — бесятся / Young scold — they amuse, old people scold — they rage 107. Муж с женой бранятся, да под одно одеяло ложатся / Husband and wife scold, but they lie under blanket together	4	1,5
Дед, дедушка / grandfather, grandpa	108. Дедушка и не ведает, где внучек обедает / Grandfather doesn't know where his grandson dines	4	1,5
Лад / concord	109. Где мир да лад, там и благодать Божья / Where there is peace and harmony, there is the grace of God	3	1,1
Родители / parents	110. Родители берегут дочь до венца, а муж жену — до конца / Parents protect their daughter until the marriage, and the husband protects his wife until the end	3	1,1
Совет / affection, concord	111. Где любовь да совет, там и рай, там и свет; а ссоры да споры, там только лишь вздоры / Where there is love and concord, there is paradise, there is light; where there are disputes, there are only quarrels	3	1,1

The end of the table 2 / Окончание табл. 2

Key lexeme	Examples	Number of uses	Percentage of uses
Родня / relatives	112. Едет женина родня — открывай ворота, едет мужнина родня — запирай двери / Wife's relatives are going — open the gates, husband's relatives are going — lock the doors	3	1,1
Холостой / single	113. Холостого сватом не посылают / Single matchmakers are never sent for	3	1,1
Сестра / sister	114. Брат сестру любит богатую, а тещу тороватую / Brother loves his sister rich, and mother-in-law — tough	3	1,1
(Вс)кормить / feed	115. Родителей кормить — что старые долги платить / Parents to feed — old debts to pay	3	1,1
Внук(и) / grandchildren	116. Что было — видели деды, что будет — увидят внуки / Grandfathers see the past, grandchildren see the future	2	0,7
Вдова, вдовушка / widow	117. На вдове жениться, как старые штаны надевать: не вошь, так гнида укусит / To marry a widow, as to put on old pants: not a louse, so the nit will bite 118. У вдовушки обычай не девичий / The widow's custom is not girlish	2	0,7
Замужество / marriage	119. Хвали дочь в замужестве / Praise your daughter in marriage 120. Девушка красна до замужества / Girl is beautiful before marriage	2	0,7
Женитьба marriage	121. До женитьбы все заживет / Everything will heal before marriage 122. Молодому женитьба — рано, а старому — поздно / It's early for a young man to get married, but for an old man it's too late	2	0,7
Воспитать / bring up	123. Не тот отец-мать, что родил, а тот, кто воспитал и добру научил / Not the father or mother who gave birth, but the ones who brought up and taught good 124. Одними ласками не воспитаешь / One cannot brought up with caresses only	2	0,7

In the material of Russian proverbs, the lexeme *wife* is also in first place in terms of the number of uses, and, in contrast to French proverbs, which differ mainly in a negative assessment, this unit is used with various evaluative adjectives. A wife can be either *плохая* / bad, *злая* / evil, *худая* / thin, or *хорошая* / good, *добрая* / kind, *красивая* / beautiful (examples 45, 47):

125. *Злых всех злее злая жена* / The wicked of all wicked, is the wicked wife;

126. *Добрая жена — веселье, а худая — злое зелье* / A good wife is fun, and a thin one is an evil potion.

As you can see from the examples, the opposition **плохая / хорошая жена / bad / good wife** can be found within the same unit and expresses a pronounced semantic condensation in Russian proverbs.

Women's shortcomings, advantages and, in general, **character traits** are most clearly reflected in the heading *Man and Woman*, where female representatives are

illustrated by the lexemes *баба* / old woman, wife (6 uses — 2.2%), *бабий* / women's — vulg. (11 — 4.1%), *девушка* / young girl (6 — 2.2%), *девка* / lass (2 — 0.7%), female (2 — 0.7%):

127. *У бабы волос долог, да ум короток* / A woman's hair is long, but her mind is short;

128. *Бабий язык — чёртово помело* / The woman's tongue is a devilish mob;

129. *Приехала баба из города, привезла вестей с три короба* / A woman came from the city, talked our ears off;

130. *Бабья дорога — от печи до порога* / Woman's road — from the stove to the threshold;

131. *Девка красива, да прясть ленива* / The girl is beautiful but lazy;

132. *Женский ум лучше всяких (многих) дум* / The female mind is better than any (many) thoughts.

Apart from the latter, negative assessment prevails in these proverbs, which also reflects a **critical attitude towards a woman** and her **dependence on a man** and **the need to obey him** (example 48 — cf. French example 23; 130). This semantic condensation is neutralized by the content of other units expressing a certain **balance of the roles and responsibilities of husband and wife**, and even **equality** (example 49), as well as:

133. *Жена мужу не прислуга, а подруга* / The wife is not a servant to her husband, but a friend;

134. *Муж — голова, жена — шея: куда захочет, туда и повернет* / The husband is the head, the wife is the neck: wherever he wants, he will turn there;

135. *Муж — за чарку, а жена — за палку* / The husband goes for a glass, and the wife — for a stick;

136. *Муж — в поле пахать, а жена — руками махать* / The husband is to plow in the field, and the wife is to wave her hands;

137. *Муж да жена — одна сатана* / Husband and wife are one Satan.

The advantage of a married person over a single person is expressed (examples 65, 92), which is not reflected in the French material.

We shall note that, unlike French proverbs, Russian proverbs have enough examples of the use of the lexeme *муж* / **husband** (32 uses — 11.9%), who **can also be** not only **хорошим (добрым, умным) / good (kind, smart)**, but also **плохим / bad** (examples 53, 54, 55). In addition, it is emphasized that **a wife needs a husband, and a husband needs a wife**:

138. *Муж без жены — что гусь без воды* / A husband without a wife is like a goose without water;

139. *Без жены как без шапки* / Being without a wife is as being without a hat;

140. *Жена без мужа — всего хуже* / A woman without a husband is the worst.

Russian proverbial material, like French, contains tips on **how to choose a wife** (examples 95, 96, 117).

Besides, a feature of Russian material is the presence of a number of proverbs **about other people's wives and husbands** and relationships with them (examples 67, 68, 84).

The lexeme *мужчина* / man was not found in our material, and the unit *мужик/мужичок* / man — vulg. has only three uses in the proverbs of the heading *Мужчина и женщина* / Man and woman:

141. *Мужика не шуба греет, а топор* / The man is not warmed by a fur coat, but an ax.

As in French material, the role of children and parents is very important. In the proverbs of this theme, in general, similar semantic condensations were found: **the power of maternal love** (56—58), **the importance of parenting** (examples 56—58, 62—64, 93, 94, 104, 105, 123), **the presence of children** in the family (51, 59, 60, 99), **the similarity of parents and children** and their **difference** (52, 62—64). Thus, our material largely confirms the idea that “paremic condensations do not have a national connection — they are international. So, the generalized idea “A child is like a parent” is presented by the PU of various languages” [9. P. 60]. However, the theme of the ingratitude of children was not directly reflected in the material (with the exception of example 115, in which the duty to feed the parents is regarded as an onerous duty), which is possibly related to the importance of the tradition **of honouring** parents:

142. *Живы родители — почитай, померли — поминай* / Alive parents — honor them, died — remember;

143. *Дети родителям не судьи* / Children are not judges to parents.

A separate role is assigned to **the upbringing of children**, including in **severity** — examples 123, 124, as well as:

144. *Матерни побои не больны* / Mothers’ beatings are not painful;

145. *Детей наказывай стыдом, а не кнутом* / Punish children with shame, not a whip;

146. *Нелюбимого сына — лозою, любимого — жезлом* / The unloved son — with the vine, the beloved — with the rod.

There are 2 times more proverbs about sons (24 units — 8.9%) than about daughters (12 units — 4.4%). This ratio is explained by the very content of the proverbs, revealing that parents pin **great hopes** on sons (example 59) than on **daughters**, who are considered **someone else’s treasure** (example 69 (b)), but at the same time a **mother’s helper** (example 71). **Daughters**, however, must be **protected until marriage** (example 110) and **praised in marriage** (example 119), since the creation of a worthy family by her is a priority. In general, representatives of the Russian linguistic culture are characterized by the fact that **caring for children continues throughout their lives** and that there are even more worries about adult children than about little ones (example 50).

A distinctive feature of Russian proverbial material in comparison with French is the mention of a large number of relatives, diversity and **contradictions between close and distant relatives**: husband and wife, brother and sister, mother-in-law and son-in-law, daughter-in-law and mother-in-law, etc., many of which are presented ironically (examples 74—82, 85—86, 100—103, 106—108). Thus, key lexemes in Russian proverbs denote the entire structure of family relations: close and distant kinship. Let us clarify that “close relationship includes the concepts of

blood relationship (ancestors, mother, father, brother, sister, descendants) and relationship through marriage (relationship to a spouse); the distant one presupposes family relations in the next tribe (uncle, aunt, nephews) and subsequent relations with the spouse's generation (ancestors, mother-in-law, father-in-law)" [1. P. 78—79]. This fact once again confirms that the closeness of relations between people, characteristic of Russians — representatives of collectivist culture [for more details see: 25], allows us to perceive the family as a union, a single whole. Nevertheless, the contradictions between relatives are very aptly expressed in the following proverb:

147. *Хороша родня, когда она далеко живет* / Relatives are good when they live far away.

Let us note that the French material mainly reflects consanguinity and marriage. *The mother-in-law* is mentioned once in the proverb of Guadeloupe (example 20), which can be explained by a significantly greater degree of collectivism in the linguistic consciousness of the Francophones of this country and the recognition of a large family as a norm than in France. Most likely, the same fact explains that family ties in Russian material more often than in French are expressed by the presence of several units within one proverb (examples 49, 52, 59, 61, 69 (a and b), 70, 71, 74, 80, 82, 85, 87, 91, 96, 101, 102, 104, 107—109, 112, 114, 116, 133—138, 140, 143), that is, they differ in a greater degree of concentration of thematic key lexemes in the analyzed material.

As in French (examples 1, 22, 23, 29), there are zoomorphisms in Russian proverbs about the family — examples 54, 55, 100, as well as:

148. *Будь жена хоть коза, только б золотые рога* / Be a wife, even a goat, only golden horns;

149. *Кошка да баба в избе, мужик да собака на дворе* / A cat and a woman in the hut, a man and a dog in the yard.

Zoometaphors associated with the image of a snake (*уж* / grass snake, *змея* / snake) serve in Russian proverbs to convey the bad character of women and men, a cat symbolizes comfort in the house, and a dog — loyalty and protection. A vivid, ironic and very witty metaphorical image of the queen pig (example 54) is achieved by combining not very compatible portraits of one of the unsightly domestic animals raised mainly for slaughter and the queen. At the same time, an important role belongs to the diminutive-derogatory suffix *-к* and the use of *господинка* in the feminine gender. It is important to note the frequency of the use of this and other diminutive evaluative suffixes in Russian proverbs in general and proverbs about the family, in particular (examples 50, 52, 54, 100, 101, 108) in lexemes *Аннушка* / Annushka, *золовушка* / sister-in-law, *внучек* / grandson, *детки* / children, *бедки* / troubles, where they allow you to express irony and, at the same time, soften the negative assessment. Due to such derivational formants with a subjective-evaluative meaning, the expression of the proverbial sign increases [26. P. 100]. In the French proverbs of this theme, no such means of expressing evaluation have been identified.

In contrast to the French material, in Russian there were 18 cases (6.7%) of the use of the lexeme *любовь* / love (4.8%), (*не* / *по*)*любить* / (*not*) *love, fall in love*

(examples 65—69 (a), 72, 77, 111, 114). The theme of love is also expressed by the lexemes *милый* / sweetheart, *немилый*, *постылый*, *нелюбимый* / *unwelcoming*, *hateful*, *unloved* (examples 83—84, 88—90, 141). Thus, this topic is expressed in 46 units (17% of the total number of proverbs), which, of course, allows us to single out love as a value adjacent to the family.

Such an emotional and sensory orientation of Russian proverbs, according to our assumption, may be associated with the fact that the Russian language largely tends towards an impressionistic orientation. In this case, we mean one of the two opposite psychological tendencies identified by S. Bally and which are manifested both in the vocabulary and in the syntax of languages: “impressionistic, which is characterized by the reflection of phenomena from the point of view of their perception, and analytical, focused on the rationalistic representation of the relationship between cause and effect” [Cit. after: 27. P. 39]. According to this point of view, the emotional state of a person, the feelings and emotions he or she experiences, find a detailed representation in the Russian material.

Themes not found in the French material are ***orphanhood*** (examples 104—105) and ***widowhood*** (117—118). The semantic condensation of these proverbs is **the unenviable fate of widows and orphans**.

In Russian proverbs about family and family life, there are not so many household items as in French ones. Perhaps this pragmatic orientation of metaphorical images can be explained by the fact that the French language belongs to the above-mentioned analytical type. In any case, among other factors, the realities of everyday culture, “imprinted in memory and images of consciousness, serve as a source of metaphors, painting them in nationally specific colors” [28. P. 913]. In Russian material, we found such lexemes associated with the house as *изба* / hut, *двор* / yard (examples 78, 148), *печь* / stove (130), *порог* / threshold (130) as a symbol of the border of a house, *а постель* / bed and *одеяло* / blanket (examples 90, 107), which act as a symbol of close relations between spouses, *лавочка* / bench:

150. *Учи дитя, пока поперек лавочки лежит, а как вдоль лавочки ляжет, тогда поздно учить* / Teach the child while he lies across the bench, and as he lies along the bench, then it's too late to teach.

There are no mentions of cuisine in our card index of Russian proverbs, but there are lexemes denoting traditional Russian food: *щи* / cabbage soup (example 45), *мед* / honey (46) as a symbol of sweetness and pleasure, *пирог* / pie (78), *каша* / porridge (97), which is thicker, more nourishing.

The analysis of Russian proverbs about the family made it possible to reveal, in addition to love, which was mentioned above, the following contiguous values and value dyads, in most cases coinciding with the contiguous values reflected in the French material: *happiness* — *unhappiness* — this dyad is expressed mainly through the common meaning of proverbs using different lexemes (48, 51, 57, 66, 67, 68, 73, 83, 84, 88, 97, 98, 105, 109, 111); *good* — *evil* (45, 47, 50, 80, 94, 100, 123, 125, 126); *work* — *laziness* (62, 63, 86, 131, 136, 136, 141); *faith*, *religion* (46, 66, 109, 111, 128, 137); *intellect* — *stupidity* (examples 53, 64, 127, 132, 148);

wealth — poverty (74, 76, 114, 147); *peace — quarrels* (66, 106, 107, 109, 111); *health* (69 (a)); *food* (45, 46, 78, 97); *beauty* (120, 121); *friendship* (133). In Russian material, duality (mentioning both values and anti-values) is more pronounced and can be observed within one unit, including with the help of antithesis (examples 47, 50, 53, 72, 77, 80, 84, 106, 111, 112, 126, 142, 146).

Separately, we would like to emphasize the following fact. In French material, the percentage of the use of verb lexemes associated with family and various situations of family life (15.6%) is less than in Russian (24%), where they are even more diverse: *жениться* / marry, *свататься* / woo, *кумиться* / become godparents, *любить* / love, *браниться* / scold, *ложиться и валиться спать (под одно одеяло)* / going to bed and fall asleep (under one blanket), *выбирать* / choose, *брать (в жены)* / take (as a wife), *родить* / give birth, *воспитывать* bring up, *наказывать* / punish, *учить* / teach, *хвалить* / praise, *бить (как жену, так и детей)* / beat (both wife and children), *мести* / sweep, *поить* / give drink, *кормить* / feed. In both languages are used verbs *épouser* and *se marier* / get married, *prendre* / take (as a wife), *nourrir* / feed, *balayer* / sweep, only in French material there are *bercer* / lull, *déménager* / move the house, *laver* / wash, *garder* / take care of (home), *bouillir* / boil, *cuire* / cook, stew. Almost all these verbs, in contrast to the Russian ones, were rarely encountered in proverbs, so we did not include them in the table.

This feature may be associated with the predicativeness of the Russian language [see. See also: 26. P. 101] and the nominative nature of French [28]. In both languages, verbs are used in different tenses of the indicative mood, as well as the imperative for expressing persistent advice or warning. In the French material, for the same purposes is used the construction *il faut* / it is needed (examples 9, 16, 32).

Conclusion

The analysis of French and Russian proverbs of the thematic group *family*, carried out on the material of two French and two Russian dictionaries of proverbs, showed a significant number of coincidences of proverbial condensations. The differences mainly lie in the fact that the French material (114 proverbs common to the two dictionaries) showed a more individualistic and pragmatic-everyday orientation, and Russian (270 common units found in two dictionaries) was more collective-oriented, in this the case to a family, and an emotional and sensory set. Russian proverbs are also distinguished by a greater degree of concentration of thematic key lexemes, among which verbs are used more often than in French material.

The revealed contiguous values and anti-values also showed a significant degree of similarity in the perception of the universal value of *family*. In Russian material, duality is expressed to a greater extent, where value and anti-value often find expression even within the same proverb.

Thus, the specificity of semantic condensations and value perception of the family in proverbial material is represented with the use of units of different linguistic levels.

The peculiarities of their functioning are explained by the combination of typological features of the compared languages, which, in turn, are closely related to the uniqueness of the worldview and thinking of individual ethnic groups.

References

1. Shimko, E.A. (2019). *Explication of cultural values in lexico-phraseological systems of related languages* [dissertation]. Mytischki. (In Russ.).
2. Bréchon, Pierre, Frédéric Gonthier & Sandrine Astor (dir.). (2019). *La France des valeurs. Quarante ans d'évolutions*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
3. Sergeeva, A.V. *Russians: behavioral stereotypes, traditions, mentality*. URL: <https://culture.wikireading.ru/38226> (accessed: 25.06.2021). (In Russ.).
4. Krasina, E.A. (2020). Review on the Book: Kryukova O.P. Verbal-intellectual Activity in linguistic theory and teaching practice (Experimental study of cognitive structures of language acquisition in English and Russian): [Electronic resource]: monography. Text electronic data (3.3 Mb). Moscow: IIU MGOU, 2019. CD-ROM opt. disk. Systemic requirements: Intel Pentium or the analogues, 1 GGH; 512 Mb short term memory; CD-ROM drive; Microsoft Windows XP SL 2 or the next ones; Adobe Reader 7.0 (or the analogues to read pdf files) // *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(3), 596—603. doi: 10.22363/2313-2299-2020-11-3-596-603.
5. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2018). Value constants of the Rusin paremiology (compared with the the Ukrainian and Russian languages). *Rusin*, 4, 303—317. (In Russ.).
6. Karasik, V.I. (2015). Linguocultural Values in Discourse. *Foreign Languages in Tertiary Education*, 1, 25—35. (In Russ.).
7. Semenenko, N.N. (2011). *Russian paremiology: functions, semantics, pragmatics: Monograph*. Stary Oskol: ROSA Publishing House. (In Russ.).
8. Lomakina, O.V. (2021). Conceptualization of general human values in addresses (On the material of Russian, Uzbek and Tajik Languages). *Cognitive Studies of Language*, 3(46), 172—175. (In Russ.).
9. Seliverstova, E.I. (2014). National Identity of Proverbs in the Context of Multilingual Dictionaries. *Journal of Historical, Philological and Cultural Studies*, 3(45), 58—61. (In Russ.).
10. Bredis, M.A. (2019). *Man and Money: Essays on Russian and other Proverbs*. Saint-Petersbourg: Peterburgskoe Vostokovedenie. (In Russ.).
11. Lomakina, O.V. (2021). Concepts of god and faith in Uzbek and Tajik proverbs in terms of culture and language transfer theory. *European Journal of Science and Theology*, 17(2), 125—135.
12. URL: <https://translate.academic.ru/qui%20femme%20a%2C%20guerre%20a/fr/ru/#> (accessed: 25.06.2021).
13. *Montreynaud F., Pierron A., Suzzoni F.* (2010). *Dictionnaire de proverbes et dictons*. Paris: Le Robert.
14. Nelyubova, N.Yu. (2019). The family as a universal value in the French and Russian proverbial picture of the world. *Philological Sciences-Scientific Essays of Higher Education*, 6, 50—59. (In Russ.).
15. Les proverbes. URL: <http://www.linternaute.fr/proverbe/theme/> (accessed: 26.06.2021).
16. Nelyubova, N.Yu., Syomina P.S. & Ershov, V.I. (2018). Concepts «Woman», «Man», «Love» in French proverbs (based on the French language of France and Belgium). *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 9(4), 926—943. (In Russ.).
17. Lomakina, O.V. (2018). *Phraseology in the text: functioning and idiostyle* [monograph]. V.M. Mokienko (Ed.). Moscow: RUDN. (In Russ.).
18. Nelyubova, N.U., Syomina, P.S. & Kazlauskiene, V.I. (2020). Gourmandise in the hierarchy of values: A case study of French and Belgian proverbs and sayings. *Russian Journal of Linguistics*, 24(4), 969—990. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990 (In Russ.).

19. Bréchon, P. (2016). Quelles sont les valeurs des Français? *Sciences Humaines. Grands Dossiers*, 44.
20. Novospasskaya, N.V., Raadraniiriana, A.M. & Lazareva, O.V. (2019). Image of a Woman in Russian, French, Spanish and Malagasian Linguocultures on the Material of Paremia. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(2), 301—322. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-301-322. (In Russ.).
21. Nelyubova, N.Yu. (2019). Presentation of Values in the Proverbs of French-speaking Countries (based on proverbs of Martinique). *University bulletin (Russian-Tajik (slavonic) university)*, 1(65), 198—208. (In Russ.).
22. Nelubova, N.Yu. (2019). Representation of Ethno-cultural Values in the Proverbs of French-speaking Countries. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(2), 323—335. DOI: (In Russ.).
23. Zimin, V.I. (2020). *Dictionary-thesaurus of Russian proverbs, sayings and apt expressions*. Moscow, APS. (In Russ.).
24. Mokienko, V.M. & Nikitina, T.G. (2011). *Folk wisdom*. Moscow: Olma Media Groop. (In Russ.).
25. Nelyubova, N. Y., Hiltbrunner, V.I. & Ershov, V.I. (2019). The Reflection of the Hierarchy of Values in the Proverbial Fund of the Russian and French languages. *Russian Journal of Linguistics*, 23(1), 223—243. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243. (In Russ.).
26. Lomakina, O.V. (2021). The Studying of the Proverbs in the Value Paradigm: the Methodology of Research and the Criteria for Estimating Value. *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, 7(73)—1, 97—107. (In Russ.).
27. Kozlova, L.A. (2019). *Comparative typology of English and Russian languages*. Barnaul: Altai University publ. (In Russ.).
28. Kozlova, L.A. (2020). Metaphor as the refection of culture determined cognition. *Russian Journal of Linguistics*, 24(4), 899—925. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-899-925. (In Russ.).

Библиографический список

1. Шимко Е.А. Экспликация культурных ценностей в лексико-фразеологических системах родственных языков. дисс. Мытищи, 2019.
2. Bréchon Pierre, Frédéric Gonthier, Sandrine Astor. *La France des valeurs. Quarante ans d'évolutions*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 2019.
3. Сергеева А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. М.: Флинта Наука, 2004. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://culture.wikireading.ru/38226> (дата обращения: 26.06.2021).
4. Красина Е.А. Рецензия на монографию О.П. Крюковой «Речемыслительная деятельность в лингвистической теории образовательной практике (экспериментальное исследование когнитивной организации лингвистических знаний на материале английского и русского языков) [Электронный ресурс]: монография. — Электронные текстовые данные (3,3 Мб). Москва: ИИУ МГОУ, 2019. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 3. С. 597—604.
5. Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Ценностные константы Русинской паремиологии (на фоне украинского и русского языков) // Русин. 2018. № 4. С. 303—317.
6. Карасик В.И. Лингвокультурные ценности в дискурсе // Иностранные языки в высшей школе. 2015. № 1. С. 25—35.
7. Семененко Н.Н. Русские паремии: функции, семантика, прагматика: Монография. Старый Оскол: Изд-во РОСА, 2011.
8. Ломакина О.В. Концептуализация общечеловеческих ценностей в пословицах (на материале русского, узбекского и таджикского языков) // Когнитивные исследования языка. 2021. № 3 (46). С. 172—175.
9. Селиверстова Е.И. Национальная самобытность пословиц в свете данных многоязычных словарей // Проблемы истории, филологии, культуры. 2014. № 3 (45). С. 58—61.

10. *Бредис М.А.* Человек и деньги: Очерки о пословицах русских и не только. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2019.
11. *Lomakina O.V.* Concepts of god and faith in Uzbek and Tajik proverbs in terms of culture and language transfer theory // *European Journal of Science and Theology*. April 2021. Vol. 17. No 2. P. 125—135.
12. Режим доступа: <https://translate.academic.ru/qui%20femme%20a%2C%20guerre%20a/fr/ru/#> (дата обращения: 25.06.2021).
13. *Montreynaud F., Pierron A., Suzzoni F.* Dictionnaire de proverbes et dictons. P.: Le Robert, 2010.
14. *Нелюбова Н.Ю.* Семья как общечеловеческая ценность во французской и русской пословичной картине мира // *Филологические науки. Научные доклады высшей школы*. 2019. № 6. С. 50—59.
15. Les proverbs. Режим доступа: <http://www.linternaute.fr/proverbe/theme/> (дата обращения: 26.06.2021).
16. *Нелюбова Н.Ю., Сёмина П.С., Ершов В.И.* Концепты «Женщина», «Мужчина», «Любовь» во французских пословицах (на материале французского языка Франции и Бельгии) // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2018. Т. 9. № 4. С. 926—943.
17. *Ломакина О.В.* Фразеология в тексте: функционирование и идиостиль. М.: РУДН, 2018.
18. *Нелюбова Н.Ю., Сёмина П.С., Казлаускаене В.* Гурманство в иерархии ценностей французов и бельгийцев (на материале пословиц и поговорок) // *Russian Journal of Linguistics*. 2020. Т. 24. № 4. С. 969—990. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990.
19. *Bréchon, Pierre.* Quelles sont les valeurs des Français? // *Sciences Humaines. Grands Dossiers*. 2016. № 44.
20. *Новоспаская Н.В., Раадранириана А.М.М., Лазарева О.В.* Образ женщины в русской, французской, испанской и малагасийской лингвокультурах на материале паремий // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2019. Т. 10. № 2. С. 301—322.
21. *Нелюбова Н.Ю.* Представление ценностей в пословицах франкоязычных стран (на материале пословиц Мартиники) // *Вестник университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет)*. 2019. № 1 (65). С. 198—208.
22. *Нелюбова Н.Ю.* Отражение этнокультурных ценностей в пословицах франкоязычных стран // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2019. Т. 10. № 2. С. 323—335.
23. *Зимин В.И.* Словарь-тезаурус русских пословиц, поговорок и метких выражений. М.: АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2020.
24. *Мокиенко В.М., Никитина Т.Г.* Народная мудрость. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2011.
25. *Нелюбова Н.Ю., Хильтбруннер В.И., Ершов В.И.* Отражение иерархии ценностей в пословичном фонде русского и французского языков // *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. № 1. С. 223—243.
26. *Ломакина О.В.* Изучение пословиц в русле ценностной парадигмы: методология исследования и критерии выделения оценочности // *Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал*. 2021. Т. 7 (73). № 1. С. 97—107.
27. *Козлова Л.А.* Сравнительная типология английского и русского языков. Барнаул: АлтГПУ, 2019.
28. *Козлова Л.А.* Метафора как отражение этнокультурной детерминированности когниции // *Russian Journal of Linguistics*. 2020. Т. 24. № 4. С. 899—925. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-899-925.

Information about the authors:

Natalia Yu. Nelyubova, Ph.D., Associate Professor, Foreign Languages Department, RUDN University, Moscow, Russia. e-mail: nelyubova_ny@rudn.ru
Scopus ID: 57208208446; ResearcherID: A-6030-2017; ORCID: 0000-0002-6538-8267

Natalia M. Dugalich, Ph.D., Associate Professor, Foreign Languages Department, RUDN University, Moscow, Russia; *e-mail*: dugalich_nm@rudn.ru
Scopus ID: 57194526936; ResearcherID: K-8404-2017; ORCID: 0000-0003-1863-2754

Victor I. Ershov, MGIMO University, English language department, associate professor; *e-mail*: ershovik@mail.ru
Scopus ID: 57208210236; ORCID: 0000-0003-3765-6954

Сведения об авторах:

Нелобова Наталья Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»; *e-mail*: nelybova_ny@rudn.ru
Scopus ID: 57208208446; ResearcherID: A-6030-2017; ORCID: 0000-0002-6538-8267

Дугалич Наталья Михайловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»; *e-mail*: dugalich_nm@rudn.ru
Scopus ID: 57194526936; ResearcherID: K-8404-2017; ORCID: 0000-0003-1863-2754

Ершов Виктор Иванович, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка, Одинцовский филиал МГИМО; *e-mail*: ershovik@mail.ru
Scopus ID: 57208210236; ORCID: 0000-0003-3765-6954



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1075-1093

УДК [811.111+811.161.1]’373:398.91

Научная статья / Research article

Структурно-семантический анализ английских и русских пословиц о браке как источник выражения культурно-национальной идентичности

Т.Г. Орлова 

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ orlova-tg@rudn.ru

Аннотация. Статья посвящена сопоставительному структурно-семантическому анализу пословиц английского и русского языка со значением «брак, женитьба, замужество». Новизна и актуальность исследования обусловлена тем, что пословицы, затрагивающие актуальную проблематику брачных отношений, впервые были проанализированы с применением сопоставительного подхода в контексте структурно-семантического анализа. В результате анализа на материале пословиц указанных языков были выявлены и систематизированы основные значения пословиц, в которых раскрывается взгляд на значение и ценность брака, взгляд на предопределенность брака, роль мужа и жены, спорные аспекты брачных отношений, а также исследуется вопрос единства и прочности семьи. Важной частью исследования явилось изучение мужского и женского взгляда на проблему брачных отношений, жизни в семье и выбора спутника жизни. В английских пословицах чаще встречается критическое отношение к браку, упоминание преимуществ холостяцкой жизни. В русских пословицах брак рассматривается в целом позитивнее, однако почти половину пословиц, раскрывающих тяготы жизни в браке, составляют пословицы, раскрывающие женский взгляд на брак. Были проанализированы лексические компоненты, синтаксические структуры, художественные приемы и образные средства, свойственные пословицам обоих народов. Наличие уникальных и самобытных пословиц в каждом языке отражает особенности исторического и культурного опыта двух народов, однако в пословицах обоих языков есть много общих черт. Это объясняется как общностью человеческой природы и познания, так и заимствованиями из общих источников. И для английских, и для русских пословиц характерны приемы сопоставления, уподобления, противопоставления, аллегии, употребление олицетворяющих метафор, лексической антонимии, использование зоонимов, имен собственных и соматизмов. В русском языке выше эмоционально-экспрессивная составляющая за счет использования суффиксов-диминов, просторечия, в них шире представлены архаизмы и лексика, связанная с реалиями крестьянского быта. Большинство русских пословиц строится по законам фольклорного жанра и имеет композиционную завершенность за счет их ритмико-фонетического оформления. Большая часть английских пословиц содержит изречения, поучения, использует более абстрактную и нейтральную лексику, хотя и среди них встречаются яркие и самобытные пословицы. На основании выявленных взаимосвязей используемых образных средств и

© Орлова Т.Г., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

концептуальной составляющей пословиц автор делает вывод о связи языковых средств и различной мотивации пословиц с особенностями национально-культурного мышления обоих народов.

Ключевые слова: структурно-семантический анализ, сравнительный анализ, английские пословицы, русские пословицы, лексические компоненты, синтаксические структуры, образные средства, национально-культурная идентичность

История статьи:

Дата поступления: 29.03.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Орлова Т.Г. Структурно-семантический анализ английских и русских пословиц о браке как источник выражения культурно-национальной идентичности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1075—1093. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1075-1093

Structural and Semantic Analysis of English and Russian Proverbs about Marriage as a Source of Expression of Cultural and National Identity

Tatiana G. Orlova 

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russia, 117198
orlova-tg@rudn.ru

Abstract. The article is devoted to the comparative structural and semantic analysis of proverbs of the English and Russian languages with the meaning “marriage”. The novelty and relevance of the study consists in the fact that the proverbs that go to the heart of the current problems of marriage relations were first analyzed with the use of comparative approach in the context of structural and semantic analysis. In the course of the analysis, on the material of the proverbs of these languages, the main meanings of the proverbs were identified and systematized. The proverbs reveal the view on the value of marriage, the view on the predestination of marriage, the roles of husband and wife, controversial aspects of marital relations, as well as the question of the unity and strength of the family. An important part of the article is the study of male and female views on the problem of marriage, family life and the choice of a life partner. In English proverbs, a critical attitude towards marriage and the mention of the advantages of a bachelor life can be found more often. In Russian proverbs, marriage is generally viewed more positively but almost half of the proverbs that reveal the hardships of life in marriage are proverbs that convey a woman’s view of marriage. The article reveals lexical components, syntactic structures, artistic techniques and figurative means pertain to the proverbs of both linguistic and cultural ethnic groups. The presence of unique and distinctive proverbs in each language reflects the peculiarities of the historical and cultural experience of the two peoples, but the proverbs of both languages also have many common features. This is explained both by the community of human nature and knowledge, and by borrowing from common sources. Both Russian and English proverbs are characterized by using methods of comparison, contraposition, allegory, the use of personifying metaphors, lexical antonymy, the use of zoonyms, proper nouns and somatisms. In Russian, the emotional and expressive component is higher due to the use of diminutive suffixes, vernacular and vulgar words,

they represent more widely archaisms and vocabulary associated with the realities of peasant life. Most Russian proverbs are composed according to the laws of the folklore genre and have a compositional completeness due to their rhythmic and phonetic design. Most of the English proverbs contain sayings, teachings, and use more abstract and neutral vocabulary, although there are also bright and original proverbs among them. The author reveals interaction of the figurative means and the conceptual component of proverbs and concludes that the linguistic means and figurative motivation of proverbs are related to the peculiarities of the national-cultural thinking of the both peoples.

Key words: structural and semantic analysis, comparative analysis; English proverbs; Russian proverbs; lexical components; syntactic structures; figurative means; national and cultural identity

Article history:

Received: 29.03.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Orlova, T.G. (2021). Structural and Semantic Analysis of English and Russian Proverbs about Marriage as a Source of Expression of Cultural and National Identity. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1075—1093. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1075-1093

Введение

В современную эпоху, сочетающую в себе тенденции глобализации и взаимодействия культур, актуальность выбора в качестве объекта исследования пословичного материала обусловлена всё возрастающим научным интересом к языковым явлениям, отражающим культурную специфику народов. «Многие пословицы характеризуют базовые ценности национальной культуры, совмещая их в пределах лаконичного текста, и поясняют сущность одного явления за счёт сопоставления с другим» [1. С. 312]. Культурная значимость пословиц, таким образом, побуждает интерес к межкультурному сопоставлению [2. С. 7], что предоставляет исследователям богатейший материал, с одной стороны, отражающий культурно-специфическое наследие исследуемых народов, с другой стороны, позволяющий отследить лингвистические закономерности, более полно раскрывающие затрагиваемые ими социальные феномены.

Тема семьи как никогда актуальна в наше время: проблемы патриархальной и нуклеарной семьи притягивают внимание представителей различных наук, выделяющих и изучающих отдельные стороны её функционирования и развития [3. С. 159], и проблема супружеских отношений среди них, безусловно, одна из ключевых. В. Kochman-Haľadyj справедливо отмечает, что «категория фольклора может рассматриваться как важный индикатор... человеческих стереотипов, взаимоотношения полов и общего восприятия гендерной проблематики» [4. С. 319]. Пословицы же, сохраняя своё значение и языковую форму, передают знания и опыт, накопленные предыдущими поколениями, максимально полно. «...В языке закрепляются и фразеологизируются

именно те образные выражения, которые ассоциируются с культурно-национальными эталонами, стереотипами, мифологемами и т.п. и которые при употреблении в речи воспроизводят характерный для той или иной лингвокультурной общности менталитет» [5. С. 233]. Актуальность нашего исследования, таким образом, обусловлена как важностью исследуемой нами темы брака, женитьбы и замужества, роли жены и мужа в создании семьи, так и актуальностью самого подхода к изучению указанной проблематики с привлечением пословичного материала в контексте сопоставительного анализа.

Обзор литературы и методы исследования

Обзор современных исследований показывает несколько актуальных направлений работы. Первое направление реализует анализ концептов «брак», «муж» и «жена» как в паремиях одного языка [6], так и на материале сопоставления пословиц двух и более языков с акцентом на реализации в паремийных картинах мира [7—12], в контексте паремиологического портретирования [13] и исследования лингвосемиотических характеристик концептов [14; 15]. Второе направление исследований отражает зеркальный подход к проблеме: анализ семейных традиций и брачных отношений в языковой картине мира с опорой на анализ пословиц о браке [16; 17]. Особняком стоят работы, своей целью ставящие исследование национального менталитета на примере пословиц исследуемых языков, например, статья В.А. Детковой, которая фокусируется на гендерных отношениях в семье, отражённых в пословицах [18].

Особенность нашего исследования заключается в выявлении фразеологического значения, образных средств, лексических компонентов, средств экспрессивного синтаксиса, а также эмоционально-окрашенных лексических средств и звуковой организации в пословицах английского и русского языков данной тематической группы. В сочетании с компаративистским подходом проводимый анализ создаёт более объёмную картину национально-культурного своеобразия пословиц за счёт их сопоставлений и противопоставлений. В соответствии с нашими задачами мы использовали метод сопоставительной фразеологии, описательный метод, функционально-стилистический анализ, а также элементы метода герменевтической интерпретации в сочетании с принципами когнитивного анализа. Объектом исследования послужили английские и русские пословицы о браке, женитьбе и замужестве. Источником эмпирического материала послужили словари английских и русских пословиц [19—23], отбор осуществлялся методом сплошной выборки.

Сравнительный структурно-семантический анализ тематических групп английских и русских пословиц о «браке»

Анализ исследуемого пословичного поля позволил выделить несколько групп в соответствии с реализуемыми ими значениями. Первую группу

образуют пословицы, в которых говорится о важности брака и его значении в жизни человека: *A man without a wife is but half a man* (Мужчина без жены — половина человека); *Man without a woman is like a ship without a sail* (Мужчина без жены, что корабль без парусов); *Wives must be had, be they good or bad* (Хорошие или плохие — жёны необходимы); *A good wife and health is a man's best wealth* (Хорошая жена и доброе здоровье — лучшие богатства). Приведём русские соответствия: *Не женат — не человек; Холостой — полчеловека; Что гусь без воды, то мужик без жены; Без мужа, что без головы, без жены, что без ума; Муж без жены, что конь без узды; Лучшие жениться, чем волочиться; Человек семьёю крепок; Добрая жена да жирные щи — другого добра не щипи; Не надобен и клад, коли у мужа с женой лад; Здоровье — первое богатство, а второе — супружество*. При некотором сходстве значений пословицы этой группы отличаются большим разнообразием по своему языковому выражению, от полных эквивалентов до уникальных пословиц с особым образным строем, лексическим наполнением и приёмами выразительности. Интересны пословицы, в которых сущность брака, женитьбы поясняется за счёт сопоставления с другими более конкретными и понятными явлениями окружающей жизни. Так, в английской пословице «муж без жены» сравнивается с «кораблём без паруса», а в русской пословице — с «конём без узды», с «гусем без воды». В английской пословице жена и здоровье ценятся «выше богатства», в русской — выше добра ценятся «добрая жена да жирные щи», а «лад в семье» ценится выше клада. Как видим, в русских пословицах используется более конкретная лексика, в которой чувствуются отголоски крестьянского быта. Это указывает на более предметное и конкретное мышление русских людей. В нескольких русских пословицах для выражения состояния неженатого мужчины используются зоонимы и соматизмы, что придаёт им выразительность и экспрессию. Большую роль в русских пословицах играет и звуковое оформление, рифмующиеся строки. Именно в этих пословицах ощущается национально-культурная специфика представителя народной среды. Обращает на себя внимание тот факт, что среди русских пословиц практически нет гендерно-нейтральных, поскольку только в последней русской пословице мы встречаем слово «супружество», близкое по значению английскому слову «marriage» (брак). В русском языке существует гендерное различие в словах «женитьба» и «замужество», и чаще брак рассматривается с позиции мужчины, реже — с позиции женщины.

Важную подгруппу образуют пословицы обоих языков, отражающие двойственное или отрицательное отношение к браку. Приведём примеры английских пословиц: *The married man has many cares, the unmarried one many more* (У женатого мужчины много забот, у неженатого — ещё больше); *He who marries does well but he who marries not, better* (Тому, кто женился, хорошо, тому, кто не женился — ещё лучше); *Marriage makes or mars a man* (Брак делает или портит мужчину); *A young man married is a young man marred* (Женатый юноша — испорченный юноша); *Why buy a cow when milk is so cheap?*

(Зачем покупать корову, когда молоко так дешево?); *Needles and pins, needles and pins, when a man marries, his trouble begins* (Иголки и булавки, иголки и булавки, когда мужчина женится — у него начинаются неприятности); *If you would be happy for a week take a wife; if you would be happy for a month kill a pig; but if you would be happy all your life plant a garden* (Хочешь быть счастлив неделю — женись; хочешь быть счастлив месяц — забей свинью; но если хочешь быть счастлив всю жизнь — посади сад). В этой пословице женитьба не оценивается отрицательно, однако в ряду сопоставлений выступает как наиболее преходящий источник удовлетворения и счастья. Анализируя языковые средства английских пословиц этой группы, мы видим, что первые четыре английские пословицы содержат изречения и поучения в обобщённой форме и представляют собой максимы. Они используют нейтральные лексические компоненты и лишены экспрессии. Уникальная пословица *Why buy a cow when milk is so cheap?* построена в форме риторического вопроса и выражает аргумент против брака; она очень экспрессивна за счёт аллегории, где образ животного (cow — корова) используется в качестве иносказания. Следующая английская пословица с рифмующимися словами тоже очень экспрессивна, её семантическим ядром выступают выразительные повторы «needles and pins» (иголки и булавки, т.е. что-то колющее), которые в мышлении англичан ассоциируются с неприятностями, связанными с семейной жизнью. В последних двух пословицах используется приём иронии, присущий менталитету англичанина. Среди русских пословиц также есть выражающие неоднозначное и отрицательное отношение к браку как с мужской, так и с женской точки зрения. Пример отрицательного отношения к браку со стороны мужчины: *Женился — на век заложился; Женишься раз, а плачешься век; Один женился — свет увидал, другой женился — с головой пропал*. Первая русская пословица представляет собой сложное бессоюзное предложение условного типа, использует приём гиперболизации «на век женился», использует глагол с разговорно-сниженной стилистической окраской «заложился», в значении «отдал всё в залог». Вторая русская пословица представляет собой обобщённо-личное предложение, выразительность ей придаёт контекстуальная антонимия, которая усиливается синтаксическим параллелизмом, противопоставлением слов, выражающих однократное необдуманное действие и длительную расплату за него: «раз» и «век». Последняя русская пословица также говорит о неоднозначности брака, но она актуализирует несколько иное значение: «женитьба по-разному оценивается разными людьми». В основе её лежит противопоставление, основанное на контекстуальной антонимии: «свет увидал — с головой пропал». Пример отрицательного отношения к браку со стороны женщины: *В девках сижено — плакано, замуж хожено — выто; В девках приторно, замужем натужно, а во вдовьей чреде, что по горло в воде; Умный женится, а дура замуж идет*. С точки зрения языковых средств выразительности в двух первых русских пословицах мы наблюдаем грамматический, синтаксический и ритмический параллелизм, эллипсис, что

придаёт им лаконичность, а также противопоставление, архаические формы причастий, слова с пейоративной (негативной) окраской: «плакано», «выто», «натужно». В основе третьей пословицы лежит антитеза, лексическая антонимия: «умный — дура». Все эти языковые средства выразительности акцентируют значение «как тяжела участь женщины в замужестве». Эти пословицы наглядно выражают менталитет замужней женщины-крестьянки. Анализ приведённых пословиц показывает, что английским пословицам свойственно более критичное отношение к браку, в английском языке больше пословиц, утверждающих одновременно и плюсы, и минусы брака. Притом, что английское слово «marriage» гендерно-нейтрально в отличие от русских слов «женитьба» и «замужество», английские пословицы о преимуществах и недостатках брака в основном отражают интересы мужчины, в то время как среди русских пословиц мы обнаруживаем пословицы, в которых говорится о трудностях замужества для женщины. Связь языка и силы (влияния) широко исследуется в социолингвистическом дискурсе, в том числе в контексте исследования языка с целью установления влияния женщины в культуре [24. С. 59]. Значение имеет не только характер упоминания, но и сам факт учёта интересов женщины. Таким образом, можно сделать вывод о более высокой значимости женщины и её выбора в русской семье по сравнению с английской.

Небольшую подгруппу, связанную с предыдущей, образуют пословицы, повествующие о заботах и трудностях, возникающих при вступлении в брак. В русских пословицах мы видим точку зрения мужчины: *Жениться — не воды напиться*; *Жениться, так не лениться*; *Жениться — переродиться*. Приведённые пословицы лаконичны и ёмки по своему содержанию за счёт употребления экспрессивных инфинитивных предложений и синтаксического параллелизма. Первая пословица содержит уподобление «жениться — не воды напиться». В русских пословицах делается акцент на том, что женитьба заставляет мужчину меняться, больше трудиться. О том, что брак — это серьёзный труд, повествует уникальная английская пословица с присутствующим англичанам чувством юмора: *There goes more to marriage than four bare legs in a bed* (Брак — это нечто большее, чем четыре голые ноги под одеялом). Юмористический эффект в этой пословице возникает за счёт неожиданного конкретизирующего сравнения с использованием соматизмов: «four bare legs» (четыре голые ноги).

Значимую группу составляют пословицы, в которых говорится о роли материальной составляющей брачных отношений. В английском языке мы встречаем пословицу, выражающую значение «прежде, чем жениться, нужно добиться достатка и материального положения»: *First thrive and then wife* (Сперва преуспей, а потом женись). В русском языке ей соответствуют пословицы: *Сначала капитал наживи, а уж потом жену ищи* и *Сперва оперись, а потом и ввысь*. Английские и русские пословицы о необходимости достатка для обеспечения семьи очень близки по значению и синтаксической структуре и лексическому наполнению. В них содержится назидание в форме

побудительных предложений. Английская поговорка более экспрессивна за счёт краткости и неполноты второй части предложения. Такое сходство свидетельствует об универсальности человеческого опыта и мышления и выражает общечеловеческие ценности. Вторая русская поговорка более экспрессивна и уникальна за счёт аллегории, где мужчина-жених уподобляется птице, которая должна сначала «опериться», а потом лететь «ввысь». В этой поговорке иносказательно говорится о необходимости материального достатка и зрелости для построения семьи. В ещё одной английской поговорке говорится о том, что хороший мужчина — важнее денег: *Rather a man without money than money without a man* (Лучше пусть будет мужчина без денег, чем деньги без мужчины), но возникающее смысловое противоречие снимается другой поговоркой: *Never marry for money, but marry where money is* (Никогда не женитесь ради денег, но женитесь там, где есть деньги). Как в английских, так и в русских поговорках утверждается, что недостаток денег угрожает благополучию семейной жизни, но ещё более остро эта проблема поставлена в нескольких шотландских поговорках: *God, give me a rich husband, than he be an ass* (Боже, дай мне богатого мужа, пусть он будет хоть осёл); *He who marries for love without money, hath merry nights and sorry days* (У того, кто женится по любви на бедной, весёлые ночи и грустные дни); *Marry a beggar, and get a louse for your tocher* (Женись на нищенке и получишь блоху в приданое) [25. С. 168]. Среди русских поговорок наиболее близки по значению следующие: *Муж любит жену богатую, а тещу тороватую; Будь жена хоть коза, лишь бы золотые рога*. Что касается языкового оформления шотландских поговорок, мы видим, что первая поговорка представляет собой прямое обращение к Богу с просьбой дать богатого мужа любой ценой, даже если он будет «ослом». В ней используется грубое уничижительное слово «ass» (осёл). Вторая поговорка представляет собой стилистически нейтральное суждение. Её выразительность строится на антитезе «merry nights» (весёлые ночи) — «sorry days» (грустные дни). Третья поговорка имеет грубоватый оттенок за счёт своего лексического наполнения «get a louse for your tocher» (получи блоху в приданое). Использование сниженных эмоционально-экспрессивных слов-зоонимов «осёл», «блоха» придают им народно-разговорную, грубоватую окраску и свидетельствуют об их крестьянском происхождении, а с точки зрения их значения — о практичности как женщин, так и мужчин в выборе богатых невест и женихов. Перейдём к анализу русских поговорок. Первая русская поговорка представляет собой изречение, которое строится при помощи синтаксического и грамматического параллелизма с рифмующимися словами «богатую» — «тороватую» (в архаическом значении «щедрую»), что также придаёт ей разговорную окраску. Вторая русская поговорка также имеет несколько сниженную стилистическую окраску за счёт сравнения богатой невесты с «козой, у которой есть золотые рога». Зооним «коза», а также неполнота второй части предложения придают ей экспрессию и разговорную окраску. В рассматриваемой группе особняком стоит уникальная русская

пословица, повествующая о цели заключения брака: *Для щей люди женятся, а для мяса (во щах) замуж выходят*. В этой пословице утверждаются сугубо материальные цели заключения брака. Эта пословица построена на «аллегорической метафоре», где щи — это комфорт, создаваемый женой, а мясо во щах — это достаток, обеспечиваемый мужем [26. С. 232]. Эта пословица отражает менталитет представителя крестьянского сословия, для которого семьёй выжить было намного легче, чем в одиночку.

Важную подгруппу составляют пословицы, в которых говорится о том, что богатство жены может привести к утрате мужем власти и авторитета в семье: *He that marries for wealth sells his liberty* (Тот, кто женится из-за денег, продаёт свою свободу); *Who wives for a dower, resigns his own power* (Кто женится ради приданого, отказывается от собственной власти); *A great dowry is a bed full of brambles* (Богатое приданое всё равно, что постель, полная колючек). В русском языке им соответствуют пословицы: *Лучше на убогой жениться, чем с богатой браниться*; *Богатую взять — будет попрекать*; *He с богатством жить — с человеком*; *He бери приданое, бери милу девицу*. Первые две английские пословицы представляют собой изречения и используют стилистически нейтральную лексику. Третья пословица очень образна за счёт выразительного сравнения богатого приданого с постелью, полной колючек. Русские пословицы этой группы представляют собой изречения, совет и не содержат ярко-выраженной экспрессии. Они разнообразны по языковому выражению, используют разговорные синтаксические конструкции: инфинитивные предложения, бессоюзие, эллипсис, побудительные предложения, сравнения. В русских пословицах мы видим архаическую лексику «убогая» в значении «бедная», «браниться» в значении «ссориться, ругаться», грамматический архаизм «милу девицу» — все эти языковые средства придают пословицам разговорный характер.

Отдельную группу пословиц составляют пословицы, в которых говорится о предопределённости супруга/супруги, о судьбе, роке при выборе спутника жизни: *Marriages are made in heaven* (Браки заключаются на небесах); *Every Jack has his Jill* (Каждому Джеку — своя Джилл); *Hanging and wiving go by destiny* (Повешение и женитьба — по воле судьбы); *Marriage is destiny* (Брак — это судьба); *Marriage is a lottery* (Брак — это лотерея). Им соответствуют русские пословицы: *Браки заключаются на небесах*; *Смерть да жена богом сужена*; *Всякая невеста для своего жениха родится*; *Первая жена от бога, вторая от человека, третья от черта*. При сопоставлении мы видим, что первая русская пословица является точным эквивалентом английской, поскольку обе они имеют общий источник — библейское высказывание. Средством выразительности во второй английской пословице является использование имён собственных, которые конкретизируют понятия «муж» и «жена». В двух русских пословицах упоминается Бог, что свидетельствует о набожности и религиозности русского человека [27. С. 5], в то время как английские пословицы чаще повествуют о судьбе и случайности.

Следующую группу представляют собой пословицы, в которых говорится о необходимости серьёзного, взвешенного отношения к браку. Следующие английские пословицы призывают не торопиться при выборе супруга (супруги): *Married in haste end repent in leisure* (Женишься в спешке, а потом долго раскаиваешься на досуге); *Quick choice — long repentance* (Поспешный выбор — долгие сожаления); *Hasty love is soon hot and soon cold* (Горячая любовь и остывает быстро). Этим пословицам соответствуют русские пословицы: *Женился на скорую руку, да на долгую муку; Кто на борзом коне жениться поскочет, тот скоро поплачет; Не торопись жениться, чтобы потом на себя не сердиться*. Мы видим, что пословицы этой смысловой группы в английском языке почти полностью гендерно-нейтральны, в то время как русские аналоги раскрывают мужской взгляд на проблему. Что касается языкового оформления английских пословиц, то видно, что две из них содержат изречения с глубоким и ёмким смыслом, в них используется стилистически нейтральная лексика. В третьей английской пословице содержится большая экспрессия за счёт приёма антитезы, использования лексических антонимов: «hot — cold». Русские пословицы этой группы более экспрессивны за счёт использования приёма антитезы, лексической антонимии — «скорую руку — долгую муку», использования зоонима — «борзой конь», а также за счёт их звукового и интонационного оформления, рифмы. Третья русская пословица менее экспрессивна, содержит призыв в форме побудительного предложения с рифмующимися концовками «жениться — сердиться».

Большую подгруппу составляют пословицы английского и русского языков, в которых говорится о том, как надо выбирать супруга, например: *Choose your wife on Saturday not on Sunday* (Выбирай жену в субботу, а не в воскресенье), которой соответствует русский аналог: *Выбирай жену не в хороводе, а в огороде. Take a vine of good soil and a wife of a good mother* (Бери вино по хорошей почве, а жену — по хорошей матери), которой соответствует русская пословица: *Невесту по теще выбирай*. К этой же подгруппе относятся английские пословицы: *Choose not a wife by the eye only* (Не выбирай жену только на глаз); *Choose a wife by your ear, rather by your eye* (Выбирай жену не на глаз, а на слух) и соответствующие им русские пословицы: *Не ищи красоты, ищи доброты; Жену выбирай не глазами, а ушами; Шей шубу теплее, а жену выбирай милее*. Английская и русская пословицы, в которых говорится о том, что выбирать жену нужно по «good mother» (хорошей матери) и по «тёще», близки по фразеологическому значению, образной мотивации и синтаксическому построению, содержат совет и призыв в форме побудительных предложений. Это сходство обусловлено общностью образно-ассоциативных связей в сознании как английского, так и русского народов. Английская пословица является более распространённым предложением, состоящим из двух частей, в ней выбор невесты уподобляется выбору вина, сделанного из винограда, произрастающего на хорошей почве. Это придаёт ей большую экспрессию. В этой группе пословиц есть ещё две почти эквивалентные пословицы, в которых говорится о выборе жены «не глазами, а

ушами». В основе их образного значения лежит противопоставление соматизмов: «глаза — уши». С помощью этих соматизмов передаётся мысль о том, что красота невесты менее важна, чем её душевные качества, так как по разговору можно судить об уме, доброте и других внутренних достоинствах. По синтаксической структуре они также представляют собой побудительные предложения, в которых содержится напутствие предков о том, как надо выбирать жену. Близость английских и русских пословиц объясняется универсальностью человеческого опыта. В последней из рассмотренных русских пословиц выбор жены приравнивается к шитью шубы «потеплее» — эта пословица представляет собой лингвокультурную метафору, так как в России с её холодным климатом очень ценилась тёплая шуба. Следует заметить, что в пословицах этой подгруппы выражена, в основном, точка зрения мужчины, что соответствует традиционному взгляду на брак, когда именно мужчина, как будущий глава семьи и хозяин дома, осуществляет выбор супруги, а не наоборот. Тем не менее, есть пословицы, освещающие женский взгляд на выбор спутника жизни: *Better be an old man's darling, than a young man's slave* (Лучше быть у старого мужа любимицей, чем у молодого рабыней) и *Choose your man as you choose your shoes — for comfort and long wear* (Выбирай мужа так, как выбираешь обувь — чтобы было удобно и надолго) — эти английские пословицы представляют прагматичный женский взгляд на выбор спутника жизни. Первая пословица по смыслу представляет собой суждение, а по своей синтаксической структуре — сравнительный оборот, в основе которого лежит лексическая и контекстуальная антонимия: «old man — young man» (старый мужчина — молодой мужчина) и «darling — slave» (любимица — рабыня), что делает её достаточно выразительной. Во второй пословице выбор мужа приравнивается к выбору удобной в носке и прочной обуви; эта пословица свидетельствует о прагматизме англичан и также содержит лингвокультурную коннотацию. Соответствующие русские пословицы показывают пример традиционного покорного поведения девушки: *Не вздыхай глубоко, не отдадим далеко; Не тужила, не плакала — пошла Марфа за Якова*. Первая русская пословица содержит родительское наставление, не допускающее возражений, так как на Руси было принято, что сами родители выбирали жениха для своих дочерей. Эта пословица представляет собой два побудительных предложения с рифмующимися наречиями («глубоко» — «далёко»). Вторая русская пословица в качестве выразительных средств использует имена собственные, которые усиливают конкретизацию пословицы, а также рифмующиеся концовки. Она содержит архаизм «тужить» в значении «горевать, тосковать», который имеет народно-поэтическую окраску. Эта пословица выражает безропотное повиновение родительской воле. Пример непокорного поведения девушки показывает русская пословица *От бела света отстану, а старого любить не стану*, которая содержит поэтическое выражение «от бела света» с архаической краткой формой прилагательного в значении определения. В ней используется приём гиперболизации, а также обыгрываются сходно звучащие слова («отстану — не стану»). В отличие от английской пословицы, в которой выражается более

прагматический подход: «пусть муж будет старый, главное, чтобы любил», в русской пословице выражается решительное пренебрежение к старому мужу.

Традиционный взгляд на важность выбора партнёра, а также сохранения хороших отношений после брака отражает следующая английская пословица: *Keep your eyes wide open before marriage, half shut afterwards* (Держите глаза широко открытыми до брака, полузакрытыми после) и соответствующая ей русская пословица: *Гляди в очи до брачной ночи, а после прищуривай*. Анализируя эти пословицы, мы видим, что они тоже очень близки как по фразеологическому значению, так и по образной мотивации, однако имеют небольшие лексические расхождения: «keep your eyes wide open» в английской пословице и «гляди в очи до брачной ночи» — в русской. Вторая часть этих пословиц содержит почти совпадающие лексические компоненты. В английской пословице содержится более обобщённое слово «брак», а в русской это же слово встречаем в более конкретном значении «брачная ночь». В ней используется также лексический архаизм «очи». Усилению выразительности русской пословицы служит использование приёма аллитерации и рифмы «очи — ночи». В этих пословицах одновременно постулируется как необходимость внимательно выбирать супруга, здраво оценивая все возможные недостатки и взвешивая все «за» и «против», так и необходимость после брака проявлять снисходительность к супругам.

Следующую большую группу образуют пословицы, в которых говорится о роли жён и мужей в семье, об их качествах, как желанных, так и нежеланных. Прежде всего, рассмотрим пословицы, в которых говорится о значимости роли жены: *He that has a wife has a master* (У кого есть жена, у того есть хозяин); *The wife is the key of the house* (Жена — ключ ко всему в доме); *He that will thrive must first ask his wife* (Кто хочет процветать — должен сначала спросить свою жену); *A good wife makes a good husband* (У хорошей жены — хороший муж); *У хорошей жены и муж молодец*; *Муж без жены пуще малых деток сирота*; *Муж — голова, шея — жена, куда шея, туда и голова*; *Без мужа голова не покрыта, без жены дом не крыт*; *С доброй женой горе — полгоря, а радость — вдвойне*; *Добрую жену взять — ни скуки, ни горя не знать*; *Женою доброю муж честен бывает*; *Умная жена мужа поднимает, а глупая опускает*. Английские пословицы этой группы представляют собой поучения, содержат нейтральную лексику. Наиболее экспрессивной английской пословицей является та, семантическим ядром которой является метафора «жена — ключ ко всему», она говорит о значительной роли женщины в семье. Очень выразительна русская пословица, в которой образную структуру составляет противопоставление соматизмов: «муж — голова, жена — шея». В этой пословице говорится о важной роли жены («шеи») в качестве опоры для мужа («головой»). Интересна русская пословица, имеющая социально значимые лексические компоненты: *Без мужа голова не покрыта, без жены дом не крыт*, в которой отражаются обычаи русского народа — замужняя женщина должна была носить платок на голове. Эта пословица выполняет социокультурную функцию и говорит также о важной роли женщины в

организации семейного быта. В русской пословице: *Муж без жены пуще малых деток сирота* содержится оценочная лексика с уменьшительно-ласкательным суффиксом «детки», архаизм «пуще», она выражает эмоции. Русские пословицы этой группы многообразны по своим приёмам, в них встречаются антонимия, синтаксический параллелизм, ритмическая организация. Всё это сближает их с устным народным творчеством — фольклором.

О значимости роли мужа повествуют следующие английские пословицы: *If the husband be not at home, there is nobody* (Если дома нет мужа, то нет никого); *A good Jack makes good Jill* (У хорошего Джека — хорошая Джилл); *У хорошего мужа и жена хороша; Без мужа жена всегда сирота; Птица крыльями сильна, жена мужем красна; Муженек хоть всего с кулачок, да за мужниной головой не сижу сиротой*. В этой группе интересна английская пословица, которая в качестве выразительных средств использует имена собственные для усиления наглядности и конкретизации. Интересно отметить, что в двух русских пословицах как муж без жены (в предыдущей группе пословиц), так и жена без мужа (в рассматриваемой группе) сравнивается с «сиротой». Это свидетельствует о менталитете русского человека: жена или муж одинаково важны для своих супругов, а потеря (овдовение) в обоих случаях приравнивается к сиротству. В этой группе, как и в предыдущей, также встречаются слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами: «муженёк», «с кулачок», которые придают не только эмоциональный, но и юмористический оттенок. Очень интересна по своему фразеологическому образу русская пословица, построенная на уподоблении замужней женщины птице, которая «крыльями сильна». Обращает на себя внимание тот факт, что в английском языке пословиц, в которых говорится о важной роли жены в построении крепкой семьи, сравнительно больше, чем аналогичных пословиц про мужа. Это свидетельствует об особенностях английских культурных традиций в отличие от русских, где главой семьи всегда был мужчина.

В английском и русском языке есть пословицы, напрямую повествующие о распределении обязанностей между мужчиной и женщиной в доме и о взаимодополнении ими друг друга во всех сферах жизни: *Men make houses, women make homes* (Мужчины строят дома, а женщины — домашний уют); *In the husband wisdom, in the wife gentleness* (В муже мудрость, в жене — доброта); *The husband sings, the wife accompanies* (Муж поет, жена аккомпанирует) и соответствующие русские пословицы: *Муж — голова, жена — душа; Муж — с огнем, жена — с водою; Муж — полтину, а жена — холстину, все в одно место кладут, так и хорошо живут; Муж кует, жена дует, что-то будет*. Значение пословиц о распределении обязанностей семье мужем и женой влияет на выбор их языковой формы. Три английские пословицы представляют собой изречения в форме сопоставления: каким должен быть муж и какой — жена. Интересно сопоставить близкую по образной мотивации английскую пословицу *In the husband wisdom, in the wife gentleness* (В муже мудрость, в жене — доброта) с русской пословицей *Муж — голова, жена — душа*. В английской пословице главной добродетелью мужа является «wisdom»

(мудрость), а жены — «gentleness» (мягкость, доброта). В русской пословице подчёркивается главенство мужа в семье и его ум, а добродетелью жены является «душа». Слово «душа» очень ёмко выражает чисто русское представление о положительных качествах человека и имеет религиозный подтекст, который связывает положительные качества с его духовной сущностью. Из других английских пословиц следует, что муж «строит дома», а жена «создаёт уют», муж «поёт», а жена «аккомпанирует». В русских пословицах это распределение обязанностей видится по-другому: муж — «с огнём», жена — «с водою», муж несёт деньги в дом («полтину»), а жена прядёт ткань («холстину»), муж «куёт» (железо), а жена «дует» (то есть, помогает). В русских пословицах обязанности мужа и жены распределяются в процессе трудовой деятельности и более конкретны. При этом в русских пословицах мы видим неполноту синтаксических конструкций, эллипсис. Акцент переносится на существительные (с огнём — с водой, полтину — холстину).

Вопрос о главенствующей роли одного из супругов в семье имеет ещё один важный аспект: это пословицы, которые осуждают главенство жены в доме. Приведём примеры: *It is a sad house where the hen crows louder than the cock* (Печален тот дом, где курица кричит громче петуха); *It is a sorry flock where the ewe bears the bell* (Плохо то стадо, в котором овца несёт колокольчик). Им соответствуют русские пословицы: *Жена верховодит, так муж по соседям бродит; Не петь кури петухом, не владеть бабе мужиком; Кто жене волю даёт, тот сам себя обкрадывает (бьет)*. В этой группе английских пословиц очень экспрессивны те, в которых используется приём аллегории, «эзопова языка». В основе их лежит олицетворяющая метафора, которая наделяет животных человеческими качествами. Такое очеловечивание животных даёт возможность ярче раскрыть сущность человека, тесно связанного со средой обитания. Так, в английской пословице под курицей, которая кричит громче петуха, подразумевается крикливая, верховодящая жена, в другой английской пословице с осуждением говорится об овце, которая несёт колокольчик в стаде, подразумевая под этим нежелательное лидерство жены в доме. Примечательно, что и в русской пословице женщина, пытающаяся взять верх над мужем, уподобляется курице, которая не может (не должна) стать петухом: *Не петь кури петухом, не владеть бабе мужиком*. В английской пословице плох тот дом, где женщина *crows louder than the cock* (кричит громче петуха).

Отдельную подгруппу составляют пословицы, в которых осуждаются злые, ворчливые жёны: *It is a good horse that never stumbles, and a good wife that never grumbles* (Хороша лошадь, которая никогда не спотыкается, и жена, которая никогда не ворчит); *Three things drive a man out of his house — smoke, rain and a scolding wife* (Три вещи выгоняют человека из дома — дым, дождь и ругань жены). Приведём русские соответствия: *Лучше хлеб есть с водою, чем жить со злою женою; Лучше жить со змеею, чем со злою женою; Червь дерево тлит, а злая жена дом изводит*. В этой группе пословиц очень выразительна английская пословица, в которой жена, которая никогда не ворчит, уподобляется лошади, которая никогда не спотыкается. Эта

пословица строится на приёме уподобления: так сравнение с лошастью ярче и нагляднее демонстрирует качества жены. Экспрессивность этой поговорки усиливается с помощью композиционной завершенности за счёт рифмующихся глаголов «stumbles — grumbles». Русские поговорки также экспрессивны, они имеют одинаковое синтаксическое построение, содержат сравнение и поддерживаются рифмой, в них говорится о том, что «лучше хлеб есть с водою», «лучше жить со змеёю», чем жить со злой женой. Третья русская поговорка также экспрессивна за счёт использования приёма уподобления, сравнения: «жена, которая изводит дом» уподобляется «червя, который дерево тлит».

Подводя итоги нашего исследования поговорок о браке, приведём английские и русские поговорки, повествующие о семейном единстве и важности гармонии в семье: *The family that prays together stays together* (Семья, которая молится вместе, остаётся вместе); *A house divided can not stand* (Разделённый дом не выстоит); *Вся семья вместе, так и душа на месте*; *Где семья дружна, не страшна беда*; *В семье разлад, так и дому не рад*; *Семейное согласие всего дороже*; *Муж с женой что лошадь с телегой: везут, когда они исправны*. В поговорках этой группы интересна английская поговорка, которая говорит о том, что семью укрепляет общая молитва. Её выразительность создаётся за счёт повтора слова *together*. Из русских поговорок этой группы уникальна поговорка, в основе которой лежит приём уподобления: муж и жена сравниваются с исправной телегой, запряжённой лошастью. В ней наблюдается предметное мышление русского человека из народа и употребляется лексика, связанная с крестьянским бытом. Русские поговорки ритмически организованы. Этот ряд поговорок, говорящих о единстве, дополняется поговорками, повествующими о тесной связи мужа и жены в семье: *Put not your hand between the bark and the tree* (Не клади руку между корой и стволом); *Husband and wife live the same life* (Муж и жена живут одной жизнью); *Man and wife make one fool* (Муж и жена — одно глупое создание) и соответствующая им русская поговорка: *Муж и жена — одна сатана*. Анализируя эти поговорки, мы обращаем внимание на сходство фразеологического образа английской и русской поговорки, в них говорится о том, что муж и жена «one fool» (одно глупое создание) в английской поговорке и «одна сатана» — в русской. В них актуализируется значение, что мужа и жену объединяет также и нечто негативное. Интересна также самобытная английская поговорка, говорящая о том, что не надо вмешиваться в прочный союз мужчины и женщины. Фразеологическое значение этой поговорки передаётся описательно, через явления окружающей природы, понятные и близкие человеку: «не суй руку между деревом и корой». Эта поговорка представляет собой совет в форме побудительного предложения.

Заключение

Проведённый нами сравнительный структурно-семантический анализ английских и русских поговорок позволил сделать следующие выводы. С точки зрения значения как русские, так и английские поговорки транслируют

традиционные взгляды на семью (о необходимости брака, о предопределённости брака и супруга, о главенствующей роли в семье мужа, о важной роли жены в семье, о необходимости единства), но есть и важные отличия. В английских пословицах чаще встречается противоречивое отношение к браку, пристальное внимание к достоинствам и недостаткам, упоминание преимуществ холостяцкой жизни, в то время как в русских пословицах, в основном, мы видим положительное отношение к женитьбе и замужеству, но с упоминанием трудностей жизни в браке, в семье. В то же время английские пословицы не рассматривают женский взгляд на недостатки брака, в то время как русские пословицы о тяжести доли женщины в замужестве составляют почти половину всех пословиц с негативной оценкой брака. Это, на наш взгляд, является следствием отражения в большей степени городского менталитета в английских пословицах и крестьянского — в русских, поскольку именно в крестьянском быту роль женщины особенно велика, так как женщина не только занималась домашним хозяйством, но и активно участвовала в сельскохозяйственных работах. Что касается языковых особенностей и образных средств английских и русских пословиц, то можно отметить тот факт, что значительная роль в них отводится таким приёмам, как сравнение и уподобление, аллегория и иносказание, употреблению олицетворяющих метафор, а также антитезе и лексической антонимии. Говоря о лексических компонентах, можно отметить, что в качестве выразительных средств в пословицах обоих языков встречаются зоонимы, имена собственные. В русских пословицах чаще встречаются соматизмы, а также более конкретная эмоционально-экспрессивная лексика, слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами, архаизмы, просторечие, шире представлена лексика, связанная с концептуальной сферой крестьянской жизни. Большинство русских пословиц строится по законам фольклорного жанра и имеет композиционную завершённость за счёт их ритмико-фонетического оформления. Большая часть английских пословиц содержит изречения, поучения, использует более абстрактную и нейтральную лексику, хотя и среди них встречаются яркие, уникальные и самобытные пословицы. Проведённый анализ позволил показать национально-специфические особенности понимания роли и важности брака обоими народами, а также выявить роль языковых средств, отражающих специфику национально-культурного мышления и менталитета обоих народов.

Библиографический список

1. *Алефуренко Н.Ф., Семенов Н.Н.* Фразеология и паремология. М.: Флинта, 2009.
2. *Norricks N.R.* Subject area, terminology, proverb definitions, proverb features // *Introduction to Parremiology: A Comprehensive Guide to Proverb Studies*. Berlin: De Gruyter, 2015. P. 7—27.
3. *Пешина Е.В.* Семья как объект изучения социально-гуманитарных наук: проблема определения понятия // *Социальные и гуманитарные науки: теория и практика*. 2019. № 1 (3). С. 159—166.
4. *Kochman-Haladyj B.* (Negative) perception of women in proverbs across cultures of the changing world // *Language, Literature and Culture in the Changing Transatlantic World II*. Presov: Filozofická fakulta Prešovskej university, 2012. P. 317—338.

5. *Телия В.Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурный аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996.
6. *Лебедева С.П., Базилевич В.Б.* Концепт супружества в англоязычных паремиях // *Общество. Наука. Инновации. Сб. статей Всероссийской ежегодной научно-практической конференции.* Киров: Вятский государственный университет, 2017. С. 3875—3881.
7. *Марфина Ж.В.* Ценностно-аксиологическая реализация микроконцептов муж, жена в украинской и русской паремийных картинах мира // *Вестник Костромского государственного университета.* 2018. № 1. С. 90—94.
8. *Юдицкая В.Д.* Отражение концепта «Семья» в пословицах и поговорках русского и английского языков // *Материалы Международной конференции в рамках Международного научного симпозиума, посвященного 100-летию гуманитарного образования в СГУ: сборник научных статей.* Саратов, 2017. С. 275—279.
9. *Тарасова Е.С.* Образы мужа и жены в английской и русской паремиологии: лингвокультурный аспект // *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* 2019. Том 12. Вып. 5. С. 363—367.
10. *Селиверстова Е.И.* Уровни проявления типологического сходства в пословицах различных языков // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика.* 2020. № 11 (2). С. 198—212. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-198-212
11. *Нелюбова Н.Ю.* Отражение этнокультурных ценностей в пословицах франкоязычных стран // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика.* 2019. № 10 (2). С. 323—335. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-323-335
12. *Orlova T.G.* The Implementation of the Conception of Friendship on the Basis of Comparative Structural-Semantic Analysis of English and Russian Proverbs // *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics.* 2020. Vol. 11. № 2. P. 301—318.
13. *Новоспаская Н.В., Раадранириана А.М., Лазарева О.В.* Образ женщины в русской, французской, испанской и малагасийской лингвокультурах на материале паремий // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика,* 2019. № 10 (2). С. 301—322. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-301-322
14. *Сарангалиева Ж.Н.* Аллегорическое представление концепта «брак» в калмыцких, русских и английских паремиях // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение.* 2018. № 3. С. 93—97.
15. *Сарангалиева Ж.Н.* Эмблематическое представление концепта брак в калмыцкой, русской и английской лингвокультурах // *Гуманитарные исследования.* 2019. № 1 (22). С. 67—70.
16. *Фардиева К.Р.* Репрезентация семейных традиций в паремиях и фразеологии русской и английской языковых картинах мира // *Linguistica Juvenis.* 2020. № 22. С. 182—189.
17. *Кирюхина Н.В.* Брачные отношения через призму англо-американских пословиц и антипословиц // *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Сер.: Гуманит. и соц. науки.* 2021. Т. 21. № 2. С. 52—59.
18. *Деткова В.А.* Гендерные отношения в семье как отражение национального менталитета (на примере русских и английских пословиц) // *Наука, образование и культура.* 2017. № 9 (24). С. 32—37.
19. *Даль В.И.* Пословицы русского народа. М.: Русский язык Медиа, 2009.
20. *Жуков В.П.* Словарь русских пословиц и поговорок. М.: Русский язык, 1991.
21. *Маргулис А., Холодная А.* Русско-английский словарь пословиц и поговорок / *Russian-English dictionary of proverbs and sayings.* North Carolina, London: McFarland and Company, Inc., Publishers Jefferson, 2000.
22. *Longman Contemporary English Dictionary.* Harlow (GB): Longman, 2001.
23. *Smith W.G.* *The Oxford dictionary of English proverbs.* Oxford, 2008.
24. *Daniel I.O.A.* Woman's place in Yoruba proverbs // *Proverbium.* 2008. Vol. 25. P. 59—78.
25. *Калыкова Э.А.* Традиционные нормы поведения в семье (на материале шотландских пословиц) // *Гуманитарные и социальные науки.* 2013. № 1. С. 163—171.
26. *Иванова Е.В.* Мир в английских и русских пословицах. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006.

27. Орлова Т.Г. Сопоставительный структурно-семантический анализ английских и русских пословиц, имеющих значение «воспитание детей» как отражение национального характера в разных культурных традициях // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. Т. 11. № 2. С. 22.

References

1. Alefirenko, N.F. & Semenenko, N.N. (2009). *Phraseology and Paremiology*. Moscow: Flinta. (In Russ.).
2. Norrick, N. (2015). Subject Area, Terminology, Definitions of Proverbs, Features of Proverbs. In: *Introduction to Paremiology: A Comprehensive Guide to the Study of Proverbs*. Berlin: De Gruyter. pp. 7—27.
3. Peshina, E.V. (2019). Family as an Object of Social and Humane Study: the Problem of Definition. *Social and Humanitarian Sciences: theory and practice*, 1(3), 159—166. (In Russ.).
4. Kochman-Haładaj, B. (2012). (Negative) Perception of Women in Proverbs Across Cultures of the Changing World. *Language, Literature and Culture in the Changing Transatlantic World II*. Presov: Filozofická fakulta Prešovskej university, 317—338.
5. Teliа, V.N. (1996). *Russian Phraseology. Semantic, Pragmatic and Linguocultural aspects*. Moscow: Languages of Russian Culture. (In Russ.).
6. Lebedeva, S.P. & Bazilevich, V.B. (2017). The Concept of Matrimony in English-Speaking Paroemias. In: *Society. The science. Innovation. Collection of Articles of the All-Russian Annual Scientific-Practical Conference*. Vyatka: Vyatka State University. pp. 3875—3881. (In Russ.).
7. Marfina, Zh.V. (2018). Value-axiological Realization of Micro-concepts Husband, Wife in the Ukraine and the Russian Paroemiological World-images. *Bulletin of Kostroma State University*, 1, 90—94. (In Russ.).
8. Yuditskaya, V.D. (2017). Reflection of the Concept “family” in the Proverbs and Sayings of the Russian and English Languages. In: *Materials of the International Conference Within the Framework of the International Scientific Symposium Dedicated to the 100th Anniversary of Humanitarian Education at SSU: Collection of Scientific Articles*. Saratov. pp. 275—279. (In Russ.).
9. Tarasova, E.S. (2019). Images of Husband and Wife in English and Russian Paroemiology: linguocultural aspect. *Philological Sciences. Questions of Theory and Practice*, 12—5, 363—367. (In Russ.).
10. Seliverstova, E.I. (2020). Levels of Manifestation of Typological Similarity in Proverbs of Different Languages. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(2), 198—212. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-198-212
11. Nelyubova, N.Y. (2019). Representation of Ethno-Cultural Values in the Proverbs of French-Speaking Countries. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(2), 323—335. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-323-335
12. Orlova, T.G. (2020). The Implementation of the Conception of Friendship on the Basis of Comparative Structural-Semantic Analysis of English and Russian Proverbs. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(2), 301—318. DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-301-318
13. Novospasskaya, N.V., Raadraniiriana, A.M. & Lazareva, O.V. (2019). Image of a Woman in Russian, French, Spanish and Malagasian Linguocultures on the Material of Paremia. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(2), 301—322. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-301-322
14. Sarangalievа, Zh.N. (2018). Allegorical Representation of the Concept of “Marriage” in Kalmyk, Russian and English Paroemias. *Bulletin of the Adyge State University. Series 2: Philology and art History*, 3, 93—97. (In Russ.).
15. Sarangalievа, Zh.N. (2019). Emblematic Representation of the Concept of Marriage in the

- Kalmyk, Russian and English linguocultures. *Humanitarian Research*. 2019, no. 1(22). 67—70. (In Russ.).
16. Fardieva, K.R. (2020). Representation of Family Traditions in Paroemias and Phraseology of Russian and English Language World-images. *linguistica juvenis*, 22, 182—189. (In Russ.).
 17. Kiryukhina, N.V. (2021). Marriage Relations as Portrayed in British and American Proverbs and Anti-Proverbs. *Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences*, 21(2), 52—59. (In Russ.).
 18. Detkova, V.A. (2017). Gender Relations in the Family as a Reflection of the National Mentality (on the Example of Russian and English Proverbs). *Science, Education and Culture*, 9(24), 32—37. (In Russ.).
 19. Dal, V.I. (2009). *Proverbs of the Russian People*. Moscow: Russian Language Media. (In Russ.).
 20. Zhukov, V.P. (1991). *Dictionary of Russian Proverbs and Sayings*. Moscow: Russian language. (In Russ.).
 21. Margulis, A. & Holodnaya, A. (2000). *Russian-English Dictionary of Proverbs and Sayings*. North Carolina, London: McFarland and Company, Inc., Publishers Jefferson. (In Russ.).
 22. Longman Contemporary English Dictionary. Harlow (GB): Longman, 2001.
 23. Smith, W.G. (2008). *The Oxford Dictionary of English Proverbs*. Oxford.
 24. Daniel, I.O.A. (2008). Woman's Place in Yoruba Proverbs. *Proverbium*, 25, 59—78.
 25. Kalykova, E.A. (2013). Traditional Norms of Behavior in the Family (Based on Scottish Proverbs). *Humanities and Social Sciences*, 1, 163—171. (In Russ.).
 26. Ivanova, E.V. (2006). *The World in English and Russian Proverbs*. St. Petersburg: Publishing house of St. Petersburg State University. (In Russ.).
 27. Orlova, T.G. (2020). *Comparative Structural and Semantic Analysis of English and Russian Proverbs Relating to "Upbringing of Children" as Reflection of National Character in Different Cultural Traditions*. World of Science. Sociology, Philology, Cultural Studies, 11 2. (In Russ.).

Сведения об авторе:

Орлова Татьяна Геннадьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков факультета гуманитарных и социальных наук РУДН; *научные интересы*: сравнительное языкознание, паремиология, фразеология, семантика; *e-mail*: orlova-tg@rudn.ru. eLibrary SPIN-код: 6686-7256. ORCID: 0000-0002-2777-3930; ResearcherID: AA-I-5808-2021

Information about the author:

Tatiana G. Orlova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities and Social Sciences, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University); *scientific interests*: comparative linguistics, phraseology, paroemiology, semantics; *e-mail*: orlova-tg@rudn.ru
Web of Science ResearcherID A-6149-2017.
Scopus Author ID: 57201723102.
ORCID: 0000-0002-2777-3930



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1094-1106

УДК [811.581+811.161.1]’255.2’373.612.2:32

Научная статья / Research article

Политические метафоры древнекитайского трактата Конфуция «Лунь юй»

Чэнь Лян  , Н.В. Перфильева , Ду ЦзинцзэнРоссийский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Макля, 6 1042198012@rudn.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются политические метафоры древнекитайского философского трактата Конфуция «Лунь юй». Конфуций нередко использовал метафоры для ёмкого и образного представления своих политических воззрений. Перевод политических метафор Конфуция представляет определенную трудность, так как необходимо сохранить не только смысл высказывания, но и образность. Объектом исследования стали политические метафоры произведения Конфуция «Лунь юй» и их переводы на русский язык, выполненные П.С. Поповым, И.И. Семененко и Л.С. Переломовым. Целью работы является исследование приемов перевода политических метафор философского трактата Конфуция и возможность точной передачи метафор на русский язык. Новизна работы заключается в том, что впервые анализируются и сопоставляются переводы политических размышлений Конфуция, выполненные тремя переводчиками. Политические метафоры текста «Лунь юй», собранные для анализа методом сплошной выборки, описаны и проанализированы в рамках концепции А.П. Чудинова. Классифицирование метафор философского трактата на 4 группы — *антропоморфная метафора*, *природоморфная метафора*, *социальная метафора*, *артефактная метафора* — позволили выявить особенности приемов перевода разных групп метафор. Проведенный анализ показал, что метафоры антропоморфной группы почти всегда исчезают в переводах на русский язык. Напротив, природоморфные метафоры, как правило, сохраняются в переводном тексте. Актуальность исследования также состоит в том, что в настоящее время недостаточно изучены переводы китайского философского текста на русский язык. Анализ русских текстов «Лунь юя» — «Суждения и беседы (Лунь юй)» в переводе П.С. Попова, «Я верю в древность» в переводе И.И. Семененко, «Лунь юй» в переводе Л.С. Переломова — позволил проанализировать техники перевода метафор, обусловленные авторскими предпочтениями переводчиков, а также возможность сохранения оригинальной метафоры в переводных текстах. Три варианта перевода самого названия древнекитайского трактата на русский язык свидетельствуют о различных подходах к переводу текста. В заключении обобщаются результаты исследования техники и приемов передачи политических метафор на русский язык.

Ключевые слова: политическая метафора, приемы перевода, философский трактат, Лунь юй, Конфуций, конфуцианство

© Чэнь Лян, Перфильева Н.В., Ду Цзинцзэн, 2021

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи:

Дата поступления: 01.09.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Чэнь Лян, Перфильева Н.В., Ду Цзинцзэн. Политические метафоры древнекитайского трактата Конфуция «Лунь юй» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1094—1106. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1094-1106

UDC [811.581+811.161.1]’255.2’373.612.2:32

Political Metaphors of the Ancient Chinese Treatise of Confucius “Lun yu”

Chen Liang  , Natalia V. Perfilieva , Du Jingzeng

Peoples’ Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198

 1042198012@rudn.ru

Abstract. This article examines the political metaphors of the ancient Chinese philosophical treatise of Confucius “Lun yu” (The Analects). Confucius often used metaphors for a capacious and figurative presentation of his political views. Translation of Confucius’s political metaphors presents a certain difficulty, since it is necessary to preserve not only the meaning of the statement, but also the imagery. The object of the research is the political metaphors of Confucius’s work “Lun yu” and their translations into Russian by P.S. Popov, I.I. Semenenko and L.S. Perelomov. The aim of the work is to study the methods of translating political metaphors of the philosophical treatise of Confucius and the possibility of accurately transferring metaphors into Russian. The novelty of the work lies in the fact that for the first time the translations of Confucius’s political reflections, made by three translators, are analyzed and compared. Political metaphors of the text “Lun yu”, collected for analysis by the method of continuous sampling, are described and analyzed within the framework of the concept of A.P. Chudinov. Classification of the metaphors of a philosophical treatise into 4 groups — *anthropomorphic metaphor*, *natural morphic metaphor*, *social metaphor*, *artifact metaphor* — made it possible to identify the peculiarities of translation techniques for different groups of metaphors. The analysis showed that the metaphors of the anthropomorphic group almost always disappear in translations into Russian. On the contrary, natural morphic metaphors, as a rule, are preserved in the translated text. The relevance of the study lies in the fact that at present, the translations of the Chinese philosophical text into Russian have not been sufficiently studied. Analysis of Russian texts “Lun yu” — “Judgments and Conversations (Lunyu)” translated by P.S. Popov, “I believe in antiquity” translated by I.I. Semenenko, “Lun yu” translated by L.S. Perelomov — made it possible to analyze the techniques of translating metaphors, due to the author’s preferences of the translators, as well as the possibility of preserving the original metaphor in translated texts. Three versions of the translation of the title of the ancient Chinese treatise into Russian indicate different approaches to the translation of the text. The conclusion summarizes the results of the study of techniques and methods of transferring political metaphors into Russian.

Keywords: political metaphor, translation techniques, Chinese treatise, Lun yu, Confucius, Confucianism

Article history:

Received: 01.09.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Chen, Liang, Perfilieva, N.V. & Du, Jingzeng (2021). Political Metaphors of the Ancient Chinese Treatise of Confucius “Lun yu”. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1094—1106. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1094-1106

Введение

Метафора — это универсальное явление, которое существует во всех языках. Она облегчает восприятие абстрактных понятий. Благодаря метафорам речь становится образнее, выразительнее, привлекательнее. У метафоры есть множество различных определений, каждое из которых воспроизводит ее значение и смысл. С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова рассматривают метафору как вид тропа, при котором происходит уподобление одного предмета, а также вообще образным сравнением в разных видах искусств [1. С. 353]. Функция метафоры — определить один предмет через другой предмет, установив сходство между ними. А.П. Чудинов отмечает, что «<...> использование метафоры обогащает арсенал наименований (лексикон языка), служит средством украшения речи и способствует воздействию на адресата. Вместе с тем многие исследователи считали, что метафоричность нередко мешает ясности и точности мышления <...>» [2. С. 120].

С когнитивной точки зрения метафора помогает понять одну вещь через другую. Дж. Лакофф и М. Джонсон [3] переносят внимание читателей с традиционной риторической роли исследования метафор на их когнитивную роль, концептуальное мышление. Е.А. Красина и Н.В. Перфильева подчеркивают, что «для человека всякий опыт пропитан вербализмом, связан со словом, его познание обусловлено двунаправленным движением от мира к слову и от слова к миру» [4. С. 63]. Так, раньше метафора использовалась как риторическая фигура речи с целью сделать язык более ясным и приемлемым для людей [5]. Как когнитивный или мыслительный метод метафора имеет уникальное определение и убедительную функцию в политической доктрине [6—8].

Политика есть область человеческой деятельности, требующая тщательного рассмотрения, поскольку помогает формировать убеждения и развивать активную гражданскую позицию. Политическая метафора позволяет избежать пространных объяснений и проповедей политиков и может живо тронуть сердца людей. Метафора активно использовалась в политической риторике древнего Китая для достижения политических целей, так как давала возможность выразить абстрактные политические идеи живым языком. Для правильного понимания метафор нередко необходимо знание бытовых реалий и культурного кода народа. Например, в 12-ом параграфе восьмой главы «Лунь юй» написано, что «<...> 三年学, 不至于谷 <...>» ‘учиться три года, ни разу не подумать о пшене’. В древнем Китае зарплата чиновников состояла не только из денег, но и из различных зерновых культур, например из 谷 [гу] ‘посо, пшено’. В древнем Китае думать о пшене или стремиться к пшене имело значение стать чиновником. В словаре древнекитайских

общеупотребительных иероглифов иероглиф 谷 [гу] имеет следующие значения: 1. различные зерновые культуры; 2. зарплата; 3. жить [9. С. 163]. Отметим, что Л.С. Переломов перевел это предложение как «<...> какой человек, проучившись три года, не мечтал бы получить казенное жалование <...>» [10. С. 360].

Остановимся подробнее на классификации политических метафор А.П. Чудинова.

Методология исследования

Различные модели метафор, отражающие реальность, нуждаются в своей многомерной классификации. С помощью основных понятийных сфер-источников А.П. Чудинов классифицирует модели метафор и выделяет следующие разряды:

- *антропоморфная метафора*, для которой характерно выражение политических реалий через события человеческой жизни;
- *природморфная метафора*, для которой политическая реальность передается через человеческое восприятие природы и окружающего мира;
- *социальная метафора*: политическая реальность сравнивается с устройством общества;
- *артефактная метафора*: политическая реальность передается через предметы или вещи, созданные человеком [11].

Рассмотрим политические метафоры Конфуция и варианты их перевода на русский язык.

Политические метафоры трактата Конфуция «Лунь юй»

Конфуций, взявший на себя ответственность за управление страной и основываясь на беспокойной социальной реальности в период Чуньцю (770—477/403 гг. до н.э.), был величайшим политиком, мыслителем, педагогом, военным стратегом и основателем конфуцианства. «Конфуций стремился развивать патриархально-патерналистскую концепцию государства, где государство — это большая семья» [12. С. 121]. Трактат «Лунь юй» содержит основные положения доктрины Конфуция, записанные учениками после его смерти. Трактат представляет собой беседу Конфуция с учениками, во время которой он формулирует свои политические, этические, моральные и образовательные идеи и принципы.

Суть конфуцианства можно выразить с помощью следующих ценностей:

- 仁 [жэнь] ‘человеколюбие, гуманность’;
- 义 [и] ‘долг, справедливость’;
- 礼 [ли] ‘ритуал’, соблюдение церемоний и обрядов;
- 智 [чжи] ‘мудрость’;
- 信 [синь] ‘искренность’.

Конфуций считал, что указанные ценности должны быть основой политического устройства страны, быть гарантом стабильности и консолидации

общества. Конфуцианство оказало сильное влияние на китайскую культуру, стало нераздельной частью духовной жизни китайского общества.

Первый перевод трактата «Лунь юй» в России был сделан Н.Я. Бичуриным в начале XIX века, за ним последовали переводы В.П. Васильева, П.С. Попова и других переводчиков [13. С. 155]. В настоящее время существует целый ряд вариантов перевода «Лунь юй» на русский язык, выполненных Л.С. Переломовым [10], В.А. Кривцовым [14], И.И. Семененко [15] и др. Несмотря на то, что существует большое количество переводов трактата на русский язык, до сих пор нет сравнительного лингвистического исследования переизданных текстов. Для анализа выбраны следующие тексты:

- «Суждения и беседы (Лунь юй)» в переводе П.С. Попова (2015) [16];
- «Я верю в древность» в переводе И.И. Семененко (1995) [15];
- «Лунь юй» в переводе Л.С. Переломова (1998) [10].

Классификация политических метафор «Лунь юй»

В высказываниях Конфуция имеется большой объем политических мнений или идей [20]. Однако политических метафор в трактате «Лунь юй» сравнительно немного. Для анализа было выбрано 85 предложений, в которых политические идеи философа передаются метафорически. В фокусе исследования — особенность передачи политических метафор в переводе с китайского на русский язык.

Антропоморфные метафоры

Согласно классификации А.П. Чудинова для антропоморфной метафоры характерна передача политических реалий через события человеческой жизни. Примерно 25% метафор являются примерами антропоморфной метафоры (см. Таблица 1).

Таблица 1 / Table 1

Антропоморфная метафора
Anthropomorphic metaphor

Текст в оригинале // <i>Original text</i>	Дословные перевод // <i>Literal translation</i>	Перевод П.С. Попова // <i>Translation by P.S. Popov</i>	Перевод И.И. Семененко // <i>Translation by I.I. Semenenko</i>	Перевод Л.С. Переломова // <i>Translation by L.S. Perelomov</i>
子曰：“苟正其身矣，于从政乎何有？不能正其身，如正人何” (XIII, 13)	‘Конфуций сказал: «Если вы исправляете свое тело, то, в чем трудность управления? Если вы не можете исправить свое тело, как вы можете исправить других?»’	Философ сказал: «Если кто исправит себя, то какая трудность для него участвовать в управлении? Если же кто не в состоянии исправить самого себя, то каким образом он будет исправлять других?»	Учитель говорил: «Когда ты исправляешь сам себя, то с чем не справишься в правлении? Когда не можешь сам себя исправить то как же будешь исправлять других?»	Учитель сказал: «Если человек способен сам исправить себя, то разве будут ему трудны дела управления? Если же не способен сам исправить себя, то как он сможет исправлять других?»

В таблице 1 в качестве метафоры используется иероглифический знак 身 [шэнь] ‘тело человека’, который имеет значение ‘слова, дела и действия’ [21. С. 1208]. Конфуций утверждает, что правитель страны должен сначала научиться управлять своим телом, т.е. собственными словами и делами, прежде чем он сможет управлять другими людьми. При переводе не удалось сохранить оригинальную метафору, так как в русском языке лексическая единица *тело человека* не вызывает ассоциаций со словами или государственными делами. Переводчики заменили иероглиф 身 [шэнь] ‘тело человека’ на возвратное местоимение *себя* для более точной передачи метафоры Конфуция.

Приведем второй пример политической метафоры в таблице 2.

Таблица 2 / Table 2

**Антропоморфная метафора
Anthropomorphic metaphor**

Текст в оригинале // <i>Original text</i>	Дословный перевод // <i>Literal translation</i>	Перевод П.С. Попова // <i>Translation by P.S. Popov</i>	Перевод И.И. Семенов // <i>Translation by I.I. Semenenko</i>	Перевод Л.С. Переломов // <i>Translation by L.S. Perelomov</i>
举直错诸枉民服； 举枉错诸直， 则民不服。 (II, 19)	‘Положить прямую на кривую — народ покорится; положить кривую на прямую, народ не покорится’	Если возвышать прямых людей и устранять бесчестных, то народ будет покорен; если же возвышать бесчестных и устранять прямых людей, то он не будет покорен	Если возвысить и поставить честных над бесчестными. То народ придет к покорности. Если возвышать бесчестных, ставя из над честными, то народ не покорится	Если возвышать прямых и ставить их над кривыми то народ сам подчинится. Если возвышать кривых и ставить их над прямыми то народ не подчинится

Иероглиф 直 [чжи] имеет следующие значения: «Прямой (в отличие от кривой); выпрямляться; честный, беспристрастный; откровенный», в данном контексте слово 直 [чжи] используется значение *честный человек* [21. С. 1748].

Значение иероглиф 枉 [ван] толкуется как: «Кривой или наклонный, метафорические значения: ошибка или отклонение; изгибать; несправедливость; непроизводительная работа», в данном контексте слово 枉 [ван] используется в переносном значении *нечестный человек* [21. С. 1409].

П.С. Попов частично сохранил метафору Конфуция, так как в русском языке лексическая единица *прямой* также может употребляться в значении *честный*. Лексема *кривой* была заменена на слово *бесчестный*. Л.С. Переломов сохранил оппозицию Конфуция *прямой* — *кривой*, что, на наш взгляд, является менее удачным, так как в русском языке лексема *кривой человек* скорее имеет значение *человек с каким-либо физическим недостатком*. Отметим, что метафора Конфуция в переводах П.С. Попова и И.И. Семенов не была сохранена и была трансформирована в больший по объему текст:

Положить прямую на кривую возвышать прямых людей и устранять бесчестных

(П.С. Попов)

возвысить и поставить честных над бесчестных

(И.И. Семенов)

Анализ антропоморфных политических метафор «Лунь юй» показал, что они, как правило, не сохраняются при переводе с китайского языка на русский язык: переводчики вынуждены передавать метафоры описательно, что, естественно, ведет к увеличению объема текста и теряется образность и метафоричность. Л.С. Переломов сохранил метафору Конфуция, однако предложенный вариант сложен для понимания, появляется двусмысленность высказывания, которая отсутствует в оригинальном тексте.

Очевидно, антропоморфные метафоры легче поддаются передаче на другие языки, так как, по-видимому, на ранних стадиях человеческого развития выразительная сила языка была довольно слабой. Метафора в основном заключалась в том, что люди использовали себя в качестве ориентира, чтобы выразить то, что они видят, слышат и чувствуют в отношении вещей вокруг себя [17]. Каждый человек видел окружающий мир через себя, антропоморфные метафоры сложнее для передачи, они формировали у каждого народа по-своему.

Природоморфная метафора

Согласно приведенной классификации ко второму разряду относятся природоморфные метафоры. Данный разряд занимает наибольший объем политических метафор в «Лунь юй», примерно 38% метафор являются примерами природоморфной метафоры. Приведем следующие примеры (см. Таблица 3, 4):

Таблица 3 / Table 3

Природоморфная метафора Nature-morphic metaphor

Текст в оригинале // <i>Original text</i>	Дословный перевод // <i>Literal translation</i>	Перевод П.С. Попова // <i>Translation by P.S. Popov</i>	Перевод И.И. Семенова // <i>Translation by I.I. Semenov</i>	Перевод Л.С. Переломова // <i>Translation by L.S. Perelomov</i>
君子之德风，小人之德草，草上之风必偃。 (XII, 19)	‘Добродетель благородного мужа — ветер, а образ маленького человека — трава. Ветер дует на траву, трава падает’	Добродетели благородного мужа — это ветер, а качества низкого человека — это трава, и ветер, гуляющий по траве непременно пригибает ее	У благородного мужа добродетель — ветер, у малых же людей она — трава; склоняется трава вслед ветру	Добродетель благородного мужа — ветер, добродетель маленьких людей — трава. Куда дует ветер, туда и склоняется трава

Добродетель благородного мужа и образ низкого человека передаются соответственно через иероглифические знаки 风 [фэн] ‘ветер’ и 草 [цао] ‘трава’; поведение лидера, по мнению Конфуция, подобно ветру, а поведение подлых людей подобно траве.

Иероглиф 小 [сяо] имеет значение *маленький* [21. С. 1496]. В данном предложении употребляется переносное значение — *подлый человек*. П.С. Попову удалось сохранить и передать смысл фразы, заменив лексическую единицу *маленький* на *низкий человек*. В переводах И.И. Семеновко и Л.С. Переломова данный смысл теряется, так как исчезает семантический компонент *подлый человек*.

Таблица 4 / Table 4

**Природоморфная метафора
Nature-morphic metaphor**

Текст в оригинале // Original text	Дословный перевод // Literal translation	Перевод П.С. Попова // Translation by P.S. Popov	Перевод И.И. Семеновко // Translation by I.I. Semenovko	Перевод Л.С. Переломова // Translation by L.S. Perelomov
子曰：“为政以德，譬如北辰，居其所而众星共之。” (II, 1)	‘Конфуций сказал: «делать политику с помощью морали — это как Полярная звезда, которая находится на своем месте а другие звезды окружают ее»’	Философ сказал: «кто управляет при помощи добродетели, того можно уподобить северной Полярной звезде, которая пребывает на своем месте, а остальные звезды с почтением окружают»	Учитель сказал: «Правитель, положившийся на добродетель, подобен северной Полярной звезде, которая замерла на своем месте среди сонма обращающихся вокруг нее созвездий»	Учитель сказал: «Осуществлять правление, опираясь на добродетель, это подобно Полярной звезде. Она замерла на своем месте, в все другие звезды движутся окрест нее»

В данном высказывании Конфуция правитель, пользующийся моралью для управления страной, сравнивается с 北辰 [бэй чэнь] ‘Полярная звезда’, тогда люди, которые поддерживают его, являются звездами.

В контексте иероглифы 共 [гун] и 拱 [гун] имеют одинаковое значение: «сложить руки вместе и поднимать переднюю часть рук; окружать» [21. С. 478]. Конфуций использует переносное значение как почтение, уважать. П.С. Попов полностью объяснил смысл Конфуция, И.И. Семеновко и Л.С. Переломов сохранили структуру оригинального текста.

При переводе политических метафор «Лунь юй» удается, в основном, сохранить смысл и структуру природоморфных метафор. Очевидно, природа, окружающий мир обнаруживают гораздо больше совпадений в их восприятии человеком, чем другие типы ассоциаций. При переводе природоморфных метафор, как правило, переводчику удается их сохранить и передать, используя соответствующие лексические единицы русского языка.

Социальная метафора

К третьему разряду по классификации А.П. Чудинова относится социальная метафора. Социум является источником политической метафоры. Примерно 25% метафор являются примерами социальной метафоры. Приведем примеры в таблице 5:

Таблица 5 / Table 5

Социальная метафора Social metaphor

Текст в оригинале // <i>Original text</i>	Дословный перевод // <i>Literal translation</i>	Перевод П.С. Попова // <i>Translation by P.S. Popov</i>	Перевод И.И. Семеновко // <i>Translation by I.I. Semenenko</i>	Перевод Л.С. Переломова // <i>Translation by L.S. Perelomov</i>
子贡欲去告朔之饩羊，子曰：“赐也！尔爱其羊，我爱其礼也。” (III, 17)	‘Цзы гун хотел отменить живого барана первого числа каждого месяца. Конфуций сказал: «Цы! Ты любишь этого барана, а я люблю такой ритуал»’	Цзы-гун хотел отменить принесение в жертву живого барана при объявлении в храме предков о наступлении первых чисел каждого месяца. На это философ заметил: «Цы жаль барана, а мне жаль церемоний»	Цзыгун желал, чтобы при оглашении первого числа прекратили приносить в жертву барана. Учитель возразил: «тебе, Цы, жаль этого барана, а мне жаль этот ритуал»	Цзы Гун хотел отменить обряд жертвоприношения барана при объявлении первого дня месяца. Учитель сказал: «Цы! Ты любишь этого барана, а я люблю этот ритуал»

В древнем Китае церемония жертвоприношения живого барана первого числа каждого месяца называлась 告朔 [гао шо]. Иероглифический знак 朔 [шо] состоит из двух частей, правая часть — 月 [юэ] ‘луна’, а левая часть 𠄎 [ни] имеет переносное значение ‘новорожденный, первичный’ [22], поэтому первый день каждого месяца по лунному календарю называли 朔 [шо] [21. С. 1287]. Иероглиф 告 [гао] переводится как ‘излагать, высказывать’ [21. С. 455]. В оригинальном тексте Конфуция упоминание убийства барана передается с помощью синекдохи — отменить живого барана, т.е. отменить церемонию жертвоприношения.

При переводе переводчики почти полностью трансформировали метафору Конфуция, добавили экстралингвистическую информацию о церемонии, в результате получился больший по объему текст.

Артефактная метафора

К четвертому разряду принадлежит артефактная метафора, артефакты являются источником политической метафоры. Человек реализует себя в

¹ Цы: Цзы Гун — ученик Конфуция.

создаваемых им вещах — артефактах [19. С. 69]. Приведем следующие примеры (см. Таблица 6, 7):

Таблица 6 / Table 6

**Артефактная метафора
Artifact metaphor**

Текст в оригинале // Original text	Дословный перевод // Literal translation	Перевод П.С. Попова // Translation by P.S. Popov	Перевод И.И. Семенов // Translation by I.I. Semenenko	Перевод Л.С. Переломова // Translation by L.S. Perelomov
子曰：“人而无信，不知其可也。大车无𨔵，小车无𨔵其何以行之哉？” (II, 22)	‘Конфуций сказал: «человек, который не имеет искренности, не знает, что ему делать. На большой повозке отсутствует бугель, и на маленькой повозке отсутствует бугель, как они двигаются?»’	Философ сказал: «я не думаю, чтобы неискренний человек был годен к чему-либо. Каким образом может двигаться большая телега без перекладины для постромка или малая телега без ярма?»	Учитель говорил: «человек и не быть правдивым? Не ведаю возможно ли такое. Если у малой ли, большой повозки не скреплены оглобли с перекладиной, разве на них какая-то езда возможно?»	Учитель сказал: «не знаю, возможно ли такое, чтобы у человека не было чести. Это подобно тому, как у большой повозки нет конца дышла, удерживающего ярмо-перекладины, а у малой повозки нет шкворня, соединяющего ярмо с перекладиной. Смогут ли они двигаться?»

Таблица 7 / Table 7

**Артефактная метафора
Artifact metaphor**

Текст в оригинале // Original text	Дословный перевод // Literal translation	Перевод П.С. Попова // Translation by P.S. Popov	Перевод И.И. Семенов // Translation by I.I. Semenenko	Перевод Л.С. Переломова // Translation by L.S. Perelomov
子曰：“君子不器。” (II, 12)	‘Конфуций сказал: «Благородный муж не инструмент»’	Философ сказал: «Благородный муж не есть только для одного какого-либо употребления»	Учитель сказал: «Благородный муж не инструмент»	Учитель сказал: «Благородный муж не инструмент»

Дадим некоторые комментарии: 𨔵 [ни] ‘бугель, хомут с кольцом (крюком, на конце оглобли, дышла, большой повозки)’, 𨔵 [юэ] ‘бугель, конский хомут с крюком (кольцом, на конце оглобли малой повозки)’. Конфуций пишет, что искренность является основным качеством человека, его основной движущей силой. Иероглиф 信 [синь] *искренность* употребляется в переносном значении — основа жизни и действий человека, без искренности человек не способен совершать какие-либо действия. Сходство в функционировании

телеги и действий человека позволило Конфуцию создать яркую метафору, где иероглиф искренность в данном контексте реализует сразу два значения: исходное *искренний* и переносное *человек, чьи действия отвечают нормам общества*. Конфуций подчеркивал, что государственный правитель обязательно должен быть верным и искренним человеком.

Заключение

Проведенный анализ политических метафор трактата позволили сделать следующие обобщения и выводы:

1. Конфуций, сделавший детальное исследование политической структуры страны, выразил свои политические идеи. Почти всегда его политические идеи передаются или с помощью сравнений, или с помощью метафор. Метафорическое выражение политических взглядов позволяет философу передать их очень кратко и образно.

2. Сжатое метафорическое представление политических идей представляет определенную трудность при переводе. Проведенное исследование показало, что П.С. Попов почти всегда трансформирует метафоры Конфуция для более точной передачи смысла, что, естественно, ведет к увеличению объема текста и нередко не удается сохранить исходную метафору. Зачастую приходится давать экстралингвистические комментарии. И.И. Семененко и Л.С. Переломов при переводе почти всегда старались сохранить аутентичный текст философского трактата, тем не менее нередко сохранение и дословный перевод метафоры с китайского на русский язык приводит не только к потере самой метафоры, но и смысла фразы.

3. Анализ перевода политических метафор с китайского языка на русский язык показал, что антропоморфные метафоры почти никогда не удается сохранить. Природоморфные метафоры, напротив, легче поддаются переводу с китайского на русский язык.

Библиографический список

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80,000 слов и фразеологических выражений. Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. М.: ООО «А ТЕМП», 2006.
2. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. М.: Наука, 2007.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004.
4. Красина Е.А., Перфильева Н.В. Основы филологии: лингвистические парадигмы. М.: Флинта, 2015.
5. Скребцова Т.Г. Современные исследования политической метафоры // Вестник Санкт-Петербургского университета. Языковедение и литература. 2005. № 1. С. 35.
6. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политической коммуникации: монография. М.: Флинта: Наука, 2008.
7. Murashova E.P. The role of the cognitive metaphor in the hybridisation of marketing and political discourses: An analysis of English-language political advertising // Training, Language and Culture. 2021. № 5 (2). P. 22—36. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-22-36

8. Тамерьян Т.Ю., Цаголова, В.А. Динамика метафорической вербализации образа Kanzlerin Angela Merkel. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. № 10 (1). С. 141—151. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-1-141-151
9. 宋水石古汉语常用字字典. 北京: 人民日报出版社, 2004. (*Сун Шуйши* Словарь древнекитайских общеупотребительных иероглифов. Пекин: издательство Жэньминь жибао, 2004).
10. Переломов Л.С. Конфуций «Лунь юй». М.: Восточная литература, 1998.
11. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000): монография. Екатеринбург, 2001.
12. Пак Е.М. Влияние конфуцианства на политический дискурс, метафора в политическом языке КНР // Научный вестник Южного института менеджмента. 2017. № 3. С. 119—122.
13. Переломов Л.С. Четверокнижие — ключ к постижению конфуцианства. Конфуцианское четверокнижие (Сышу). М.: Восточная литература, 2004.
14. Кривцов В.А. Лунь юй. Древнекитайская философия. Т. 1. М.: Мысль, 1972.
15. Головачева Л.И. Беседы и суждения Конфуция // Рубеж. 1992. № 1. С. 259—310.
16. Семенов И.И. Я верю в древность. М.: Республика, 1995.
17. Попов П.С. Суждения и беседы. Конфуций. М.: Эксмо, 2015.
18. 王文斌论隐喻中的始源之源 // 外语研究. 2003. № 4. (*Ван Вэньбинь* Об источнике происхождения метафоры // Исследование иностранных языков. 2003. № 4).
19. Глазачева Н.Л. Манипулятивный потенциал китайской политической метафоры как средство формирования представлений о картине мира. Россия и Китай: аспекты взаимодействия и взаимовлияния: Материалы заочной Международной научно-практической конференции, Благовещенск, 22—30 октября 2013 года, под ред. Н.Л. Глазачевой, О.В. Залесской. Благовещенск: Благовещенский государственный педагогический университет, 2013. С. 66—70.
20. 杨伯峻论语释注. 北京: 中华书局, 1980. (*Ян Боцзюнь* Лунь юй с переводом и примечаниями. Пекин, 1980).
21. 现代汉语词典 (第 5 版) 中国社会科学院语言研究所 词典编辑室. 北京: 商务印书馆 2005. (Современный китайский словарь Института лингвистики китайской Академии социальных наук. Пекин, 2005).
22. Энциклопедия Байду [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/%E5%B1%B0/3296732?fr=aladdin> (дата обращения: 07.06.2021).

References

1. Ozhegov, S.I. & Shvedova, N.Yu. (2006). *Explanatory dictionary of the Russian language: 80,000 words and phraseological expressions*. Russian Academy of Sciences. Institute of the Russian language. V.V. Vinogradov. Moscow: ООО “А ТЕМП”. (In Russ.).
2. Chudinov, A.P. (2007). *Political Linguistics*. Moscow: Nauka. (In Russ.).
3. Lakoff, G. & Johnson, M. (2004). *Metaphors that we live by*: A.N. Baranov (ed., transl.). Moscow: URSS. (In Russ.).
4. Krasina, E.A. & Perfilieva, N.V. (2005). *Fundamentals of Philology: linguistic paradigms*. Moscow: FLINT. (In Russ.).
5. Skrebtsova, T.G. (2005). Modern studies of political metaphor. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 1, 35. (In Russ.).
6. Budaev, E.V. & Chudinov, A.P. (2008). *Metaphor in political communication: monograph*. Moscow: Flint: Nauka. (In Russ.).
7. Tameryan, T.Y., & Tsagolova, V.A. (2019). Dynamics of Metaphorical Verbalization Image of Kanzlerin Angela Merkel. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(1), 141—151. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-1-141-151

8. Murashova, E.P. (2021). The role of the cognitive metaphor in the hybridisation of marketing and political discourses: An analysis of English-language political advertising. *Training, Language and Culture*, 5(2), 22—36. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-22-36
9. Song, Shuishhi. (2004). *Dictionary of Common Ancient Chinese Hieroglyphs*. Beijing: People's Daily Press. (In Chinese).
10. Perelomov, L.S. (1998). Confucius “Lun yu”. Moscow: Vostochnaja literatura. (In Russ.).
11. Chudinov, A.P. (2001). *Russia in a metaphorical mirror: Cognitive Study of Political Metaphor (1991—2000)*: Monograph. Yekaterinburg. (In Russ.).
12. Pak, E.M. (2017). The influence of Confucianism on political discourse, metaphor in the political language of the PRC. *Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management*, 3, 119—122. (In Russ.).
13. Perelomov, L.S. (2004). *The Four Books are the key to understanding Confucianism. Confucian Quatrains (Shishu)*. Moscow: Vostochnaya literatura. (In Russ.).
14. Krivtsov, V.A. (1972). *Lun yu. Ancient Chinese Philosophy*. Vol. 1. Moscow: Misl'. (In Russ.).
15. Golovacheva, L.I. (1992). *Conversations and judgments of Confucius*. *Rubezh*, 259—310. (In Russ.).
16. Semenenko, I.I. (1995). *I believe in antiquity*. Moscow: Respublika. (In Russ.).
17. Popov, P.S. (2015). *Judgments and conversations. Confucius*. Moscow: Eksmo. (In Russ.).
18. Wang, Wenbin. (2003). On the source of the metaphor. *Research of foreign languages*, 4. (In Chinese).
19. Glazacheva, N.L. (2013). Manipulative potential of the Chinese political metaphor as a means of forming ideas about the world picture. Russia and China: Aspects of Interaction and Mutual influence: *Materials in the correspondence International scientific-paratical conference*, Blagoveshchensk, October 22—30, 2013, N.L. Glazacheva, O.V. Zalesskaya (eds.). Blagoveshchensk: Blagoveshchensk State Pedagogical University. pp. 66—74. (In Russ.).
20. Yang, Bojun. (1980). *Lunyu with translation and notes*. Beijing. (In Chinese).
21. *Modern Chinese Dictionary (5th Edition) (2005)*. Institute of Linguistics, Chinese Academy of Social Sciences, Dictionary editorial department. Beijing. (In Chinese).
22. Baidu Encycloptdia by [Electronic resource] URL: <https://baike.baidu.com/item/%E5%B1%B0/3296732?fr=aladdin>. (accessed: 07.06.2021). (In Chinese).

Сведения об авторах:

Чэнь Лян, аспирант кафедры общего и русского языкознания филологического факультета Российского университета дружбы народов; *e-mail*: 1042198012@rudn.ru

Перфильева Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего и русского языкознания филологического факультета Российского университета дружбы народов; *научные интересы*: семантика, прагматика, сравнительно-сопоставительное языкознания; *e-mail*: perfilyeva-nv@rudn.ru

Ду Цзинцзэн, аспирант кафедры общего и русского языкознания филологического факультета Российского университета дружбы народов; *e-mail*: 1042208078@rudn.ru

Information about the authors:

Liang Chen, PhD student of the General and Russian Linguistics Department, Philological faculty, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University); *e-mail*: 1042198012@rudn.ru

Natalia V. Perfilyeva, PhD in Philology, Associate Professor of the General and Russian Linguistics Department, Philological faculty, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University); *Research interests*: semantics, pragmatics, comparative linguistics; *e-mail*: perfilyeva-nv@rudn.ru

Jingzeng Du, PhD student of the General and Russian Linguistics Department, Philological faculty, Peoples' Friendship University of Russia; *e-mail*: 1042208078@rudn.ru



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1107-1123

УДК 811.113.6'255.2:801.73

Научная статья / Research article

Переводы Библии в Швеции

И.В. Матыцина 

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1

✉ imatits@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются подходы к переводу Библии, существовавшие в Швеции в разное время. Особое внимание уделяется последнему на сегодняшний день переводу 2000 г. (Библия 2000). В преддверии празднования пятисотлетия первого перевода Евангелия (1526 г.) эта тема является особенно актуальной и все более активно поднимается в трудах шведских исследователей, прежде всего потому, что в 2026 г. планируется выход очередного нового перевода Библии. Данная традиция закладывается в 1540—1541 гг., когда выходит «Библия Густава Васы» (Gustav Vasas bibel) — перевод полного текста Библии, который оказывал влияние на умы и сердца шведов почти четыре столетия и заложил основы норм шведского литературного языка. Подход, продекларированный Лютером, стал основополагающим принципом перевода Библии на шведский язык: текст должен точно передавать посыл, дух и содержание оригинала, но не буквально, а так, чтобы быть понятным неученым людям. «Библия Густава Васы» переиздавалась дважды: в 1618 г. («Библия Густава II Адольфа») и в 1703 г. («Библия Карла XII»), причем каждое новое издание подвергалось официальному редактированию. В 1773 г. Густав III учредил Библейскую комиссию и дал ей поручение: заменить устаревший текст на новый. Работа заняла 144 года, и в 1917 году вышла «Библия Густава V». Однако многочисленные изменения, происшедшие в шведском языке в течение XX в., развитие науки о языке и переводе и новые научные данные легли в основу нового проекта по переводу Библии, который стартовал в 1972 г. и завершился публикацией Библии 2000. Перевод явился плодом совместной работы многочисленных экспертов и простых пользователей, работа заняла почти тридцать лет, и ее результатом стало создание текста, который, по мнению многих, является уникальным, так как стремится передать стиль каждой отдельной книги. Налицо, однако, разрыв с многовековой традицией перевода Библии, так как после текстологического анализа эксперты и переводчики нередко принимали решения по переводу отдельных слов и целых конструкций, не имеющие ничего общего с устоявшейся практикой. Это привело к тому, что критики считают текст Библии 2000 неоправданно упрощенным, «будничным», лишенным своей торжественной красоты и величия.

Ключевые слова: Библия, Швеция, шведский язык, перевод, коллаборативный перевод

© Матыцина И.В., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи:

Дата поступления: 01.06.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Матыцина И.В. Переводы Библии в Швеции // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1107—1123. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1107-1123

UDC 811.113.6'255.2:801.73

Bible Translations in Sweden

Irina V. Matytsina 

Lomonosov Moscow State University,
1, Leninskie Gory, Moscow, Russian Federation, 119991
✉imatits@gmail.com

Abstract. The article focuses on approaches to Bible translation that existed in Sweden in different periods. Special attention is paid to what is to date the latest translation in 2000 (Bible 2000). On the eve of celebration of the 500th anniversary of the first translation of the Gospels (1526) this topic is particularly relevant and discussed more and more actively in works by Swedish researchers, first and foremost because a new edition of the next Bible translation is planned in 2026. This tradition goes back to 1540—1541 when translation of the full Bible was printed, known as the Gustav Vasa Bible (Gustav Vasas Bibel), which has made an impact on the hearts and minds of Swedish people for almost four centuries and formed the basis of Standard Swedish. The approach declared by Luther has become a fundamental principle of Bible translations into Swedish: text must convey precisely the message, spirit and content of the original, not literally, however, but in the language that is clear to uneducated people. The Gustav Vasa Bible was reissued twice: in 1618 (the Gustav II Adolf Bible) and 1703 (the Charles XII Bible). What's more, every new edition was redacted officially. In 1773 Gustav III established the Biblical Commission and requested to replace the outdated text with a new one. However, there were numerous changes in the Swedish Language during the XXth century. Besides, the development of linguistics and translation studies, as well as new scientific data have formed the basis of a new Bible translation project that was launched in 1972 and ended up with publishing the Bible-2000. The translation is the result of collaboration between numerous scholars and average readers. It took almost thirty years to perform the work. In the end, a text was created which most people think is unique, as it strives to convey the style of each particular book. However, there is obviously a gap between the new text and the centuries-old tradition of Bible translation, because after textual analysis was complete, scholars and translators often took decisions about how to render separate words and whole phrases. Their decisions had nothing in common with established practice. Consequently, critics consider that the text of Bible-2000 is often greatly oversimplified, “everyday”, lacking its solemn beauty and magnificence.

Keywords: the Bible, the Swedish language, the Swedish Language, translation, collaborative translation

Article history:

Received: 01.06.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Matytsina, I.V. (2021). Bible Translations in Sweden. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1107—1123. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1107-1123

Введение

Необходимость в переводе Библии на шведский язык возникла после принятия христианства. В первую очередь, переводились исторические книги Ветхого Завета и отрывки из Книги Бытия, которые использовались во время литургии и назывались *lektier* — чтения на шведском языке во время латинской мессы. Большое количество переводных текстов представляют собой отрывки из Евангелий, которые использовались в проповедях, произносимых на шведском языке, так называемые *perikoper*. И еще один важный корпус переводных текстов — это прямые и не прямые цитаты из Библии, которые обильно представлены в древнешведской литературе, прежде всего, в откровениях святой Биргитты [1]. Одним из самых древних памятников шведского средневекового переводческого искусства является выполненный в начале XIV века неизвестным мастером перевод Пятикнижия — *Pentateukparafrasen*, который отражает особенности раннего, «перифрастического», периода в истории шведского перевода: передать библейский текст нужно было не точно, а так, чтобы читать его было понятно и увлекательно. В период позднего средневековья переводы выполнялись уже гораздо ближе к современной норме перевода, которая требует максимально возможной точности в передаче оригинального текста. Эта норма развивалась, прежде всего, в биргиттинском монастыре в Вадстене. Наиболее яркими памятниками данного периода являются выполненные во второй половине XV века Йонсом Будде (Jöns Budde) и Николаусом Рагвальди (лат. Nicolaus Ragvaldi, шв. Nils Ragvaldsson) переводы других исторических (отчасти апокрифических¹) книг Ветхого Завета, а также Откровения Иоанна Богослова (Апокалипсис, последняя книга Нового Завета). Эти переводы предваряют собой труды реформаторов [1]. Перевод Нового Завета (Nya testamentet) в 1526 году — это событие, имеющее символическое значение, с него начинается (ранний) новошведский период в истории шведского языка (1526—1879). Но традиция перевода Библии закладывается лишь в 1540—1541 г. г., когда выходит перевод полного текста Библии, известный как Библия Густава Васы (Gustav Vasas bibel). Этот перевод оказывал влияние на умы и сердца шведов почти четыре столетия.

Известно, что центральными фигурами шведской Реформации были Лаврентиус Андре (лат. Laurentius Andreae, шв. Lars Andersson, рус. Лаврентий Андреа) и Олаус Петри (лат. Olaus Petri, шв. Olof Pettersson), однако текст Библии Густава Васы создавался, скорее всего, коллективом переводчиков, оставшихся анонимными. В основе этого труда лежали три «кита»: средневековая шведская литературная традиция, образцы латинской и немецкой письменности (в переводе Нового Завета сказывается влияние Эразма Роттердамского², а в Библии Густава Васы — Мартина Лютера и верхненемецкого

¹ Протестанты называют апокрифами книги Ветхого Завета, которые православие относит к неканоническим.

² В 1517 г. перевел на латинский язык и издал с комментариями «Новый Завет».

языка), а также ненормированный шведский язык того периода. Биргиттинское влияние проявилось в том, что этот шведский в значительной степени был очищен от нижненемецких вкраплений, а также в том, что переводчики следовали новой для того времени норме, требующей близости к оригиналу. Подход к переводу, продекларированный Лютером, стал основополагающим принципом перевода шведской Библии: текст должен точно передавать посыл, дух и содержание оригинала, но не буквально, а на том языке, который понятен неученым людям («Нужно расспрашивать мать в доме, детей на улице, простого человека на рынке, смотреть им в рот, как они говорят, и так же переводить. Тогда они понимают, что с ними говорят по-немецки», — Лютер «Послание о переводе» [2]) Под влиянием идей М. Лютера перевод шведской Библии осуществляется с высокой степенью унификации и идиоматичности, к которым реформаторы методично стремились и в которых достигли больших успехов (ср. М. Лютер: «Довольно часто случалось, что мы в течение двух, трех, даже четырех недель разыскивали и расспрашивали об одном единственном слове» [2]).

Эти два требования — верность оригиналу и понятность широкому читателю — стали законом для переводчиков в более поздние времена. Но в тот период они также соответствовали стремлению нового шведского государства создать эффективный и нормированный литературный язык. Центральное положение, которое Библия занимала в шведском обществе в то время и в последующие века, а также ее широкое распространение на всей территории страны делают Библию Густава Васы одним из важнейших текстов, благодаря которому были заложены основы норм литературного языка³. Однако с течением времени этот текст стал восприниматься как все более архаичный — язык изменился, многие конструкции и формы перестали быть понятны широкому читателю и возникла необходимость в модернизации перевода.

Библия Густава Васы переиздавалась дважды, и каждое новое издание подвергалось официальному редактированию. Это были так называемые Библия Густава II Адольфа (1618) и Библия Карла XII (1703). Редактирование касалось прежде всего орфографии и некоторых важных изменений в морфологии, кроме того, в тексте появилась нумерация глав и стихов. Эти изменения должны были сделать Библию более доступной для широкого читателя, поскольку текст, созданный в эпоху Реформации, и уже тогда воспринимавшийся как достаточно архаичский, хоть по-прежнему имел в обществе высокий статус, но для простого человека был малопонятен.

В 1773 г. Густав III учредил Библейскую комиссию и дал ей поручение: заменить устаревший текст на новый. На выполнение задания потребовалось 144 года, и в 1917 г. вышла Библия Густава V. Этому событию предшествовала публикация десятка пробных переводов Нового Завета, которые приобрели самоценную значимость, а издания Нового Завета 1883 и 1908 гг.

³ Кстати, именно здесь появились гласные ä и ö, которые являются отличительной чертой шведской орфографии.

считаются «нормализованными»⁴ (normalupplagor). Перевод Библии 1917 все ждали с нетерпением, но встретили с немалой долей критики. Текст критиковали за многословие и «разговорный» стиль, за близость к усредненной норме книжного языка. Кто-то считал, что язык Библии потерял свою торжественность, стал слишком обыденным, другие, напротив, называли его чересчур архаичным, были и те, кто критиковал Библию за несоответствие оригиналу. Все это привело к тому, что перевод 1917 г. также быстро устарел, и уже в середине 50-х гг. вышел указ короля о его переработке [1].

Не только язык, но и наука о языке ушли за это время далеко вперед, и библеисты, теологи, археологи, историки и переводчики считали, что знают несравнимо больше своих коллег, работавших в начале XX в. За период, прошедший после издания Библии 1917, были сделаны, по меньшей мере, две важные находки. В 1930-е годы были обнаружены угаритские тексты⁵ на территории современной Сирии, а в 1940-е годы — свитки Мертвого моря (Кумранские свитки⁶). Эти находки имели огромное значение для толкования Ветхого и Нового Завета. Благодаря им удалось раскрыть значение многих слов и конструкций, которые раньше представлялись неясными.

Таким образом, основными причинами создания нового перевода Библии наряду с процессами, происходившими в языке, явилось развитие библеистики⁷.

Основная часть

Толчок к началу работы над переводом Библии 2000 дало предложение, с которым выступил во Второй палате Риксдага представитель Народной партии Манне Столь (David Emmanuel (Manne) Stål) в 1961 г. [4]. После неоднократного обсуждения в Риксдаге и его комитетах идея Столя трансформировалась в решение о необходимости формирования Государственной комиссии (den statliga utredningen), получившей название Библейской комиссии (Bibelkommissionen). Таким образом, в отличие от предыдущих переводов, сделанных по указу короля, текст Библии 2000 разрабатывался по инициативе граждан после обсуждения в Риксдаге.

Задача, поставленная перед Библейской комиссией, была глобальной — создать новый перевод, имеющий общекультурную значимость и характеризующийся множественностью функций, среди которых:

⁴ За время работы Библейской комиссии было сделано более десяти переводов Нового Завета, однако, лишь два из них были одобрены и рекомендованы к использованию наряду с Библией Карла XII в школе и на богослужении. Эти версии 1884 и 1908 гг. получили название «normalupplagor» в отличие от окончательного перевода 1917 г.

⁵ Свод древних клинописных текстов, написанных в XIII и XII веках до н. э.

⁶ Манускрипты III—I в. н. э., среди которых были обнаружены копии почти всех книг Ветхого Завета.

⁷ Шв. *Den språkutveckling och den textforskning som förekommit sedan dess gör att det nu finns ett stort behov av en modern bibel* — ‘Произошедшее за это время <с момента перевода Библии 1917 г., прим. автора — ИМ> развитие языка и методов исследования текстов, определило потребность в создании современной библии’ [3].

- а) возможность использования различными религиозными организациями⁸;
- б) пригодность как для богослужений, так и для личного пользования, а также для обучения, как в средних, так и высших учебных заведениях;
- в) пригодность для чтения про себя и вслух, со сцены и с пасторской кафедры, для декламации и пения [5].

В состав учрежденной в 1972 г. Библейской комиссии вошли представители крупнейших политических партий и различных религиозных организаций, библеисты и переводчики. В постановлении о создании комиссии отмечалась необходимость «максимально эффективно использовать богатство и разнообразие ресурсов шведского языка и передать содержание и стиль оригинала так, чтобы не затруднить восприятие текста» (*Översättningen skall utnyttja det svenska språkets alla resurser på ett sådant sätt att det förmedlar texternas innehåll och stilkarakter på en rik och varierad svenska och utan att vålla onödiga språkliga hinder för förståelsen*) [6]. Целью проекта было «создание перевода, доступного пониманию обычного взрослого читателя со средним образованием и родным шведским языком» (*att åstadkomma en bibelöversättning som skulle vara tillgänglig för en vanlig normalskolad vuxen läsare med svenska som modersmål*) [3]. Этот текст следовало снабдить дополнительной информацией в виде примечаний, исторических справок, текстологических комментариев, отсылок к параллельным местам и т.д.

Самым главным отличием этого перевода от прошлых является отсутствие в нем стремления к стилистическому единообразию. Переводчики попытались воссоздать богатство оригинала, варьируя стиль в зависимости от особенностей разных книг и типов текстов. Такой подход был новаторским — раньше тексты Священного Писания переводились одинаково, без учета различий в стиле между, например, Евангелием от Марка и Евангелием от Луки, Книгой пророка Иеремии и Книгой пророка Исаии, поэзией и прозой. При создании Библии 2000 перед переводчиками ставилась задача максимально приблизить текст перевода к оригиналу и освободить его от позднейших наслоений, толкований и влияния традиции. В каждом конкретном случае выбор переводческого соответствия происходил на основе глубокого текстологического анализа и критического разбора текста оригинала. Решить такую глобальную задачу можно было только при взаимодействии многих экспертов — теологов⁹, гебраистов, археологов, историков, поэтов и писателей.

Например, традиционно писавшееся с заглавной буквы словосочетание *Den Helige Ande* ('Святой Дух' — безартиклевая форма существительного + прилагательное в определенной форме с реликтовым окончанием м.р. –е), превратилось в *den heliga anden* ('святой дух'), где все слова написаны со

⁸ Библия 2000 активно используется протестантами, екуменистами и католиками.

⁹ Впервые специалисты-библейсты были включены в работу по переводу Библии при создании версии 1917 г. В Библии 2000 их участие проявилось в доминанте герменевтического подхода, который привел к отказу от многих привычных формулировок и принятию новых, идущих вразрез с традицией (см. далее о переводе греч. *pneuma*) [1].

строчной буквы и налицо регулярное согласование прилагательного и существительного), а в некоторых контекстах его соответствием стал композит *gudsvind* ‘божий ветер’, поскольку греч. *pneuma* может означать и ‘ветер’, и ‘дух’); *den barmhärtinge samariten* стал называться *samarier*¹⁰ и так далее [1]. С точки зрения языка и стиля перевод 2000 года должен был соответствовать требованиям «идиоматичности, понятности и современности»¹¹, что на деле означало «избегать высокого и торжественного библейского слога» [6]. В Библии 2000 последовательно и радикально осуществляется адаптация к изменениям, происшедшим в языке, и находит свое отражение современная языковая норма. Например, величественные строки, описывающие Сотворение мира: *Varde ljus; och det vart ljus* (‘[...] да будет свет. И стал свет’, Быт. 1:1—3) [8] были заменены на стилистически нейтральное: *Ljus, bli till! Och ljuset blev till* (‘Свет, явись! И свет появился’) [1].

Многие слова изменили свое значение с 1917 года или исчезли из широкого употребления, сохранившись только в языке Библии. Так, например, Книга Екклесиаста начинается словами *Fåfängligheters fåfänglighet* ‘Суета сует’ (Екк. 1:2) [8]. Шведское существительное *fåfänglighet* означает ‘бессмысленность, бесцельность, преходящность, бренность, эфемерность’, однако, сейчас является малоупотребительным и производит на читателя совершенно иное впечатление, чем сто лет назад. Древнееврейское слово в оригинале означает ‘дуновение ветра’, ‘нечто нематериальное’, и потому в новом переводе был выбран вариант *Tomhet, idel tomhet* (‘*пустота, одна лишь пустота’ = ‘*пустое тщание’??). Этот вариант может показаться упрощенным, однако, по мнению специалистов, важно, что он не вызывает ложных ассоциаций с существительным *fåfånga* ‘тщеславие’ и ближе по смыслу к оригиналу [5].

Однако требование современности и естественности не предполагало использования только нейтральной и разговорной лексики. Переводчики старались разнообразить диапазон выразительных средств: в частности, в Псалтири встречается довольно много слов, принадлежащих к высокому стилю. Главным требованием было соответствие выбранного слова смыслу и стилю оригинала.

При принятии решения приходилось каждый раз прибегать к текстологическому анализу. Например, в Евангелии говорится о горе Преображения, куда Иисус взял с собой Петра, Иакова и Иоанна и начал молиться, и «вид лица Его изменился, и одежда Его сделалась белою, блистающею» (Лк, 9:29) [8] и «просияло лицо Его, как солнце, одежды же Его сделались белыми, как свет» (Мф, 17:2) [8]. В переводе 1917 г. начало реплики Петра в стихе 4 звучит следующим образом: *Herre, här oss gott att vara* (букв. ‘Господи, здесь нам

¹⁰ Ср. в русском языке: «самарянин» (устар. слово, обозначающее жителя Самарии) и «самаритянин» (нейтральное слово, от греч. *samarites*).

¹¹ Шв. *Det mål som vi har uppställt för språket i en kommande GT-översättning är idiomatisk, begriplig, naturlig nutida svenska* — «Мы решили, что Ветхий Завет необходимо перевести на идиоматичный, понятный, естественный современный шведский язык» [7].

хорошо быть'¹²). В Библии 2000: *Herre, det är bra att vi är med* (букв. 'Господи, хорошо, что мы с тобой'). Многим критикам показалось это неоправданным упрощением, не соответствующим торжественности ситуации. Но в греческом в этом случае употреблена нейтральная конструкция, и еще в 1917 г. переводчики сомневались, принимая свое решение, и в комментариях предложили альтернативный вариант: *Herre, det är gott, att vi äro här tillstädes* ('Господи, хорошо, что мы здесь'). Очевидно, что разница между *Herre, här oss gott att vara* и *Herre, det är gott, att vi äro här tillstädes* не только стилистическая, но и смысловая. В этом случае имеют место различные толкования оригинального текста [6].

Процесс перевода Библии 2000 получил название «коллоборативного перевода»¹³ и привлек интерес международной общественности. Суть его заключалась в следующем: пара, состоящая из специалиста-филолога и стилиста (в одной из пар в этой роли выступал, например, Нобелевский лауреат поэт Томас Транстрёммер) получала в работу текст. Филолог определял точное значение переводимого отрывка, а писатель пытался найти для него наиболее подходящее выражение. Они вместе вырабатывали первый вариант перевода, получавший название *öп-text* (шв. *översättarpårens version* букв. 'версия переводческой пары'). Этот текст поступал к двум специалистам-филологам (в случае перевода Ветхого Завета это должны были быть, по меньшей мере, доценты, специализирующиеся на экзегетике или семитистике), которые тоже высказывали свое мнение. Следующий этап — обсуждение на собрании отделения. Исправленный и отредактированный перевод (теперь его называли шв. *översättningsenhetens version* букв. 'версия переводческого отделения') отправлялся к экспертам по экзегетике и философии в разные уголки не только Швеции, но и других скандинавских стран. Их замечания учитывались, и создавалась новая версия, которая поступала в правление Библейской комиссии на одобрение. В течение всего хода работы выходили пробные переводы, которые постоянно предлагались на суд читателей из референтной группы, которую составляли писатели и переводчики, исследователи и культурологи, языковые эксперты, представители СМИ, педагоги и обычные пользователи Библии — молодые и старые. Таким образом, этот перевод — один из немногих в истории человечества — явился плодом совместной работы очень многих людей. Его создатели постоянно пребывали в контакте со своими потенциальными читателями, поэтому работа заняла почти три десятилетия.

В 1981 году вышел пробный перевод Нового Завета, и в 1986 году — апокрифы Ветхого Завета [11]. Полностью новый перевод был представлен

¹² Русский Синодальный перевод: «Господи! Хорошо нам здесь быть» [8].

¹³ В результате применения данной модели разрабатывается переводческий продукт, за который несет коллективную ответственность много участников (*many-to-many model*) [9]. Работа ведется, как правило, с использованием современных компьютерных технологий (например, облака). При коллоборативном переводе имеет место активное взаимодействие переводчиков между собой для более успешного решения поставленной задачи, в отличие от краудсорсинга, при котором участники процесса между собой практически не взаимодействуют [13].

Шведскому правительству в 1999 году в Отчете правительственной комиссии SOU 1999:100 [12] (по просьбе Шведского Библейского общества перевод должен был быть предъявлен публике в первое воскресенье Адвента) [3], а годом позже вышел полный текст с примечаниями под названием *Bibel 2000*. При этом целый ряд ветхозаветных апокрифов, входивших в Библию во времена Реформации и исключенных из нее в 1917 г.¹⁴, снова вошел в нее в 2000 г. [1]. Правление Библейской комиссии одобрило текст 18 декабря 2000 г. И в феврале 2001 г. после публикации нового перевода шведской Библии Библейская комиссия закончила свою работу.

Рассмотрим на примере молитвы *Fader vår* (*Herrens bön*) ‘Отче наш’ некоторые основные изменения, имевшие место в Библии 2000 по сравнению с переводом 1917 г.

Для начала проанализируем, какие особенности текста 1917 года воспринимаются на сегодняшний день, как архаичные.

- (1) *Fader vår, som är i himmelen. Helgat varde ditt namn.*
- (2) *Tillkomme ditt rike. Ske din vilja såsom i himmelen så ock på jorden.*
- (3) *Vårt dagliga bröd giv oss i dag.*
- (4) *Och förlåt oss våra skulder, såsom ock vi förlåta dem oss skyldiga äro.*
- (5) *Och inled oss icke i frestelse, utan fräls oss ifrån ondo.*
- (6) *Ty riket är ditt och makten och härligheten i evighet¹⁵.*

Amen.

(1917)

Строка (1)

А) Два первых слова, которые дали название этой молитве, стоят в порядке, не типичном для современного шведского языка, но имеющем прочные корни во многих скандинавских диалектах, где притяжательное местоимение стоит после определяемого слова, если оно не несет на себе ударения. То есть сказать *far min* (‘отец мой’) — нормально, если *min* (‘мой’) является безударным. Есть также предположение, что в молитве данная конструкция является калькой с латыни, где такой порядок следования компонентов является немаркированным (ср. лат. *Pater noster*). [14. С. 114] Возможно, что данное расположение слов позволяло ритмически выделить обращение *Fader* (ср. ниже конструкции *din vilja* (3 строка) — ‘твоя воля’, *vårt dagliga bröd*

¹⁴ Целый ряд апокрифов, входивших в Библию прежде, был исключен из перевода 1917 г. и издан в 1921 г. отдельной книгой

¹⁵ Интересно, что перевод Нового Завета, выполненный П. Вальденстрёмом (P. Waldenström) еще в 1886 г., является во многих отношениях более революционным. Это касается как синтаксиса (препозиция местоимения — *Vår fader*, место личной формы глагола в придаточном предложении — *som äro oss skyldiga*), лексики (*komme-tillkomme*), и морфологии (образование формы множественного числа (*i himlarna*), употребление убантивированного причастия вместо архаичной падежной формы (*den onde* — *ondo* [13]: **Vår Fader, som är i himlarna, helgat varde ditt namn;/ komme ditt rike; ske din vilja, såsom i himmelen, även på jorden;/ det för vår tillvaro erforderliga brödet giv oss i dag;/ och förlåt oss våra skulder, såsom ock vi hava förlåtit dem, som äro oss skyldiga;/ och inför oss icke i frestelse, utan rädda oss undan den onde!**

(4 строка) — ‘наш ежедневный хлеб’, *våra skulder* (5 строка) — ‘наши долги’ с препозицией местоимения). Косвенным доказательством постановки ударения на первом слове в словосочетании *Fader vår* является ритмическая организация стихотворения Гейера «Маленький углежог» (E.G. Geijer “Den lilla kolargossen”), написанного книттелем¹⁶: *Den rätt kan läsa sitt Fader vår // han räds varken fan eller trolen*. [14. С. 114]

Б) Трехсложная форма *himmelen* также является архаизмом. В 14 выпуске Шведского академического словника (SAOL) [15] зафиксированы две рекомендованные для употребления формы: *himmeln* (с выпадением гласного в определенном артикле, регулярно встречается в словах общего рода на безударный –el: *axel, bibel, cykel* и др.) и *himlen* (результат выпадения корневого гласного). Полносложная трехсложная форма *himmelen*, по свидетельству Шведского академического словаря (SAOB) [16], является архаической и соответствует 3 и 5 значениям слова *himmel*: **3** (*rymden ovan jorden*) *ss Guds o. hans änglars o. de saligen avlidnas boning; äv. (i högre stil, särsk. i bibeln) i pl. (urspr. utgående från den gamla föreställningen om flera himmelsfärer); äv. i fråga om hednisk religion: gudarnas boning* — ‘(космос), место пребывания Бога и праведников; (в высоком стиле, например, в Библии) в форме множ. ч. (изначально отражает древние представления о нескольких небесных сферах); тж. в язычестве жилище богов’; **5** (*i sht vard.*) *i utrop l. kraftuttr., särsk. ss. uttr. för häpnad l. förskräckelse l. förtvivlan l. otålighet o. d.: Vad i himmelens namn tar du dig till?* — ‘(преимущ. разг.) в восклицаниях и усилительных конструкц., для передачи чувства удивления, ужаса, отчаяния, нетерпения и т.п.: Господи боже, чем ты занимаешься?’

В) Глагол *bliven* (совр. *bli*) ‘становиться’, который в современном шведском языке используется при образовании форм аналитического пассива, был заимствован из нижненемецкого в XIII веке. Употребление в данном контексте формы пассива (*helgat varde*) с вспомогательным глаголом *varda* (ср. нем. *werden*), является архаизмом [17].

Строка (2)

Г) Формы *varde* (строка 1), *tillkomme* и *ske* представляют собой презенс конъюнктива, который в современном шведском языке практически не встречается¹⁷. Вместо глагола *ske* в более древних переводах (вплоть до 1526 г.)

¹⁶ Книттель — средневековый северогерманский стих с достаточно свободным ритмом. В каждой строке должно быть три или четыре ударных слога, в середине строки — цезура, и в конце строки — рифма или ассонанс (рифмуются только гласные).

¹⁷ В разговорной речи используется конструкция *tvi vale*, в которой *tvi* является звукоподражанием (ср. рус. «тьфу»), а *vale* произносится с «толстым» *l*, исторически восходящим к *rd*, и по происхождению представляет собой форму презенса конъюнктива от глагола *varda*. По свидетельству Шведского словаря Норстедтс [18], эта конструкция существует с начала XVI в. и используется как заклинание-оберег (ср. рус «чур меня»). Изначально выражение выглядело как *varde tvi*, то есть примерно ‘надо бы сплюнуть’ (чтобы не случилось что-то неприятное). Следовательно, данная конструкция по форме сходна с той, что использована в молитве.

используется исконно шведский глагол *wardhe* — презенс конъюнктива от *wardha*: *wardhe hin wili här .i. iordh riki* (вторая половина XIV в.) [14. С. 110], в то время как *ske* является заимствованием из средненижненемецкого *schén* (ср. совр. нем. *geschehen*) [14. С. 116]. Это заимствование со временем проникло во все скандинавские языки, даже консервативный исландский, но в языке древнешведских законов XIII в. оно еще практически не встречается. Исследователи предполагают, что в тексте молитвы «Отче наш» произошло смешение двух форм — *ske* и *see*, последняя является древней супплетивной формой презенса конъюнктива от глагола *vara* «быть» (ср. нем. *sei*), которая в современном шведском окончательно вышла из употребления [14. С. 117].

Д) Форма *vilja* по происхождению является косвенным падежом существительного *vilie* > *vilje*, которая заменила собой форму им. п. в процессе унификации и упрощения парадигмы, так как была более частотной. Форма *vilje* отмечается еще в переводах Библии XVIII века, и только в переводе 1917 г. выбор полностью был сделан в пользу формы на -а. Интересен также порядок следования компонентов «небо» и «земля» в разных переводах, что, возможно, отражает некоторые различия в образе мыслей разных поколений (перевод 1917 г.: *Ske din vilja såsom i himmelen så ock på jorden* ‘Да будет твоя воля на небе, как и на земле’; перевод 2000 г.: *Låt din vilja ske, på jorden så som i himlen* ‘Пусть вершится твоя воля на земле, как и на небе’) [19].

Строка (3)

Е) В «Шведском юридическом вестнике» (*Svensk Juristtidning*) за 1959 год приводится дискуссия экспертов по поводу употребления в письменной речи полных форм и форм множественного числа глаголов. [20] В 60-е годы средства массовой информации постепенно отказываются от употребления полных форм глаголов *giva, taga, hava, draga* в пользу кратких *ge, ta, dra, ha*. Со временем традиция употребления полных форм окончательно прервалась, форма императива *giv* ‘дай’ (Библия 1917) лишилась опоры на узус и была заменена на привычное *ge* — *ge oss* ‘дай нам’ (Библия 2000).

Строка (4)

Ж) 28 октября 1945 г. Шведское телеграфное агентство *Tidningarnas Telegrambyrå* (ТТ) приняло решение об отмене форм множественного числа и распространении формы единственного числа на все лица глагола. Это была одна из самых обсуждаемых реформ в истории шведского языка, реализация которой заняла не один десяток лет. В Шведском академическом словнике 1950 г. употребление форм единственного числа еще носит рекомендательный характер. Только в 1973 г. Словник установил обязательность их использования для всех лиц. Реликтовые формы сохранились в фольклорном наследии (*Vi äro*¹⁸ *musikanter* — букв. ‘Мы есмы музыканты’), в канцелярских клише (*Obehöriga äga ej tillträde* — ‘Посторонние не имеют доступа’) и в

¹⁸ Форма настоящего времени множественного числа глаголов заканчивалась на -а и совпадала с инфинитивом, за исключением глагола *vara* «быть», у которого форма множественного числа была *äro* (2 л. ед. ч. *ären*).

Библии (*såsom ock vi förlåta dem oss skyldiga äro*). Со временем формы множественного числа глаголов стали восприниматься как устаревшие и ассоциироваться с высоким стилем, а навык их употребления был утрачен, что и продемонстрировала рекламная кампания ИКЕА, в которой формы множественного числа глагола соотносятся с подлежащим в единственном числе: *Tomten äro en ljusets herre* (букв. ‘Рождественский гном есмы повелитель света’) и *Tomten voro här* (букв. ‘Рождественский гном были здесь’). Эта ошибка наглядно демонстрирует, насколько архаично воспринимаются сейчас формы множественного числа глаголов, что и стало причиной отказа от них в новом переводе молитвы «Отче наш»: *vi har förlåtit dem som står i skuld till oss* (Bibel 2000) [21].

3) С конца XIV в. в шведском языке все больше получают распространение придаточные предложения, в которых личная форма глагола занимает финитную позицию. Такие конструкции, в первую очередь, возникали под влиянием латинского и немецкого синтаксиса и были характерны для письменной речи. Сегодня они воспринимаются как стилистически маркированные и устаревшие, поэтому при переводе молитвы «Отче наш» от них отказались в пользу стилистически нейтрального порядка слов с личной формой глагола на втором месте в структурной схеме предложения (ср. *såsom ock vi förlåta dem oss skyldiga äro* (1917) и *liksom vi har förlåtit dem som står i skuld till oss* (2000)).

Строка (5)

И) Глагол *inleda* в составе сочетания *inled oss icke i frestelse* (‘и не введи нас во искушение’) выступает в нехарактерном для себя значении, которое, согласно данным Шведского академического словаря (SAOB) [16], отмечается только в устойчивом сочетании *inleda i frestelse* (‘вводить в искушение’); исследователи предполагают, что это, вероятно, калька с латинского *inducas* [14. С. 118].

К) Начиная с XIV в. происходит постепенное разрушение системы склонения имен и унификация падежных форм. Лексема *ondo* является реликтовой формой дат. п. ед. ч. от прилагательного *ond* «злой»¹⁹.

В завершение анализа приведем новый текст молитвы *Fader vår (Herrens bön)*, которая, как мы видим, в значительной степени изменила свое лексическое и грамматическое наполнение:

Vår fader, du som är i himlen. Låt ditt namn bli helgat.

Låt ditt rike komma. Låt din vilja ske, på jorden så som i himlen.

Ge oss i dag vårt bröd för dagen som kommer.

Och förlåt oss våra skulder, liksom vi har förlåtit dem som står i skuld till oss.

Och utsätt oss inte för prövning, utan rädda oss från det onda.

Ditt är riket, din är makten och äran, i evighet.

Amen.

(Bibel 2000)

¹⁹ В латинском и греческом языках словоформы, употребляющиеся в этой позиции, могут означать и ‘от зла’ и ‘от злого’. В древнешведском языке окончания прилаг. м. р. и ср.р. дат. пад. ед. ч. отличались, поэтому двойственность смысла стиралась [14. С. 118].

Все эти изменения, которые возмущенные критики называют литературной нечистоплотностью, на самом деле вполне объяснимы. В сегодняшней Швеции, являющейся одной из самых секуляризованных стран мира, Священное Писание больше не выполняет культурно-нормативную функцию по отношению к языку и общественному сознанию. Как пишет Л. Воллин, «Книга книг остается классическим текстом, великим наследием культуры прошлого, но она перестала быть фактом современной культуры»²⁰ [1]. Ярким свидетельством этого является изменение грамматической формы существительного *Bibel* на обложке нового перевода. Раньше это существительное употреблялось с определенным артиклем, как все уникальные имена, обозначающие единичные в своем роде объекты. Сейчас оно стоит в безартиклевой форме. Язык Библии пытается измениться вместе с обществом, приноравливается к современной литературной норме. Он становится менее эмоционально нагруженным, более нейтральным и функциональным, спускается с пьедестала и освобождается от многовековых наслоений.

Кстати, вне официальной церкви в XX веке вышло довольно много переводов Библии и ее различных книг. Есть, например, «буквальный» перевод Нового Завета Хельге Окесона (Helge Åkeson, 1911), где он практически дословно следует за греческим оригиналом [22]. Его противоположностью является перевод Евангелия от Марка "Vi vann!" sa Markus: evangelium enligt Markus" («Мы победили!» — сказал Марк. Евангелие от Марка»), сделанный пастором Эриком Грэнлундом (Eric Grönlund, 1962) [22]. Эта так называемая «raggarbibel» ('рокерская библия') была высмеяна в средствах массовой информации и не имела успеха в молодежной целевой группе. Напротив, перевод Нового Завета Давида Хедегорда (David Hedegård *Nya Testamentet på vår tids språk* (1964—1965)) [22] получил широкое распространение среди приверженцев различных организаций Свободной церкви.

В противовес научно-критическому подходу, характерному для переводчиков Библии 2000, в 1998 г. была выпущена т.н. *Svenska Folkbibeln* (Шведская Народная Библия) [23]. Это полный текст Священного Писания (Ветхий завет отредактирован по изданию 1917 года, Новый Завет переведен заново), выполненный в духе верности учению Лютера. Он высоко ценится специалистами-библеистами и филологами за близость к оригиналу и высокий уровень перевода, а также уважительное отношение к этической и исторической ценности библейских текстов [1].

Особый в своем роде перевод Библии был сделан известной переводчицей с иврита Вивекой Хейман (Viveka Heuman). Она начала с того, что издала свою версию Песни Песней (1960), которую предварила предисловием, где написала, что хочет вернуть тексту его эмоциональную и эротическую напряженность, освободив его от викторианского целомудрия. Перевод очень активно обсуждался в средствах массовой информации и, как считается, стал

²⁰ "Böckernas bok" är numera reducerad till en klassiker i kulturarvet, stor där men knappast i "kulturen" [1].

толчком к созданию Библии 2000 [24]. Впоследствии В. Хейман сделала собственные толкования и других библейских текстов, где в полной мере продемонстрировала свою любовь к архаизмам и неожиданным решениям.

После Песни Песней Хейман перевела Книгу Екклесиаста (1961), Книгу Иова (1969) и Книгу Притчей Соломоновых (1970). Эти четыре перевода стали своего рода программой по переводу Ветхого Завета на шведский. Парафразы переплетаются с формулировками, имитирующими синтаксис иврита, хотя сами формулировки порой очень далеки от исходного текста. Например, в Песни Песней (2:15) Хейман использует повтор и аллитерацию: *Räven raskar i vår vingård, räven raskar i vår vingård* (букв. 'Лиса бежит по нашему винограднику', ср. в Библии 2000: *Fånga rävarna åt oss, de små rävarna* букв. 'Ловите лис для нас, маленьких лис'²¹). В других случаях переводчик в своем стремлении приблизиться к оригиналу создает конструкции, противоречащие грамматике шведского языка. Например, в Книге Бытия (2:23) написано, что женщина называется женщиной, потому что она создана из мужчины — слова «мужчина» и «женщина» в иврите различаются окончанием (иш и иша). А у Хейман: *Denna skall kallas hon, ty av honom är hon tagen* (букв. 'Эта должна зваться она, ибо от него она взята') (ср. перевод 1917 г.: *Hon skall heta mannina, ty av man är hon tagen*²²). Она использует слова и выражения из переводов Библии Карла XII и Густава Васы и не боится включать в текст древнескандинавские слова и выражения. Например, в Книге Иова написано, что Иов *kvad sitt vismanskväde* (глагол говорения *kväda* и существительное *kväde* использовались в исландских сагах: *Han kvad då denna visa* [26] (букв. 'Он сказал тогда эту вису'; *Ravn svarade med ett kväde* (букв. 'Р. ответил висой' [27] (рус. «И он сказал еще вису» [28]).

В 1975 г. Вивеку Хейман пригласили работать референтом в отдел Ветхого Завета Библейской комиссии, которая готовила издание Библии 2000. В 1976 году она выступила в газете «Дагенс Нюхетер» со статьей «Lägg ned Bibelkommissionen!» ('Распустить Библейскую комиссию!') и разгромила пробный перевод Книги Самуила (*Samuels bok*), которую отдел прислал ей на рецензию. Она назвала перевод «*platt, felaktig och stillös*» (плоским, неверным и лишенным стиля) (*Dagens Nyheter* 20/6 1976) и далее: «Напрашивается вывод: Библейскую комиссию следует немедленно распустить» (*Konklusionen kan inte bli mer än en: Bibelkommissionen bör omedelbart läggas ner*) [24, см. также 29].

Заключение

Как мы видим, несмотря на масштабность проекта и научный подход к переводу Библии 2000, а также участие в этой работе самых опытных и ярких

²¹ Русский Синодальный перевод: «Ловите нам лисиц, лисенят, которые портят виноградники» [25].

²² Русский Синодальный перевод: «она будет называться женою, ибо взята от мужа [своего]» [8].

представителей науки и культуры, результат их деятельности оказался неоднозначным и продолжает до сих пор вызывать в обществе дебаты и споры. Поэтому спустя всего два десятка лет с момента выхода в свет Библии 2000 стартовал следующий проект перевода Нового Завета на шведский язык, реализация которого целиком и полностью возложена на Шведское Библейское общество (Svenska bibelsällskapet). Это экуменическое объединение ставит своей целью создать текст, соответствующий запросам различных религиозных организаций и учитывающий традицию и актуальные языковые инновации. Директором проекта назначен пастор Шведской церкви, доцент богословия, преподаватель университета в Умео Микаэль Виннинге (Mikael Wunninge), специализирующийся по экзегетике Нового Завета [30]. Работа над проектом должна быть завершена к юбилейному 2026 г., когда Швеция будет отмечать пятисотлетие первого перевода Нового Завета на шведский язык.

Библиографический список

1. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://litteraturbanken.se/%C3%B6vers%C3%A4ttarlexikon/artiklar/Svensk_bibel%C3%B6vers%C3%A4ttning (дата обращения: 12.07.2021).
2. Эдель К. Как появилась Библия. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.bible-center.ru/book/appearance/005/002> (дата обращения: 12.07.2021).
3. Tilläggsdirektiv till Bibelkommissionen (U1972:07) Kommitedirektiv 1995:99, Режим доступа: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/kommittedirektiv/tillaggsdirektiv-till-bibelkommissionen-u_GJB199 (дата обращения: 12.07.2021).
4. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://users.abo.fi/jforars/FemhundraÅr.htm> (дата обращения: 12.07.2021).
5. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://bibeln.se/flik/om> (дата обращения: 12.07.2021).
6. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/statens-offentliga-utredningar/sou-1999-100-_GNB3100 (дата обращения: 12.07.2021).
7. SOU 1974:33: Att översätta Gamla testamentet [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://lagen.nu/sou/1974:33> (дата обращения: 12.07.2021).
8. Синодальный перевод [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/bible/gen> (дата обращения: 12.07.2021).
9. Алексеева Л.М., Мишланова С.Л. Коллаборативный перевод // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2018. № 5 (2). С. 77—82.
10. Бублик Е.А. Понятия краудсорсингового и коллаборативного перевода // Актуальные проблемы лингвистики: взгляд молодых исследователей под ред. Г.Р. Власян и др. Челябинск: Энциклопедия, 2018. С. 16—21.
11. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.arken.se/bibel-2000> (дата обращения: 12.07.2021).
12. SOU 1999:100 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/1999/08/sou-1999100> (дата обращения: 12.07.2021).
13. Ny Testamentet. Ny översättning med förklarande anmärkningar av P. Waldenström. Fjärde upplagan. Sthlm: Svenska missionsförbundets förlag, 1921 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://runeberg.org/bibeln/wald1921/> (дата обращения: 12.07.2021).
14. Fader vår i nya testamentet [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://journals.lub.lu.se/STK/article/download/7369/6176/> (дата обращения: 12.07.2021).
15. Svenska Akademiens ordlista (SAO) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.svenskaakademien.se/svenska-spraket/svenska-akademiens-ordlista-saol> (дата обращения: 12.07.2021).
16. Svenska Akademiens ordbok (SAOB) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.saob.se/> (дата обращения: 12.07.2021).

17. *Markey Th. L.* The Verbs Varda and Bliva in Scandinavian. Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis, 1969.
18. *Norstedts första svenska ordbok*, B. Ernby, M. Gellerstam, S-G. Malmgren: artiklar med faktauppgifter [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://libris.kb.se/showrecord?q=Norstedts+f%C3%B6rsta+svenska+ordbok+%3A&r=&n=7&id=13900634&g=&f=&s=r&t=&m=10&d=libris> (дата обращения: 12.07.2021).
19. [Электронный ресурс] <https://www.svenskakyrkan.se/bon/herrens-bon> (дата обращения: 12.07.2021).
20. *Språklig utveckling* [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://svjt.se/svjt/1959/285> (дата обращения: 12.07.2021).
21. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://spraktidningen.se/2020/09/sa-dogov-svenskans-pluralformer/> (дата обращения: 12.07.2021).
22. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.karnbibeln.se/svenska-oversattningar/> (дата обращения: 12.07.2021).
23. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.folkbibeln.org/> (дата обращения: 12.07.2021).
24. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://litteraturbanken.se/%C3%B6vers%C3%A4ttarlexikon/artiklar/Viveka_Heuman (дата обращения: 12.07.2021).
25. Синодальный перевод [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/bible/song/> (дата обращения: 12.07.2021).
26. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://runeberg.org/lffsp/34/0077.html> (дата обращения: 12.07.2021).
27. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://runeberg.org/norhja/2/0097.html> (дата обращения: 12.07.2021).
28. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=24975&p=15> (дата обращения: 12.07.2021).
29. *Malmsborg P.* Bibel 2000. Om prästen själv får välja? [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:16408/> (дата обращения: 12.07.2021).
30. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.svt.se/kultur/svenska-bibeln-ska-nyoversattas-2026#:~:text=Hela%20Nya%20testamentet%20ska%20f%C3%A5,och%20h%C3%A5llet%20av%20svenska%20bibels%C3%A4llskapet> (дата обращения: 12.07.2021).

References

1. [Electronic resource] URL: https://litteraturbanken.se/%C3%B6vers%C3%A4ttarlexikon/artiklar/Svensk_bibel%C3%B6vers%C3%A4tning (accessed: 12.07.2021).
2. Edell', K. *How did the Bible come to be* [Electronic resource] URL: <https://www.bible-center.ru/book/appearance/005/002> (accessed: 12.07.2021). (In Russ.).
3. Tilläggsdirektiv till Bibelkommissionen (U1972:07) Kommitteredirektiv 1995:99 [Electronic resource] URL: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/kommitteredirektiv/tillaggsdirektiv-till-bibelkommissionen-u_GJB199 (accessed: 12.07.2021).
4. [Electronic resource] URL: <http://users.abo.fi/jforars/FemhundraÅr.htm> (accessed: 12.07.2021).
5. [Electronic resource] URL: <https://bibeln.se/flik/om> (accessed: 12.07.2021).
6. [Electronic resource] URL: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/statens-offentliga-utredningar/sou-1999-100-_GNB3100 (accessed: 12.07.2021).
7. SOU 1974:33: Att översätta Gamla testamentet [Electronic resource] URL: <https://lagen.nu/sou/1974:33> (accessed: 12.07.2021).
8. Synodal translation [Electronic resource] URL: <http://www.patriarchia.ru/bible/gen> (accessed: 12.07.2021). (In Russ.).
9. Aleksseva, L.M. & Mishlanova, S.L. (2018). Collaborative translation. *Modern science: actual problems of theory and practice. Series: Humanities*, 05(2), 77—82. (In Russ.).
10. Bublik, E.A. (2018). The concepts of crowdsourced and collaborative translation. *Actual problems of linguistics: the view of young researchers*, G.R. Vlasyan et al (eds.). Chelyabinsk: Encyclopedica. P. 16—21. (In Russ.).

11. [Electronic resource] URL: <https://www.arken.se/bibel-2000> (accessed: 12.07.2021).
12. SOU 1999:100 [Electronic resource] URL: <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/1999/08/sou-1999100> (accessed: 12.07.2021).
13. Nya Testamentet. Ny översättning med förklarande anmärkningar av P. Waldenström. Fjärde upplagan. Sthlm: Svenska missionsförbundets förlag, 1921 [Electronic resource] URL: <http://runeberg.org/bibeln/wald1921/> (accessed: 12.07.2021).
14. Fader vår i nya testamentet [Electronic resource] URL: <https://journals.lub.lu.se/STK/article/download/7369/6176/> (accessed: 12.07.2021).
15. Svenska Akademiens ordlista (SAO) [Electronic resource] URL: <https://www.svenskaakademien.se/svenska-spraket/svenska-akademiens-ordlista-saol> (accessed: 12.07.2021).
16. Svenska Akademiens ordbok (SAOB) [Electronic resource] URL: <https://www.saob.se/> (accessed: 12.07.2021).
17. Thomas, L.M. (1969). *The Verbs Varda and Bliva in Scandinavian*. Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis.
18. Norstedts första svenska ordbok, B. Ernby, M. Gellerstam, S-G. Malmgren:artiklar med faktauppgifter [Electronic resource] URL: <http://libris.kb.se/showrecord?q=Norstedts+f%C3%B6rsta+svenska+ordbok+%3A&r=&n=7&id=13900634&g=&f=&s=r&t=&m=10&d=libris> (accessed: 12.07.2021).
19. [Electronic resource] URL: <https://www.svenskkyrkan.se/bon/herrens-bon> (accessed: 12.07.2021).
20. Språklig utveckling [Electronic resource] URL: <https://svjt.se/svjt/1959/285> (accessed: 12.07.2021).
21. [Electronic resource] URL: <https://spraktidningen.se/2020/09/sa-dogo-svenskans-pluralformer/> (accessed: 12.07.2021).
22. [Electronic resource] URL: <https://www.karnbibeln.se/svenska-oversattningar/> (accessed: 12.07.2021).
23. [Electronic resource] URL: <https://www.folkbibeln.org/> (accessed: 12.07.2021).
24. [Electronic resource] URL: https://litteraturbanken.se/%C3%B6vers%C3%A4ttarlexikon/artiklar/Viveka_Heyman (accessed: 12.07.2021).
25. Synodal translation [Electronic resource] URL: <http://www.patriarchia.ru/bible/song/> (accessed: 12.07.2021). (In Russ.)
26. [Electronic resource] URL: <http://runeberg.org/lffsp/34/0077.html> (accessed: 12.07.2021).
27. [Electronic resource] URL: <http://runeberg.org/norhja/2/0097.html> (accessed: 12.07.2021).
28. [Electronic resource] URL: <https://www.litmir.me/br/?b=24975&p=15> (accessed: 12.07.2021).
29. [Electronic resource] URL: Malmsborg, P. Bibel 2000. Om prästen själv får välja? URL: <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:16408/> (accessed: 12.07.2021).
30. [Electronic resource] URL: <https://www.svt.se/kultur/svenska-bibeln-ska-nyoversattas-2026#:~:text=Hela%20Nya%20testamentet%20ska%20f%C3%A5,och%20h%C3%A5llet%20av%20Svenska%20bibels%20A4llskapet> (accessed: 12.07.2021).

Сведения об авторе:

Матыцина Ирина Витальевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры германской и кельтской филологии филологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова; *сфера научных интересов* включает грамматику и прагматику шведского языка, проблемы перевода и формального и делового шведского языка; *e-mail*: imatits@gmail.com

Information about the author:

Irina V. Matytsina, PhD in Philology, Associate Professor of the German and Celtic philology Faculty of the Lomonosov Moscow State University; *the sphere of research* includes grammar and pragmatics of Swedish, the problems of translation and formal and business Swedish; *e-mail*: imatits@gmail.com



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1124-1146

UDC 811.111:82-7:004.928

Research article / Научная статья

Linguistic and Stylistic Means of Satire Construction in the Animated Series

Olga V. Demina 

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya street, Moscow, Russian Federation, 117198

✉ deptphilology@gmail.com

Abstract. The study is devoted to the description of linguistic and stylistic means of satire construction in modern American animated series. The article deals with a detailed analysis of the linguistic and stylistic means that actualize the satiric and ironic meanings for a satire creation based on the examples of American series. Cartoonists often resort to satire as a unique genre of art to express direct or indirect criticism of the structure of modern society. Modern satirical cartoons contain vivid elements of parody and caricature. An obligatory consequence of satirical creativity is exposure and laughter. The methods of socio-political satire of modern animated series are enhanced by the interplay of irony and sarcasm, hyperbole and grotesque, allegory and allusion, paraphrase and play on words. American animated series mirror modern reality, they reflect numerous facts of daily life and current environment touching their most critical sides: economics, politics, education, religion, ethnic issues, international ties and relations, interpersonal dealings. Socio-political satire is peculiar in that it does not spare not only the ruling branch of power, but also an ordinary, ordinary, gray person. In this dullness and ignorance of his, the average man in the street is ready to blindly obey the most ridiculous and absurd orders. Of course, an animated series cannot solve acute social or political problems facing society. But the fact that these questions are raised means that the problems are urgent. The purpose of such satire is to reflect on mistakes and not repeat them in the future. For example, “South Park”, “Rick and Morty”, “Family Guy”, “F is for Family” parody the modern family, social order, exaggerate social issues to the extreme. The relevance of this study is due to several reasons: first, the abundance of cartoon products on the modern film industry market. Secondly, the role that cartoons and serials play in the life of a modern person and in the culture of postmodernity. It is common knowledge that over the past few years, the TV series and animated series industry has changed a lot: streaming services (Netflix, Hulu and Amazon) appear, new formats are released, and more and more cartoon characters are voiced by famous actors. Thirdly, it is confirmed by the idea of the existence of the phenomenon of the "Big Serial Bang", expressed by Doctor of Philosophy, Professor of the Higher School of Economics V.A. Kurenniy. The fact that modern TV series are a cultural product that accurately reflects the spirit of the times remains an indisputable fact. Such a visual narrative fits perfectly into the framework of modern society.

Keywords: socio-political satire, implicitness, explicitness, parody and caricature, irony and sarcasm, hyperbole and grotesque, allegory and allusion, paraphrase and play on words

© Demina O.V., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Financing. Acknowledgement

The reported study was funded by RFBR according to the research project № 19-012-00014 «Reconstruction of the content of the conceptual fields of systemic linguistics»

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Demina, O.V. (2021). Linguistic and Stylistic Means of Satire Construction in the Animated Series. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1124—1146. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1124-1146

УДК 811.111:82-7:004.928

Лингвистические и стилистические средства создания сатиры в современных анимационных сериалах

Olga V. Demina 

Российский университет дружбы народов,
117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6
✉deptphilology@gmail.com

Аннотация. Исследование посвящено описанию лингвистических и стилистических приемов создания сатиры в современных американских анимационных сериалах. В статье проведен подробный анализ лингвистических и литературных средств, актуализирующих сатирические и иронические смыслы для создания сатиры на примерах американских сериалов. Мультипликаторы часто прибегают к сатирическому жанру как уникальному виду искусства для выражения прямой или косвенной критики устройства современного общества. Современные анимационные сериалы часто содержат яркие элементы пародии и карикатуры. Обязательным следствием сатирического творчества становятся обличение и смех. Приемы сатиры современных сериалов усилены такими средствами художественного изображения, как ирония и сарказм, гипербола и гротеск, аллегория и аллюзия, перифраз и игра слов. Современные мультсериалы являются зеркалом современной действительности, они отражают реалии нашей ежедневной жизни, затрагивают ее важнейшие стороны: экономику, политику, образование, религию, этнические вопросы, международные связи и отношения, межличностные отношения. Феном сатиры своеобразен тем, что он не шадит не только правящую ветвь власти, но и обычного, заурядного, серого человека. В этой своей серости и невежестве среднестатистический обыватель готов слепо повиноваться самым нелепым и абсурдным приказам. Безусловно, мультипликационный сериал не может решить острых социальных или политических проблем, стоящих перед обществом. Но то, что эти вопросы подняты, означает, что проблемы актуальны. Цель такой сатиры — задуматься над ошибками и не повторять их впредь. Например, «Южный Парк», «Рик и Морти», «Гриффины», «С значит Семья» пародируют современную семью, высмеивают общественный строй, гиперболизируют социальные вопросы до крайности. Американские мультсериалы в этом смысле являются неиссякаемым кладом интересных примеров сатиры и, в особенности, ее социально-политической составляющей. Актуальность данного исследования объясняется несколькими причинами: во-первых, изобилием мультипликационных продуктов на современном рынке киноиндустрии. Во-вторых, ролью, которую мультсериалы и сериалы играют в жизни современного

человека и в культуре постмодерна. Общеизвестно, что за последние несколько лет индустрия сериалов и мультсериалов сильно изменилась: появляются стриминговые сервисы (Netflix, Hulu и Amazon), выходят новые форматы, все чаще мультипликационных героев озвучивают знаменитые актеры. В-третьих, подтверждается мыслью о существовании феномена «Большого сериального взрыва», выраженной доктором философских наук, профессором Высшей школы экономики В.А. Куренным. То, что современные сериалы представляют собой культурный продукт, предельно точно отражающим дух времени, остается бесспорным фактом. Такой визуальный нарратив совершенно уникально вписывается в рамки современного общества, оказывает сильное влияние на мировоззрение, поведение, психологию отдельно взятого индивидуума.

Ключевые слова: социально-политическая сатира, имплицитность, эксплицитность, пародия и карикатура, ирония и сарказм, гипербола и гротеск, аллегория и аллюзия, перифраз и игра слов

Финансирование. Благодарности

Настоящее исследование финансировалось РФФИ в рамках исследовательского проекта № 19-012-00014 «Реконструкция содержания концептуальных полей системной лингвистики»

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Demina O.V. Linguistic and Stylistic Means of Satire Construction in the Animated Series // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1124—1146. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1124-1146

Introduction

*“Every joke is a tiny revolution”
George Orwell*

Modern American animated series constitute an interesting research field across academic disciplines as they are replete with satirical texts which bring up topical social and political, philosophical and psychological issues. Contemporary animated cartoons are intended to catch the spirit of the age and share specific knowledge on relevant issues. However, the analysis of the cartoons from linguistic and stylistic perspective remains under-researched. This paper aims at contributing to the knowledge of modern animated series research by analyzing the linguistic and stylistic elements used for satire construction as a means of modern society illustration with its current problems and through the lens of satire to draw public attention to the problematic issues.

There is no doubt that film industry has turned into a powerful communication channel that arouses wider public interest using linguistic and/or stylistic means as a tool of expressing thoughts and ideas from a certain perspective. This specific peculiarity of language has turned artistic cinema discourse into an effective research field. Language experts over the years have been studying how language

is specifically used in various genres to carry out communicative tasks. Strictly speaking, making different approaches to language in its message-oriented communication will enable linguists to appreciate how language is used for fulfilling communicative purposes that include dissemination of information and knowledge, awareness of social, economic, political, cultural and other related events that constitute an individual life as an integral part of society. Modern American animated series take the form of actual social and cultural artifacts and serve for reflecting the present-day realities.

This paper provides insight into creation of satirical effect by using the linguistic and stylistic devices.

The objects of the study are American animated series: «*South Park*», «*Rick and Morty*», «*Family Guy*», «*F is for Family*».

The subject of this research is the linguistic and stylistic means of the satire creation in the American animated series and the peculiarities of revealing its social, political, philosophical and psychological elements within the framework of the original English-language texts.

The objective of this work is to reveal the mechanisms for creating satire and to determine the linguistic and stylistic means of its expression in the studied texts.

To reach this objective, it is possible to put the following *tasks*:

- to study animated series texts as a special kind of text;
- to examine the genre of satire, reveal its social and political, philosophical and psychological peculiarities;
- to analyze the linguistic and stylistic devices of the satire creation.

American animated series are very popular not only in the USA but abroad as well.

The relevance of this research is determined by the following reasons.

1) The abundance and oversupply of animated series products on the modern film industry market due to the development of the technical capabilities of cinema equipment, as well as the increasing introduction of modern technologies into the communication process, leads to a convergence of the visual image and the verbal side of communication and practically merging them into a single type of text that is of interest for study.

2) The role that American animated series play in the life of a modern person and in the culture of postmodernity. It is common knowledge that over the past few years, the TV series and animated series industry has changed a lot: streaming services (Netflix, Hulu and Amazon) appear, new formats are released, and more and more cartoon characters are voiced by famous actors. The popularity of films and blockbusters is being constantly replaced by the boom of modern series.

3) It is confirmed by the idea of the existence of the phenomenon of the «Big Serial Bang», expressed by Doctor of Philosophy, Professor of the Higher School of Economics V.A. Kurenniy. The fact that modern TV series are a cultural product that accurately reflects the spirit of the times remains an indisputable fact. Such a visual narrative fits perfectly into the framework of modern society [1].

4) When considering verbal means of creating humorous effect, much attention was paid to the analysis of the written text of a work of art. So, theoretical studies of the nature of the humor were reflected in the works of Yu.B. Borev and V.V. Vinogradov, whose works are devoted to the definition of the concepts «humorous means» and «humorous device» [2. P. 197—235; 3. P. 162]; S. Attardo, who discusses the textual organization of jokes and the relationship between the linguistic form and the content of the humorous text [4].

The Genre of Satire

In modern linguistic literature, the study of satirical and comic effects is paid little attention to. The analysis of satire and comedy still remains under-researched filed which deserves deep and detailed study [5. P. 92—95]. The system of linguistic means that serve for creating a comic effect remains open. This problem can be explained by the fact that a single unified system, which would include a set of all language comic effect tools, has not been developed yet [6. P. 82—116].

The means and techniques for creation of the satirical and comic effect attracted attention in ancient times [7. P. 45—48]. A special contribution in the field of satire and comedy was made by V.V. Vinogradov [3]. Considering simultaneously the means and techniques of satire and comedy, they both focused on the same elements such as: the principle of unexpected combination of words and expressions with different meanings, pointed metaphor based on an ironic comparison of images with animals and plants, a figurative comparison and confrontation, irony based on linking words with contradictory meanings, comic puns, synonyms of words with opposite meanings, skillful expertise of combination of author's speech with an image" [8. P. 4—8].

It is known that the factors which contribute into connection of the satirical and comic effects with the language of art literature are the means of its realization. In theoretical literature the terms of “means” and “methods” are hardly separated and are widely used in parallel with each other. For example, one of the researches is Yu. Borev who resorts to using of both terms and does not make any strict differences [9. P. 8—12].

Another famous researcher of comic and satire, B. Dzemidock, in his work, devotes a special attention to the study of its forms and methods. He distinguishes five techniques for creation of a satirical and comic effect: 1) modification and deformation of phenomenon; 2) unexpected effects; 3) disproportion in relations and between phenomena; 4) an imaginary unification of absolutely dissimilar phenomena; 5) the creation of phenomena that deviate from the logical or praxeological norm [10. P. 76—77]

The power of comic work of art, the significance of humour and satire depends on the author's choice of linguistic means, their appropriate use and skillful introduction in the text. This statement confirms integral unity of the comic means and methods. It is impossible to create a comic character and conflict without linguistic means of comic and satirical effect. The plot of a comic work of art is

gradually filled with comic means which contribute to the general development of comic techniques [11. P. 17—19].

Comic language means cover all expressive means of the language, they are identical with the means used in lyric, epic and dramatic works [12. P. 99—102]. However, the main task of a comic master is the use of linguistic means in a comic way. A satyr master, the creator of humour, must be able to find a satirical or humorous coloring, to choose the right linguistic and stylistic means which can produce a satirical or comic effect, to use a satirical tone and a comic intonation in his or her work of art [13. P. 2—4]. Thus, comic means are determined by two essential factors: intonation and a comic or satirical quality, formed by the language itself [14].

The most complete realization of comic category belongs to satire, which, in order to expose vices and imperfections, creates a symbiosis of humour, irony, sarcasm and other comic forms. Consequently, satire is a prototype that has common properties with other units of the category [15; 16. P. 543].

Satirical devices

Satire is a genre of literature in which vices of people, abuses of government, follies of society are denounced and ridiculed. The formal definition of satire is «the use of humor, irony, exaggeration, or ridicule to expose and criticize people's stupidity or vices» [17. P. 143]. It is an extremely broad category. But satire has two important functions:

1. It derides people, ideas, institutions;
2. Its purpose is to inform and make people think critically.

In the twenty-first century it has been acknowledged that political and social satire experiences gain traction, as everyone seems to be on the joke [18], while the Internet has proved that there is no topic which is out of bounds:

Elli Foreman-Peck, an illustrator of the *Economist*, confirms: «People will always enjoy looking at people, and caricature is a way of displaying someone's psychological traits and demeanours in the physical realm, which is very satisfying. I believe it will morph into something different but at its core the desire to capture a person's essence through imagery will always be appealing and engaging» [19].

American animated series are cartoons designed for adults, but they are united by the common goal — a satirical portrayal of modern American political and social structure. Each episode makes people laugh at. However, this laughter is a laughter at themselves, because, in fact, such satirical cartoons are created to show in a satirical way American society and government, filmed in a form of comic description. «*South Park*», «*Rick and Morty*», «*Family Guy*», «*F is for Family*» have bright satirical features. The methods of satirical image are highlighted by using parody and caricature, irony and sarcasm, hyperbole and grotesque, allegory and allusion, paraphrase and play on words.

Modern animated series highlight the most incisive *social issues*: unemployment, organized group crimes, migration, poverty, dissatisfaction with the authorities.

They bring up topical and relevant *political issues*: the class divide, corrupted authorities, the rights of ethnic minorities, racial conflicts, terrorism, riots and strikes, as well as it covers *philosophical* and *psychological* ones [19].

The main stylistic means of satire realization are:

Satire is «the use of humor, irony, exaggeration, or ridicule to expose and criticize people's stupidity or vices» [20].

Irony happens when come «two contradicting meanings of the same situation, event, image, sentence, phrase, or story. In many cases, this refers to the difference between expectations and reality» [20].

Sarcasm «a kind of verbal irony that has a biting or critical tone, although it can be used to express affection between friends It is one of the most common forms of irony in fiction and in real life» [20].

Hyperbole is a «figure of speech in which an author or speaker purposely and obviously exaggerates to an extreme. It is used for emphasis or as a way of making a description more creative and humorous. It is important to note that hyperbole is not meant to be taken literally; the audience knows it's an exaggeration» [20].

Let me provide a list of abbreviations which are used in the following part:
S — season;

E — episode. Each example is specified by a number of the season and episode in which it occurs.

Linguistic and Stylistic Analysis of Satire based on «South Park»

South Park, a satirical show of high ratings, deals with religion and belief systems, encompasses the entirety of the traditional political spectrum, tackles all kinds of prejudice, the absurdity of daily life, it refers endlessly to popular culture and stereotypes. It covers all current international events and brings up topical issues.

The first example is taken from *season 24 episode 1* which is called *The Pandemic Special*. It is dedicated to surge of COVID-19 pandemic, covers lockdown, social distancing, protective masks and gloves, and it focuses on distant learning. The episode starts with blaming people for not wearing masks properly during the outbreak of pandemic:

Stephen Stotch: *Do you people mind? You're supposed to wear your mask over your nose. Looks like you're wearing a diaper for your chin. Chin diapers don't help* [21. S24E1].

In the above-mentioned statements there is an example of *sardonic sarcasm*. The oral reprimand here demonstrates *a verbal irony* expressed in a biting tone. Sarcasm in that case is mostly *sardonic* because a character uses a cynical comment to mock people who do not care about putting the masks properly so that they could cover their nose and mouth but not their chin.

Face masks are supposed to prevent respiratory droplets from reaching others, while a *diaper* is a piece of soft towel or material which you fasten round a baby's bottom in order to soak its urine. So, *medical masks* are compared with *diapers* on purpose to show not only their different function, but also a position. Thus, a

figurative comparison is used in that example to characterize one object by comparing it with another object belonging to the opposite semantic class.

Another example refers to distant learning during pandemic. One of the main characters called Eric Cartman feels pleased to stay in during the lockdown, gets cheerful about the school that still remains closed because of the pandemic and enjoys the possibility of missing online school classes, inventing weak wifi connection and problems with Zoom classes. He adapted quickly to a new form of education. In this episode Erik is singing a song about e-learning and social distancing, expressing his deep satisfaction:

Eric Cartman:

*Another day inside,
Don't have to do a thing
I love you, social distancing.
No one's around,
No one's talking to me.
Social distancing, I'm free.
Don't have to brush my teeth or shower.
For what?
I can sit on the toilet for hours
As long as I want
Cause no one's saying to me
You kids should get outside and do something. [21, S24E1]*

The expression of *social distancing*, also called *physical distancing*, is a set of pharmaceutical measures intended to prevent the spread of infection. It has become especially widespread during the coronavirus pandemic. According to Eric's perception, it means doing nothing, being free, not having to do toilet, staying inside. That is an example of *hyperbole* — a figure of speech in which the speaker obviously exaggerates the meaning of social distancing. Eric Cartman overestimates its meaning and misinterprets the phenomenon.

School shooting is another topical issue nowadays. According to statistics data published by Statistics Research Department this October, in 2020 there were 79 school shootings in the USA. The alarming rate of school shootings is highlighted in season 22 episode 1 called “Dead Kids”.

Mother: *Stanley... Well? Do you want to tell your father about what happened at school today?*

Sharon Stanley: *Um..O-oh. I flunked my math quiz.*

Mother: *No! The other thing!*

Father: *What other thing? What happened at school today?*

Sharon Stanley: *Oh, the school shooting?*

Mother: *Yes! The school shooting!*

Sharon Stanley: *Oh, yeah. Some kid shot up the school.*

Father: *Who shot up the school? Was it you?*

Sharon Stanley: *No.*

Father: *Did you get shot?*

Sharon Stanley: *No.*

Father: *Oh. Well. What's this about failing a math quiz?*

Mother: *Are you serious? Did you not hear what your child said?! Kids died at his school!*

Father: *I'm sorry, Sharon. I...*

Mother: *Why are you all acting like this is normal?* [21. S22E1]

The subject of satire here is a school shooting. The key issue of the episode is to bring community's attention to juvenile criminal prosecution. The main linguistic technique of conveying the message is *cynical sarcasm*. The cynical element is the habit of having skirmishes at school. Firstly, Sharon forgets to mention the event to his father, he believes that his mark on the test is more relevant at the given moment. Secondly, father doesn't show any surprise of hearing the news. He only wants to know who is the shooter and if his son is not hurt. The didactic purpose of this satire is to demonstrate the high level of armed assaults and aggression happening on a regular basis in American schools nowadays as well as to witness a dreadful transformation of such crimes into insignificant daily events.

It should be noted that *parody* and *caricature* have become an integral part of political and social genre in American animated series. There are thirteen celebrities who are brightly exposed in South Park. They are Kanye West, Barbara Streisand, Mel Gibson, Tom Cruise, James Cameron, Michelle Obama, Ben Affleck, Jennifer Lopez, Paris Hilton, Donald Trump, Michael Jackson, Phil Collins, Isaac Hayes.

According to the linguistic and stylistic analysis of satire creation in «South Park», it should be noted that the most frequent devices for satire creation are irony and sarcasm — 43%, the least often — parody and caricature. The percentage distribution of all linguistic and stylistic devices is shown on the Fig.1.

South Park

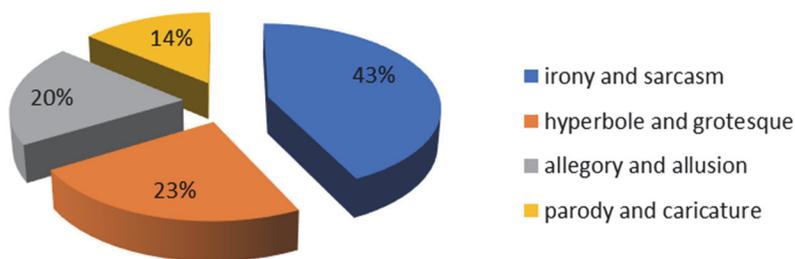


Fig. 1. Percentage-based ratios of linguistic and stylistic devices distribution
Рис. 1. Процентное соотношение лингвистических и стилистических приемов сатиры

Linguistic and Stylistic Analysis of Satire based on «Rick and Morty»

«Rick and Morty» is another American animated comedian sitcom which tells us about interdimensional adventures of an eccentric scientist Rick Sanchez and his

14-year-old grandson Morty Smith. The series are considered to reveal the insignificance of human existence compared to the size of the universe, to tackle with its absurd and chaotic nature. “*Rick and Morty*” was acclaimed internationally as the top-rated series with 94% according to review aggregator website Rotten Tomatoes. [<https://www.rottentomatoes.com/tv/rick-and-morty>]

“*Rick and Morty*” is replete with references to existential and absurdist philosophy.

a) **Morty:** *Rick, what about the reality we left behind?*

Rick: *What about the reality where Hitler cured cancer, Morty?* [22. S1E6].

b) **Morty:** *Nobody exists on purpose, nobody belongs anywhere, everybody’s gonna die. Come watch TV* [22. S1E8].

The above utterances a) and b) target philosophy of science and philosophy of religion as an object of satire. In a), Morty assumes philosophical questions about the nature of reality (*What about the reality we left behind*) which can be opposed to imaginary world, while in b), Morty considers ontological questions of existence (*Nobody exists on purpose, nobody belongs anywhere, everybody’s gonna die*), which is a major branch of metaphysics. The satirical effect is achieved by using alogism, a literary device which presumes on the destruction of logical links. Thus, deep philosophical judgements in both above-mentioned examples are followed by illogical statements like a) *What about the reality where Hitler cured cancer?* and b) *Come watch TV*. To conclude, it should be noted that existential and absurdist philosophy can be considered there as a subject of satire as it identifies the values which are deeply ingrained in humanity. The type of satire is definitely philosophical.

Within the framework of philosophical idea of existentialism, “*Rick and Morty*” satirizes and depreciate traditional social structures such as the institutions of marriage, family, religion, and government.

The further example considers art of living in the philosophical discourse. Such concepts as success, pleasure, love and happiness are in the spotlight.

Rick: *Listen, Morty, I hate to break it to you, but what people call “love” is a chemical reaction that compels animals to breed. It hits hard, Morty, then it slowly fades, leaving you stranded in a failing marriage. I did it, your parents are gonna do it. Break the cycle, Morty. Rise above. Focus on science. (exits room, drinking juice)* [22. S1E6].

From such a practical perspective, the categories of love and marriage are not validated any more in modern society (“*love*” is a chemical reaction that... slowly fades, leaving you stranded in a failing marriage.), cultivation of the soul comes to the fore (*Break the cycle, Morty. Rise above. Focus on science.*). Cynicism, as a literary device, is intended to skewer moral values and social conventions. Unlike sarcasm, cynicism pinpoints generally negative or pessimistic outlook on human life. People’s behavior is defined by self-interest.

Another topic concerns the clash of opinions on the gender role in a contemporary society.

Rick: *Summer, put your burqa on!*

Summer: *That burqa is a human rights violation, and I spent a lot on this top.*

Rick: *The least you could do is be ashamed of your gender.*

Summer: *What's the deal with this place? Why is it such a sausage planet and how did such backwards idiots invent robots?*

Rick: *Obviously at some point the Gazorpians became so evolved that they replaced females with birthing machines [22. S1E7].*

The object of satire in the above-given paragraph is muslim identity in modern society. The subject of satire is wearing burqa in public places. According to Cambridge Dictionary *burka (also burqa) or niqab* is “a piece of clothing that covers the whole head and body, with a hole for the eyes, worn by some Muslim women”. Wearing burqa causes heated political discussions, provokes anxiety and protests from Western cultures. Such oppression of Muslim women’s clothing is explained by the sign of religious extremism and possible political militancy instead of a religious duty or an Islamic prescription. The dialogue is supposed to bring attention to Islamic extremism and European/American Islamophobia. For Summer, a young American girl, being forced to wear burqa is considered to violate human rights. Rick is trying to persuade her to put it on and pretend to be ashamed of being a woman. It refers to Islamic women who are believed to be agreeable and obedient wives.

The planet Gazorpazorp is inhabited only by women who rule it. Summer called it *a sausage planet* and its residents *backwards idiots*. A qualitative hyperbole is used as a literary technique, as the speaker takes up the most extreme negative evaluation possible when describing the planet and its people. The satire can be classified as social one as it turns out to catch common behaviors in modern society which are rather negative. The classification of that type of satire is both political and social.

Summer: *Grandpa!*

Gazorpian: *Grandpa? That sounds patriarchal. It means “father of fathers”. Then this one is not your slave and your earth is yet another planet dominated by men.*

Rick: *It's not dominated by us, okay? On earth men and women are equals.*

Summer: *Equals? We make 70% of your salary for the same job [22. S1E7].*

The object of satire is feminism. The subject is social and political gender equality. The quantitative hyperbole (*70% of your salary*) is used to demonstrate the unequal distribution of finance resources for the same duties at workplace performed by men and women. The rhetorical question (*Equals?*) is asked to emphasize the point that the role of men and women in business on Earth is not equal. The answer is immediately provided by the speaker in a form of morpho-syntactic exclamation.

In “*Look Who’s Purging Now*” Rick and Morty land on a planet in the same day when their residents are celebrating a festival called “Purge”. During that night people are allowed to commit crimes of any kind and will not be punished.

The Pedestrian: *Ooh, well, for millennia our society has been free of crime and war, living in perfect peace.*

Rick: *I know what this is! You can sustain world peace because you have one night a year where you all run around robbing and murdering each other without consequence.*

That's right!

Morty: *What?*

It's like The Purge, Morty. That movie The Purge [22. S2E9].

The satirical effect in the above-mentioned dialogue is based on *grotesque*, as it signifies a state of affairs in which “the natural order of things has been subverted”.

The plot of the episode is a *parody* on “*Animal Farm*” written by G.Orwell, a sarcastic portrayal of exploitive political system. The planet is run by the upper class who exploit the lower class citizens and people from the lower class have to build a new system from scratch.

Arthrisha: *I...I never intended to harm you, I swear. I am trying to end the festival.*

Rick: *W-what do you mean?*

The Girl: *I was going to use your ship to destroy the rich ...that run our society, and save people from the horrors of this yearly festival...*

Rick: *Now where are these rich people?*

Rich people: *To another successful year of the festival! Pitting poor people against each other for thousands of years!*

The following examples demonstrate the creation of new words for producing comic effects. They are:

a) **Morty:** *Wow. What do you know? Huh. That was easy.*

Rick: *Totes malotes, dawg.*

Morty: *Just kind of hard to believe, you know? [22. S1E4].*

b) **Brad:** *I throw balls far. You want good words, date a language [22. S1E6].*

c) **Slippery:** *Y'all need to ride down the stairs? My name is slippely-slippery stair. I'll take you down there for 25 shmeckels.*

Rick: *25 shmeckels? I don't know how much I don't know what that is. Is that a lot? Is it a little?*

Waitress: *That's exactly how much I spent on my big fake boobies [22, S1E5].*

The comic effect is based on wordplay which is supposed to represent the concept of neologism. There are three examples of neologisms in the conversation: a) ‘*totes malotes*’, b) ‘*a languager*’ and c) ‘*shmeckles*’.

According to Urban Dictionary, the phrase of ‘*totes malotes*’ is a combination of *totes*, which presumes a different way of saying ‘*totally*’, and ‘*malote*’ which is a Mexican-American slang for a rude word or an insulting. The expression (*Totes malotes, dawg.*) became fixed, got a popular meaning (‘*well done!*’ or ‘*too easy*’) and possibly originated from “Rick and Morty” [23].

The expression b) ‘*date a languager*’ seems to be correct, the derivational suffix *-er* is added to the noun *language* to signify a person who is an expert in a language, a linguist. Nevertheless, the wordplay lies in the fact that the lexeme ‘*a languager*’ does not exist in the English language and it is used to pre-empt the

existence of a noun denoting the same meaning — *a linguist*. The ungrammatical creation of the noun ‘*a languager*’ is highly unpredictable, though it can be possibly taken for a neologism.

The noun ‘*shmeckles*’ does not exist in any English dictionary, except for Urban Dictionary where it is defined as a male part of the body of little size. [<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=shmeckle>]. However, in the context the word ‘*shmeckles*’ is used as a currency in a pejorative way. Firstly, nobody is aware of its nominal value. Secondly, the required sum is always fixed and it totals 25 (‘*shmeckels*’): ‘*to ride down the stairs*’ and ‘*big fake boobies*’ are on the same price list.

Rick: *Sometimes science is more art than science, Morty* [22. S1E6].

In this episode Rick has made a mistake by confusing the chemicals and turned people into monsters. Having seen the consequences of such a failure, he is trying to justify his error by comparing science and art.

Poncho: *That’s right, baby! A lot of people would pay top dollar to decimate the population. I’ll take the highest bidder: Al-Quaeda, North Korea, Republicans, Shriners, balding men that work out, people on the Internet that are turned on by cartoons of Japanese teenagers, anything is better than working for you, you pompous, negligent, iTunes-gift card a holiday bonus giving mother* [22. S1E3].

The following list of words includes some ergonyms: the name of organization (Al-Quaeda), the name of children hospital (Shriners), the name of the political party (Republicans), a toponym (North Korea), and free collocations (balding men; Japanese teenagers). This is an example of zeugma being used for making a humorous effect. The basic function of zeugma is to puzzle and astonish. Al-Quaeda should be followed by another name of a terrorist organization, but the use of North Korea violates the expectation and puzzles the listener who is struggling to build a logic path. Then, comes the name of the political party and it results in the humorous image.

Rick and Morty

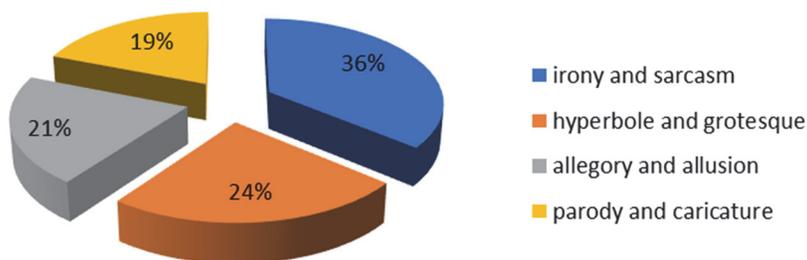


Fig. 2. Percentage-based ratios of linguistic and stylistic devices distribution
Рис. 2. Процентное соотношение лингвистических и стилистических приемов сатиры

Linguistic and Stylistic Analysis of Satire based on «Family Guy»

“Family Guy” is often compared with “the Simpsons” but still it has some peculiar features and qualities of its own: unlike “the Simpsons”, “Family Guy” can be regarded as a source of sociological study in the context of American culture. “Family Guy” is considered to be one of the best series which can help to understand American society and its unique culture, as well as to discover interpersonal relationships and to enjoy the American sense of humour. It outlines family relationships in a colorful and humorous way, offers a fresh view on representations of adolescence, masculinity, femininity. Also, it deals with sensitive topics like homophobia, manifestation of racism, HIV/AIDs, sexism, stereotyping and violence.

The following example is taken from season 1 episode “*I never met the Dead Man*” and it takes a look at a pun that makes a play on the words ‘*bribe*’ and ‘*love*’ which sound different but have similar meaning ‘*pamper*’ or ‘*spoil*’.

Lois Griffin: *Peter, you’re bribing your daughter with a car?*

Peter Griffin: *Come on, Lois, isn’t ‘bribe’ just another word for ‘love’?* [24. S1E1].

The utterance ‘*you’re bribing your daughter with a car*’ is based on the wordplay and it is supposed that Peter offers a car to his daughter as a gift to pamper her and make her do something in return. This argument can be supported by the lexical entry. In Longman dictionary the verb ‘*to bribe*’ has two meanings: 1) to illegally give someone, especially a public official, money or a gift in order to persuade them to do something for you; 2) to offer someone, especially a child, something special in order to persuade them to do something. In both definitions it is stressed that a gift is given to somebody in order to encourage the person to do a favour or a service instead [25].

The next example is taken from episode called “*Peter IV*” and it focuses on hyperbole or exaggeration which is one of the primary goals of humour.

Peter: *Those Ruski bastards changed the movie so Drago wins!*

Cleveland: *Not only does he not get up, he’s holding a sign that says, “Workers of the world, unite!”*

Peter: *Well, that-that seems like a logical idea, but this aggression will not stand! I am writing Vladimir Putin an angry e-mail. “Dear Vladimir...”*

Cleveland: *Ho-ho! That’s telling him.*

Peter: *I hope this email will finds you well.*

Cleveland: *Oh, man, I wish I could see his face.*

Peter: *I’ll get right to the point. “My friends and I were aghast when we saw what you did to the end of Rocky IV. Everyone knows that any American can beat up any Russian on any day of the week. Other than that, all is well on this end. Chris continues to hit the books as best he can, and his grades have shown some improvement. Stewie is growing like a weed. And Meg has become a woman in front of our very eyes”. And...send.*

Cleveland: *I think we lost a little steam at the end* [24. S16E7].

The main character Peter is going to call the Russian President and reprimand him for having changed the rules of boxing where the American boxer should have beaten the Russian opponent. The dialogue in this episode outlines two controversial points: 1) the fact that an unknown American citizen called Peter is able to send an email to any President at all, especially, to show any sign of anger (*'this aggression will not stand! I am writing Vladimir Putin an angry e-mail'*) and 2) the idea of omnipotent Russian President who can interfere in internal affairs of any country and make necessary changes (*'My friends and I were aghast when we saw what you did to the end of Rocky IV. Everyone knows that any American can beat up any Russian on any day of the week'*). A hyperbolic statement is intensified by the grammatical construction *'I wish I could see his face'*. The verb *wish* is used to speak about things and events that are not considered possible. The verb *wish* is followed by past tense modal *could* which denotes wishes made for the future.

Peter met a new friend called Stryker Fox and decided to put an end to the friendship with his old friends.

Peter: *Ugh, it's the guys. What do those losers want?*

Lois: *Losers? Those are your friends.*

Peter: *Nah, they are lame. Not one of them has ever vaped at a funeral* [24. S16E2].

Peter thinks that his friends are losers and calls them lame because they have never vaped at a funeral. This is an example of situational irony, which refers to the events that prove to be the opposite of what is expected. Finally, it turns out that his new friend dies and Peter tries to bring back his old friends which means that he did not really mean that his friends were losers.

Family Guy

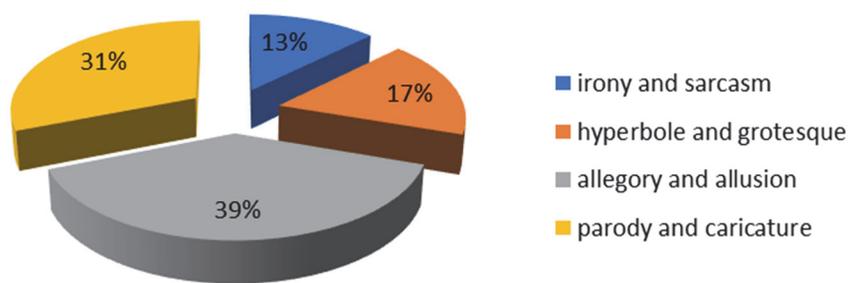


Fig. 3. Percentage-based ratios of linguistic and stylistic devices distribution
Рис. 3. Процентное соотношение лингвистических и стилистических приемов сатиры

Linguistic and Stylistic Analysis of Satire based on «F is for Family»

“F is for Family” is an American adult animated series that tells about the Murphys, a middle class Irish-American family. “F is for Family” covers interpersonal

relationships with friends, colleagues, family members and romantic partners. It also tackles such topics as a generation gap and existing confrontation between the generations, common marriage problems, moral values, work ethic and attitude toward different races and groups.

The following example aims at children's academic performance at school, a family daily routine and parents' hardships. The dialogue is conducted between a father (Frank) and a son (Kevin).

Frank: *You got one job: pay attention and pass your classes.*

Kevin: *That's two jobs!*

Frank: *No son of mine is gonna flunk out.*

Kevin: *I don't care. I hate school!*

Frank: *Well, I hate my life, but I keep on doing it! I got a mortgage, I got dependents, and I gotta go downtown every damn day to run that airport!*

Kevin: *Please, you're just a baggage handler [26. S1E2].*

It becomes apparent that Kevin, as almost any teenager, does not like going to school and studying. He has recently failed his test in history and his father has just learnt about it. There are some humorous elements: 1) two jobs (*That's two jobs!*), 2) expression of intense hatred (*I hate school! — I hate my life*) and 3) work duties (to run that airport and be just a baggage handler).

The first comic remark is based on the use of hyperbole which is intensified by the use of exclamation mark. Frank wants his son Kevin to fulfill just two simple tasks: be attentive at school and attend all the classes while Kevin perceives them as tasks of high importance, exaggerating each of them and equals them to a true job.

The second sarcastic utterance is built on the phrasal repetition (*I hate*) and a substantive opposition (*I hate school! — I hate my life*). There are two kinds of hatred: the one created by school and by life itself.

The last one is developed from the combination of hyperbole and understatement. Frank exaggerates his professional occupation at the airport when he confirms that he runs the airport while his son, Kevin, downgrades his father's social status by saying he is just a baggage handler.

As Kevin keeps on missing his classes, his father decides to play a joke on him by saying that he is bringing him to the Army.

Frank: *Hey. Get up, son.*

Kevin: *Oh, come on, I was having a dream about not being part of this family.*

Frank: *That's great. Come on. It's important.*

Kevin: *Where you taking me? Look, I'm sorry, I'm flunking out, but History's not my fault. I wasn't gonna say this, but Mr. Hackett is always brushing up against me.*

Frank: *Look, I realize no matter how much I yell and scream, you're never gonna change. You're not gonna do better in school, and your mother and I have accepted that. We're not gonna fight you on this anymore. So, I guess you're done with school.*

Kevin: *Oh, cool.*

Frank: *So, we decided to sell you to the Army. You are going to Vietnam. It's called «Troubled Youths to Southeast Asia» or something like that. It's an early-induction program [26. S1E2].*

In the above-mentioned example a delinquent teenager becomes an object of derision. His father threatens him with the army, inventing the name of an innovative program — «*Troubled Youths to Southeast Asia*» which is designed for the army recruits who are under the age of 18 years old. Frank's sarcastic remarks are intensified by the following sarcastic sentences: *we're not gonna fight you on this anymore; you're done with school, you are going to Vietnam*. Frank resorts to Kevin's emotions to realize his sarcastic intent by sounding accepted decision and by using future grammar forms: Present Continuous in the following sentences *we're not gonna; you are going* is used for expressing fixed arrangements in the near future.

Women's friendship is another curious topic which includes emotional intimacy and seems to be rather complicated. Ginny is Sue's friend who has just divorced and is always complaining about her failed marital status. The next example will demonstrate the complexity of female friendship.

Sue: *Ginny, stop! The mall is closing. I've got to find Maureen and go home and make dinner.*

Ginny: *Oh, well, excuse me. I am so sorry that my life falling apart has inconvenienced you. Why'd I even bother talking to you at all? You can't understand how I feel with your perfect life and your beautiful kids.*

Sue: *My life isn't perfect, okay? Outside of being a wife and a mother I've got nothing. Sometimes I wish I'd never got married!*

Ginny: *Do you ever stop thinking of yourself?* [26. S1E3].

The satirical effect is produced by using the repetitive apologies expressed by a synonymous range of phrases which are supposed to exaggerate true emotions of regret: 1) *Oh, well, excuse me*. 2) *I am so sorry*. 3) *Why'd I even bother talking to you at all?* The hyperbolic effect is achieved by using such word combinations as *your perfect life and your beautiful kids*. It is generally believed that your friends or colleagues or neighbours are luckier and happier in life than you are. Despite the fact that Sue is trying to explain that her life is not better than Ginny's, confirming that she wishes she had never been married, Ginny still feels upset and behaves herself in a very selfish way. She would like to be heard, however she is not ready to listen to other people's problems. She does not seem to understand Sue, finishing the dialogue in an egoistic way: *Do you ever stop thinking of yourself?*

Sue's daughter Maureen feels confused to have heard that her mother wishes to be single. Maureen interprets her mother's statement literally: *Like your wish that you never got married?*

Maureen: *It was my wish.*

Sue: *Well, not all wishes come true.*

Maureen: *Like your wish that you never got married?*

Sue: *No. I didn't...No. That's not...I said that, but I didn't really mean it. I was, you know, just trying to make Ginny feel better.*

Maureen: *Oh. So when I heard Daddy say he wished he never got married, who was he trying to make feel better?*

Sue: *I will be sure to ask him that* [26. S1E3].

Antiphrasis is used here to sharpen the contrast between a thought and a word. Sue pronounced that sentence to calm down her friend, she acknowledges that in

fact she has not meant it (*No. I didn't...No. That's not...I said that, but I didn't really mean it. I was, you know, just trying to make Ginny feel better.*). Then, Maureen wanted to know who her father wished to settle down when he used the same statement: *Oh. So when I heard Daddy say he wished he never got married, who was he trying to make feel better?* People often pronounce words and phrases without meaning them in order to provoke the opposition reaction. Antithesis is a great way to add such a contrast.

The further dialogue focuses on the topic of unemployment. Frank has just lost his job and feels distressed:

Frank: “*I can't take it anymore Sue, I'm sick of all these [f*.....] people looking at me thinking 'oh, you poor unemployed man'.*”

Sue: “*Frank, no one is thinking that.*”

Jenny: “*Hey there Sue, Frank, you poor unemployed man, how's the job search going?*”

Frank: “*I should have died in Korea*” [26. S2E1].

In the above example the humorous effect is achieved through the simultaneous use of anaphoric repetition and parallelism “*you poor unemployed man*” which integrates the comic effect with the effect of enhanced emotionality and evaluation. The episode exposes fear of being unemployed, fear of the unknown, fear of losing control

“F is for Family” focuses on keeping friendly, open and respectful communication. It teaches people to overcome drastic differences, to build strong bonds with coworkers and friends, and to bridge the generation gap.

F is for Family

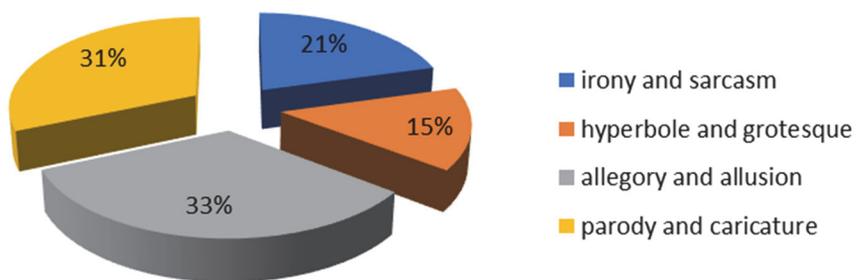


Fig. 4. Percentage-based ratios of linguistic and stylistic devices distribution
Рис. 4. Процентное соотношение лингвистических и стилистических приемов сатиры

Results and Discussion

According to the complex analysis of satire phenomenon in American animated series and their text scripts, I can conclude that the most frequent topics with social or political elements of satire are:

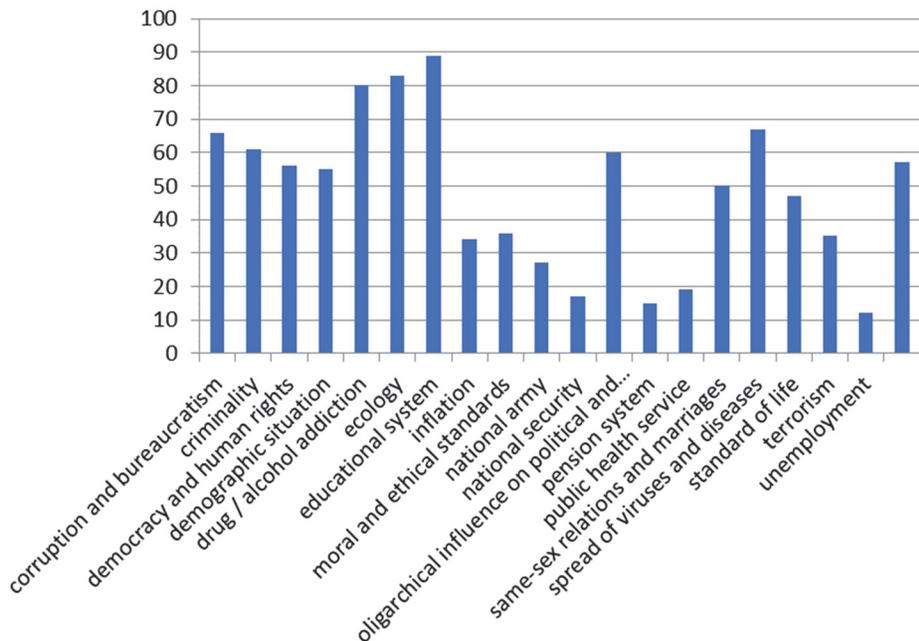


Fig. 5. Percentage-based ratios of socio-political topics reference, which are criticized and satirized
Рис. 5. Процентное соотношение упоминание социально-политических тем, подвергающихся осуждению и высмеиванию

On Fig. 1 each segment displays the percentage ratio of socio-political references found in the process of my research. The derivation defines the relevance of revealed topics, stresses their significance in people’s life, explains the potential of language to serve in a satirical way of animated messages.

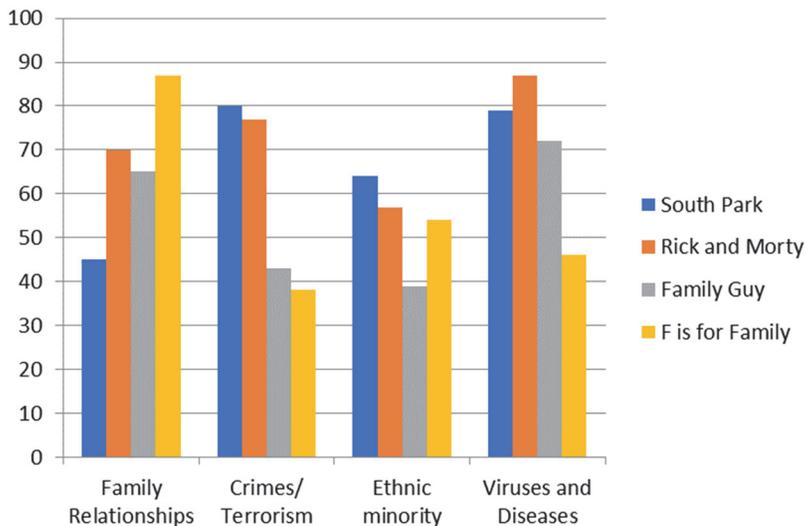


Fig. 6. Quantitative ratios of social-political topics distributed by series
Рис. 6. Количественные соотношения социально-политических тем, распределенные по сериалам

On Fig.2 the bar chart illustrates the percentage of topics which have social and/or political elements in the above-mentioned series. A prominent feature is that a significantly low percentage of crimes / terrorism allusions presented in “*F is for Family*” and family relationships in “*South Park*”. The percentage of crimes / terrorism allusions is slightly higher in “*Family Guy*” than in “*F is for Family*”.

Conclusion

In this paper I have argued for the use of linguistic and stylistic devices for construction of satire in modern animated cartoons. The aim was to contribute to debates in satirical genre regarding the importance of figures of speech such as irony and sarcasm, hyperbole and grotesque, allegory and allusion, paraphrase and play on words, parody and caricature to create a special ironical and/ or sarcastic effect as well as to show how the authors of the animated American series resort to vulgar, ambivalent humour to satirize mediocre people, entrenched habits, ruling ideologies and mindsets within the contemporary American society. Social and political, philosophical and psychological satire in modern animated cartoons serves as a powerful weapon for communicating social and political issues, philosophical and psychological problems, because such messages can easily be absorbed by young generation and transmitted in mass circulation. The genre of satire is of high social importance because it is used in setting social agenda and provides satirical commentary aimed at transforming social and political norms of society. The cartoonists exploit a wide range of linguistic and stylistic skills such as irony and sarcasm, hyperbole and grotesque, allegory and allusion, paraphrase and play on words. The satire brings about constructive criticism by using a sense of humour.

By analysing “*South Park*”, “*Rick and Morty*”, “*Family Guy*”, “*F is for Family*”, I have demonstrated the continued importance of such series in modern society worldwide not only for their satirical role, but instead for their social and political significance. All of them rely on a broad stock of cultural knowledge from which the sitcom creators intermix religious and philosophical ideas, moral principles, popular and high culture references.

Satire is a broad genre that incorporates a number of various approaches. It can be serious, acting as a protest, or comical, aimed at poking fun at something or someone. It can be explicitly or implicitly expressed. According to the topics that satire is intended to highlight, it can be classified into political, social, psychological or philosophical one. A combination of stylistic (irony, sarcasm, hyperbole or understatement, alogism, double-entendre) and linguistic devices (composition, syntactic ambiguity) can contribute into creation of successful satire which is supposed to produce a desired ironic effect.

References

1. Video lecture on the topic: Big serial explosion URL: <https://www.hse.ru/news/communication/119812549.html> (accessed: 30.12.2020).

2. Borev, Yu.B. (1970). *The comic, or how laughter punishes the imperfection of the world, purifies and renews a person and affirms the joy of being*. Moscow: Iskusstvo. (In Russ.).
3. Vinogradov, V.V. (1971). *On the theory of artistic speech*. Moscow: Vysshaja shkola. (In Russ.).
4. Attardo, S. (2002). Translation and Humour. *The Translator*, 8(2), 173—194. DOI: 10.1080/13556509.2002.1079913.
5. Cikusheva, I.V. (2008). Linguistic means of creating comic effect in fairy tales. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2: Filologija i iskusstvovedenie*, 10, 100—103. (In Russ.).
6. Luk, A.N. (1968). *About a sense of humor and wit*. Moscow: Iskusstvo. (In Russ.).
7. Kyazimov, G. (2004). *The theory of the comic (problems of linguistic means and techniques)*. Baku: Taxsil, 2004. (In Russ.).
8. Bryuxanova, E.A. (2007). *The cognitive-historical nature of irony: the paradigm of models in a comparative description: based on the material of English literary works of the 20th century and their Russian translations* [dissertation]. Ekaterinburg. (In Russ.).
9. Baxtin, M.M. (1997). Satire. In: *Collected works: in 7 volumes*. Vol. 5. Moscow: Russkie slovari. pp. 11—38. (In Russ.).
10. Gorbacheva, I.M. & Grishanova, Ye.V. (2018). Laughing Communication Role in Socio-Cultural Development of Society during Crisis Periods. *Economic and Social Research*, 2(18). URL: <http://esgi-miet.ru/images/Stati20182/esgi2-18-2018.pdf> (accessed: 02.11.2019). (In Russ.).
11. Grubova, A. M. (2017). Stylistic methods of creating a humorous effect (based on the novel by Helen Fielding “Diary of Bridget Jones”). *Molodoj ucheny’j*, 11(145), 319—322. (In Russ.).
12. Matasov, R.A. (2008). History of film translation. *The Moscow University Herald, Series 22, Translation Theory*, 3, 3—27. (In Russ.).
13. Matasov, R.A. (2010). Translation of film / video materials: linguocultural and didactic aspects [dissertation]. Moscow: Moskovskij gosudarstvenny’j universitet imeni M.V. Lomonosova. (In Russ.).
14. Sazonov, A. (2010). Double two (rus.). *Formula Kino Gorodovoy*, 8, 51—53. (In Russ.).
15. Snetkova, M.S. (2008). On the problem of translating feature films (based on two Russian translations of P. Almodovar’s film “Women on the Verge of a Nervous Breakdown”). *Moscow State University Bulletin. Series 9. Philology*, 1, 56—62. (In Russ.).
16. Tatarincev, N.S. (2019). Film genres. *Molodoj ucheny’j*, 21(259), 541—547. (In Russ.).
17. Fedorova, I.K. (2009). Translation of film text in the light of the concept of cultural transfer: the problem of translation adaptation. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filologija. Iskuststvovedenie*, 43, 142—149. (In Russ.).
18. Geopolitics. Volume 21, 2016 — Issue 1: article: Joe Thorogood Satire and Geopolitics: Vulgarly, Ambiguity and the Body Grotesque University College London UK pp. 215—235; 2016 [site]. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14650045.2015.1089433> (accessed: 02.01.2021).
19. Caricature and political cartoons: essential satire or old news [site]. URL: <https://www.itsnicethat.com/features/spitting-image-the-future-of-caricature-sculpture-illustration-071020> (accessed: 02.01.2021).
20. Slovar’ literaturny’x terminov: [site]. URL: <https://literaryterms.net/satire> (accessed: 02.01.2021).
21. South Park: [site]. URL: <https://www.southparkstudios.com> (accessed: 10.12.2020).
22. Rick and Morty: [site]. URL: <https://www.adultswim.com/videos/rick-and-morty> (accessed: 17.12.2020).
23. Urban Dictionary: [site]. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Totes%20Malotes> (accessed: 17.01.2021).
24. Family Guy: [site]. URL: <https://www.fox.com/family-guy> (accessed: 25.12.2020).
25. Longman Dictionary: [site]. URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/bribe> (accessed: 02.01.2021).
26. F for Family: [site]. URL: <https://www.netflix.com/f-for-family/> (accessed: 28.12.2020)

Библиографический список

1. Видео-лекция на тему: Большой сериальный взрыв. Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/communication/119812549.html> (дата обращения 30.12.2020).
2. *Борев Ю.Б.* Комическое, или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. М.: Искусство, 1970.
3. *Виноградов В.В.* О теории художественной речи. М.: Высш.шк., 1971.
4. *Attardo S.* Translation and Humour // *The Translator*. 2002. Vol. 8. no 2. P. 173—194. Doi:10.1080/13556509.2002.10799131.
5. *Цикушева И.В.* Лингвистические средства создания комического эффекта в сказках // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. 2008. Вып. 10. С. 100—103.
6. *Лук А.Н.* О чувстве юмора и остроумии. М.: Искусство, 1968.
7. *Кязимов Г.* Теория комического (проблемы языковых средств и приемов). Баку: Тахсил, 2004.
8. *Брюханова Е.А.* Когнитивно-историческая природа иронии: парадигма моделей в сопоставительном описании: на материале английских художественных произведений XX века и их русских переводов [Электронный ресурс]: Дис...канд. филол. наук. Екатеринбург: РГБ, 2007.
9. *Бахтин М. М.* Сатира // *Собрание сочинений*: в 7 т. М.: Русские словари, 1997. Т. 5. С. 11—38.
10. *Горбачева И. М., Гришанова Е. В.* Роль смеховой коммуникации в социо-культурном развитии общества в кризисные периоды // *Экономические и социально-гуманитарные исследования*. 2018. № 2 (18). Режим доступа: <http://esgi-miet.ru/images/Stati20182/esgi2-18-2018.pdf> (дата обращения: 02.11.2019).
11. *Грубова А. М.* Стилистические приемы создания юмористического эффекта (на материале романа Хелен Филдинг «Дневник Бриджит Джонс») // *Молодой ученый*. 2017. № 11(145). С. 319—322.
12. *Матасов Р.А.* История кино/видео перевода // *Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода*. 2008. № 3. С. 3—27.
13. *Матасов Р.А.* Перевод кино/видео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: автореф. дис. канд. филол. наук. М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010.
14. *Сазонов А.* Дубль два (рус.) // *Формула Кино Городовой*. 2010. № 8. С. 51—53.
15. *Снеткова М.С.* К проблеме перевода художественных фильмов (на материале двух русских переводов фильма П. Альмодовара ‘Женщины на грани нервного срыва’) // *Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология*. М., 2008. № 1. С. 56—62.
16. *Татаринцев Н. С.* Жанры в кинематографе // *Молодой ученый*. 2019. № 21 (259). С. 541—547.
17. *Федорова И.К.* Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса: проблема переводческой адаптации // *Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение*. 2009. № 43. С. 142—149.
18. *Geopolitics. Volume 21, 2016 — Issue 1: article: Joe Thorogood Satire and Geopolitics: Vulgarity, Ambiguity and the Body Grotesque University College London UK p. 215—235; 2016* Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14650045.2015.1089433> (дата обращения: 02.01.2021).
19. *Caricature and political cartoons: essential satire or old news [site]*. Режим доступа: <https://www.itsnicethat.com/features/spitting-image-the-future-of-caricature-sculpture-illustration-071020> (дата обращения: 02.01.2021).
20. *Словарь литературных терминов: [site]*. Режим доступа: <https://literaryterms.net/satire> (дата обращения: 02.01.2021).
21. *South Park: [site]*. Режим доступа: <https://www.southparkstudios.com> (дата обращения: 10.12.2020).

22. Rick and Morty: [site]. Режим доступа: <https://www.adultswim.com/videos/rick-and-morty> (дата обращения: 17.12.2020).
23. Urban Dictionary: [site]. Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Totes%20Malotes> (дата обращения: 17.01.2021).
24. Family Guy: [site]. Режим доступа: <https://www.fox.com/family-guy> (дата обращения: 25.12.2020).
25. Longman Dictionary: [site]. Режим доступа: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/bribe> (дата обращения: 02.01.2021)
26. F for Family: [site]. Режим доступа: <https://www.netflix.com/f-for-family/> (дата обращения: 28.12.2020)
27. Statista: [site]. Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/971473/number-k-12-school-shootings-us> (дата обращения: 02.01.2021).

Information about the author:

Olga V. Demina, PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Theory and Practice of Foreign Languages RUDN Institute of Foreign Languages; *research interests*: lexicology, sociolinguistics, theory and practice of teaching foreign languages; *e-mail*: deptphilology@gmail.com

Сведения об авторе:

Демина Ольга Вадимовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН; *научные интересы*: лексикология, социолингвистика, методика преподавания иностранных языков; *e-mail*: deptphilology@gmail.com



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1147-1159

УДК 811.161.1'27

Научная статья / Research article

Эволюция ассоциативно-вербальной сети концепта «Старость» в языковом сознании носителей русского языка 20-х гг. XXI столетия

Л.А. Сафаралиева

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, Миклухо-Маклая, 6

✉ kuznetsova-la@rudn.ru

Аннотация. Развитие информационных технологий, смена политического строя и иные социально-политические изменения в жизни государства накладывают отпечаток на языковое сознание типичного носителя языка. Безусловно, национальная концептосфера или «наивная» языковая картина мира претерпела существенные изменения, поскольку все события окружающего нас мира фрагментарно фиксируются в коллективном языковом сознании носителей русского языка. Те образы «старости», которые были актуальны для жителей нашего государства три десятилетия назад, значительно изменились. Негативное отношение к старости, пессимизм, ощущение неизбежного конца жизненного пути сменились надеждой на «благополучную, счастливую, наполненную материальными благами старость». Молодое поколение без колебаний проводит параллель между такими понятиями, как «старость» и «пенсия» — данный факт фиксируется впервые; ранее в научных исследованиях, основанных на данных ассоциативных экспериментов, подобные реакции не отмечались. Вышеприведенные выводы были получены в результате проведения цепного ассоциативного эксперимента со словом-стимулом «старость», предполагающего получение 3-х реакций студентов на данный стимул (на базе филологического факультета РУДН). Для участия в эксперименте были отобраны 99 студентов в возрасте 17—25 лет, для которых русский язык являлся родным (данные параметры отражены в анкете испытуемых). В связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой и условиями дистанционного обучения эксперимент проводился в онлайн-формате с использованием приложения MS Forms. Полученная ассоциативно-вербальная сеть концепта «старость» была сопоставлена с характеристикой вышеназванного концепта, зафиксированной в Ассоциативном словаре русского языка под редакцией Юрия Николаевича Караулова.

Ключевые слова: концепт, концептосфера, «наивная» языковая картина мира, ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, ассоциативно-вербальная сеть

История статьи:

Дата поступления: 01.03.2021

Дата приема в печать: 15.06.2021

© Сафаралиева Л.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Для цитирования:

Сафаралиева Л.А. Эволюция ассоциативно-вербальной сети концепта «Старость» в языковом сознании носителей русского языка 20-х гг. XXI столетия // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1147—1159. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1147-1159

UDC 811.161.1'27

Evolution of the Associative-Verbal Network of the Concept “Old Age” in the Language Consciousness of the Native Russian-Language Speakers of the 20s of the XXI Century

Lubov' A. Safaralievа 

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklay Str., Moscow, Russian Federation, 117198

✉ kuznetsova-la@rudn.ru

Abstract. The development of information technologies, change of political system and other socio-political changes in the life of any state, leave an imprint on the linguistic consciousness of a typical native speaker. Notwithstanding, the national conceptual sphere or “naïve” linguistic picture of the world has undergone significant changes, for all the changes in the world around us are fragmentally recorded in the collective linguistic consciousness of Russian language native speakers. The concepts of “old age” that were relevant to the residents of our state three decades ago, have undergone significant changes. Negative attitude to the old age, pessimism, and a sense of the inevitable end of life, have been replaced by the hope of a “prosperous, happy, financially stable old age”. The younger generation does not hesitate to draw a parallel between such concepts as “old age” and “retirement” — this fact was recorded for the first time as previously, the scientific studies based on data from associative experiments, hadn't noted similar approach. The above conclusions were obtained as a result of a chain associative experiment with the word-stimulus “old age”, which involves obtaining 3 reactions of students to this stimulus (on the basis of the Faculty of Philology of the RUDN). 99 students (aged 17—25), native speakers of the Russian language, were selected to participate in the experiment (these parameters are reflected in the questionnaire of the subjects). Due to the unfavorable epidemiological situation and the conditions of distance learning, the experiment was conducted in an online format using the MS Forms application. The obtained resulting associative-verbal network of the concept “old age” was compared with the characteristics of the above-mentioned concept, recorded in the Associative Dictionary of the Russian Language edited by Yuri Nikolaevich Karaulov.

Keywords: concept, conceptsphere, “naïve” language picture of the world, associative experiment, associative field, associative-verbal network

Article history:

Received: 01.03.2021

Accepted: 15.06.2021

For citation:

Safaralievа, L.A. (2021). Evolution of the associative-verbal network of the concept “Old Age” in the language consciousness of the native Russian-language speakers of the 20s of the XXI century. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1147—1159. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1147-1159

«Ничто не старит так скоро, как неотвязная мысль, что стареешь»
Георг Кристоф Лихтенберг

Введение

Старость называют закатом жизни, второй молодостью, золотым веком жизни или третьим веком [1]. Нет однозначной классификации этапов старения человека, поскольку на наше восприятие заключительного периода жизни влияют различные факторы: возраст, пол, национальность, социально-политическая обстановка в стране проживания, экономическое положение в обществе и т. д. В соответствии с классификацией Всемирной организации здравоохранения можно выделить 3 периода этапа старения человека:

- 60—70 лет — ранняя старость или пожилой возраст;
- 75—90 лет — поздняя старость или преклонный возраст;
- 90 лет и старше — долгожительство или старческий возраст.

В любом обществе присутствует огромное количество стереотипов, представлений, связанных с эволюцией человека и его жизнью с момента появления на свет и до заката жизненного пути. Естественно, что вопросы рождения, старения, смерти занимают умы человечества и, соответственно, находят свое прямое отражение в языке, в «идеальных сущностях, которые формируются в сознании человека из непосредственного чувственного опыта под влиянием национально-исторического опыта» — в концептах [2].

Концепт — основная ячейка культуры в ментальном мире человека [3; 4]. Важно отметить тот факт, что концепт содержит как национальный культурно-исторический опыт, так и индивидуальный опыт носителя языка [5]. При этом образное представление действительности национально окрашено, т.е. различается в зависимости от принадлежности языковой личности к той или иной культуре [6. С. 23].

Изучение концептов позволяет нам фрагментарно реконструировать языковое сознание типового носителя языка. При этом важно внести следующие уточнения: речь идет о реконструкции «*наивной*» языковой картины мира. То есть язык изучается не с точки зрения его системных свойств, а с точки зрения тех знаний и интерсубъективных смыслов, которые вызывают языковые знаки в сознании носителей языка. Вслед за Н.Л. Чулкиной мы будем использовать термин *концептосфера* как синоним термина «*наивная*» языковая картина мира, основным объектом исследования которой является язык-способность [7. С. 77]. Мы убеждены, что для реконструкции усредненной языковой личности (носителя современного русского языка) первостепенное значение имеет «...разнородный набор знаний о мире, который связан с анализируемыми языковыми знаками в обыденном языковом сознании носителей языка» [Там же]. Без обращения к психолингвистическим методикам смоделировать необходимый фрагмент сознания невозможно.

Целью данной статьи является сопоставление интерсубъективных смыслов концепта «старость» на основании данных ассоциативных экспериментов,

проведенных среди носителей русского языка в возрасте от 17 до 25 лет в конце 20-го века и начале 21-го. Для проведения всестороннего анализа сущности концепта «старость» в русском языке необходимо, в первую очередь, обратиться к системно-языковому анализу, то есть выделить минимальный набор знаний, заключенный в значении языкового знака.

Системно-языковая характеристика концепта «старость»

В качестве отправной точки проанализируем основное значение слова «старость», закрепленное в Толковом словаре С.И. Ожегова:

СТАРОСТЬ, -и, ас. 1. Сменяющий зрелость возраст, в который происходит постепенное ослабление деятельности организма; период жизни в таком возрасте. С. не радость (посл.). Под с. На старости лет (в старости; разг.). 2. перен. О старых людях, стариках (высок.). С. осмотрительна [8].

Обратившись к словарям синонимов, получаем следующую картину:
СТАРОСТЬ, дряхлость [9].

– Период жизни человека, наступающий после зрелости (обычно после шестидесяти лет), когда происходит постепенное ослабление деятельности организма.

– Человек определенного возраста

СТАРОСТЬ 1. преклонные годы (или лета), преклонный возраст, дряхлость; осень жизни (высок.) 2. О вещах: ветхость, обветшалость [10. С. 482].

Основным значением (или минимальным набором признаков) слова «старость» является «возраст/носитель признака «возраст». При этом особый акцент смещается на негативную характеристику общего состояния носителя признака — слабость/дряхлость.

Н.В. Крючкова в своей статье «Специфика проявления концептуальных признаков в лексической системе языка и в ассоциативных связях (на материале концепта «старость» в русском языке)» отмечает, что концепт «старость» представлен лексической группой, включающей 70 лексем, среди которых мы встречаем слова всех знаменательных частей речи [11. С. 75].

Основными характеристиками системной организации концепта «старость» являются:

1) большое количество имен существительных, называющих лиц пожилого возраста, например: *бабушка, дедушка, дед, старец, долгожитель, ветеран и т.д.*;

2) наличие подгруппы дериватов с яркой эмоционально-экспрессивной окраской, именующих лиц пожилого возраста: *старикашка, старуха, старикан, бабка, бабулька, бабуля, бабуся и т. д.*;

3) большинство лексем, репрезентирующих концепт «старость», имеют корни *стар-*, *ветх-*, *дряхл-*, *древн-*, *дед-*;

4) в лексической системе русского языка представления о старости тесно связаны с такими признаками, как: слабость, разрушение, долгое существование, опытность (в меньшей степени).

Отметим, что большая часть лексики, описывающей признаки, характеристики и состояния стареющего организма, обладает ярко выраженными негативными коннотациями.

**Ассоциативное поле концепта «старость»,
отраженное в Ассоциативном словаре под редакцией
Ю.Н. Караулова (данные свободного ассоциативного
эксперимента, проведенного в 1988—1997 гг.)**

Вышеприведенные данные лексикографических источников отражают системно-языковую характеристику концепта «старость», которая представляет собой обобщенное представление носителей языка о вышеназванном концепте. Однако данное представление лишено эмоционально-оценочного компонента, который привносится индивидуальным опытом носителя языка. Таким образом, без проведения ассоциативного эксперимента — приема, направленного на выявление ассоциаций, сложившихся у индивида в его предшествующем опыте [12. С. 82], и выявления закономерных ассоциативно-вербальных связей слов, составляющих сущность концепта «старость», невозможно объективно и всесторонне описать существующие в сознании носителей русского языка знания и представления о «старости».

«Получаемое в результате проведения ассоциативного эксперимента ассоциативное поле того или иного слова-стимула — это фрагмент образа мира того или иного этноса, отраженного в сознании „среднего“ носителя той или иной культуры, его мотивов и оценок и, следовательно, его культурных стереотипов» [13. С. 341]. При этом важно подчеркнуть, что «ассоциативно-вербальная сеть является одним из способов репрезентации языка...и существующих в сознании представлений о языке» [14. С. 129].

В современной психолингвистике широко применяются экспериментальные ассоциативные методики. Одним из самых эффективных методов исследования языковой картины мира в общем и языковой личности с индивидуальным восприятием социокультурных стереотипов конкретного языкового социума в частности является метод ассоциативного эксперимента.

Ю.Н. Караулов писал: «Ассоциативно-вербальная сеть фиксирует лишь ту часть нашего сознания, которая имеет вербальную оболочку, но именно эта часть и составляет большую часть наших знаний о мире» [15. С. 5]. Исходя из вышеизложенного, можем утверждать, что данные, полученные в результате проведения ассоциативного эксперимента, будут отражать некое «усредненное» восприятие окружающей действительности, общее для всех носителей того или иного языка. Как правило, индивидуально-личные единичные реакции на слово-стимул не меняют языковое восприятие действительности, а лишь вносят некие дополнительные коннотации.

Однако языковое сознание «не только антропоцентрично (носителем языкового сознания может быть только человек), но и этноцентрично... не существует двух абсолютно тождественных этнолингвокультур, и нет двух абсолютно тождественных образов мира» [16. С. 52].

Для русской этнолингвокультуры важнейшим событием стало издание Ассоциативного словаря под редакцией Ю.Н. Караулова в конце XX века [17]. Юрий Николаевич представил наиболее распространенные концепты с подробной характеристикой ассоциативно-вербальных сетей. В основе словаря лежат статистические данные, полученные путем проведения свободного ассоциативного эксперимента (одна реакция на одно слово-стимул) в 1988—1997 гг. При этом отметим, что в основе данного экспериментального метода нет абсолютно никаких ограничений на тип слова-реакции: ни семантических, ни формальных, ни каких-либо иных.

На первом этапе анализа реакций на стимул «старость» мы ограничили выборку статистических данных по возрастному признаку: онлайн-версия Ассоциативного словаря позволила выделить реакции, предъявленные участниками эксперимента, носителями русского языка (для которых русский язык является родным) в возрасте от 17 до 25 лет. Таким образом, мы получили 90 реакций, из которых 38 были различными и 27 одиночными [17]. Все полученные ответы мы предлагаем классифицировать по следующим основаниям:

Таблица 1 / Table 1

**Ассоциативно-вербальные сети концепта «старость» 1988—1997 гг.
Associative-verbal networks of the concept of “old age” 1988—1997**

№ п/п	Основание классификации (тип реакции)	Полученные реакции (количество ответов)
1	Физическое проявление старости: процессы, состояния, проявляющиеся на физическом уровне в организме человека	<i>дряхлость</i> (3); <i>дряхлая</i> (2); <i>беспомощность</i> (1); <i>немошный</i> (1)
2	Духовное, морально-нравственное представление старости; оценка умственных способностей человека	<i>мудрость</i> (2); <i>одинокая</i> (1); <i>одиночество</i> (1); <i>скука</i> (1); <i>уважение</i> (1)
3	Внешность человека в процессе старения	нет реакций
4	Периодизация жизни человека; наименование человека в процессе старения	<i>возраст</i> (2); <i>в возрасте</i> (1); <i>молодость</i> (2); <i>юность</i> (1); <i>бабушка</i> (1); <i>старушка</i> (1); <i>человек</i> (1)
5	Физические атрибуты, сопровождающие процесс старения, находящиеся в пользовании человеком преклонного возраста	<i>клюка</i> (1)
6	Атрибуты, признаки, качества, отражающие социально-экономическую характеристику старости	<i>дом</i> (1); <i>необеспеченная</i> (1)
7	Философская сущность старости	<i>радость</i> (3); <i>смерть</i> (2); <i>время</i> (1); <i>неизбежно</i> (1); <i>тяготит</i> (1)
8	Фразеология, устойчивые словосочетания, афоризмы, пословицы; синтагматические реакции, характеризующие старость как процесс	<i>не радость</i> (37); <i>не в радость</i> (6); <i>на радость</i> (2); <i>пришла</i> (2); <i>будет</i> (1); <i>подходит</i> (1); <i>придет</i> (1); <i>дряхлый пень</i> (1)
9	Иные, индивидуальные реакции	<i>беда</i> (1); <i>долго</i> (1); <i>еще не скоро</i> (1); <i>жалко</i> (1); <i>не хочу</i> (1); <i>свадьба</i> (1)

Как мы видим, первое место по количеству ответов занимает реакция «не радость», что говорит о преимуществах языковых традиций и представлений, закрепленных в сознании носителя языка в виде фразеологизированных

единиц. Данный факт подчеркивает ярко негативный образ последнего жизненного этапа, закрепившийся в языковом сознании молодых людей в конце XX столетия. На втором месте — отрицательная оценка физического состояния пожилых людей (бессилие, физическая слабость, дряхлость и т. д.) и соотнесенность «старости» с возрастом и периодизацией жизни и, соответственно, наименование людей-носителей признака «старость/старый».

В целом, можем утверждать, что в конце 20-го столетия концепт «старость» в сознании носителей русского языка в возрасте от 17 до 25 лет представлялся как нечто неизбежное, приближающееся к человеку, несущее скуку, одиночество и смерть. Реакции с положительной оценкой старости единичны.

На втором этапе анализа корпуса ассоциативных реакций, представленных в Ассоциативном словаре [17], обратимся к исследованию И.С. Блиновой, отраженному в статье «Этнокультурная специфика концепта „старость“» [14. С. 130]. И.С. Блинова в полном объеме проанализировала ассоциативные поля концепта «старость» на материале 102 реакций, репрезентирующих фрагмент массового сознания носителей русской лингвокультуры конца прошлого столетия. Круг реакций, проанализированный И.С. Блиновой, включил следующие ответы участников, не попавшие в проведенный нами анализ: *близка (1); болезнь (1); конец (1); приближается (1)*. Приведенные реакции дополняют описанный выше образ «старости» в русской концептосфере конца XX столетия и позволяют заключить, что «...в основе выделения онтологической категории «старость» в русской лингвокультуре лежат: состояние старого человека (71% всех реакций) и человек определенной возрастной группы (9,8 % всех реакций)» [14. С. 130].

Анализ концепта «старость» на материале данных цепного ассоциативного эксперимента (как разновидности свободного), проведенного в 2020 году на базе филологического факультета РУДН

Несомненно, развитие информационных технологий, смена политического строя и иные социально-политические изменения в жизни государства накладывают отпечаток на языковое сознание типичного носителя языка. Соответственно, можно предположить, что за последние два десятилетия ассоциативное поле концепта «старость» претерпело значительные изменения. Для доказательства данной гипотезы на базе филологического факультета РУДН был проведен цепной ассоциативный эксперимент со словом-стимулом «старость», предполагающий получение 3-х реакций студентов на вышеназванный стимул. Для участия в эксперименте были отобраны 99 студентов в возрасте от 17 до 25 лет, для которых русский язык являлся родным (данные параметры отражены в анкете испытуемых). В связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой и условиями дистанционного обучения эксперимент проводился в онлайн-формате с использованием приложения MS Forms.

Предлагаем представить полученные результаты в виде таблицы, классифицируя реакции по тем же основаниям/типам, которые мы использовали в

представлении ассоциативно-вербальных связей концепта «старость», отраженных в Ассоциативном словаре русского языка под редакцией Ю.Н. Караулова:

Таблица 2 / Table 2

**Ассоциативно-вербальные сети концепта «старость» 2020 г.
Associative-verbal networks of the concept “old age” 2020**

№ п/п	Основание классификации (тип реакции)	Полученные реакции (количество ответов)
1	Физическое проявление старости: процессы, состояния, проявляющиеся на физическом уровне в организме человека	боль (4); слабость (5); дряхлость (4); дряблость (1); болезнь (3); болезненность (1); болезни (3); ветхость (2); увядание (2); проблемы со здоровьем (1); усталый (1); беспомощность (1); немощность (1); немощь (1); суставы (1); запах (1); недомогание (1);
2	Духовное, морально-нравственное представление старости; оценка умственных способностей человека	мудрость (22); опыт (11); доброта (3); одиночество (7); страх (4); уважение (2); забота (2); умиротворение (3); спокойствие (4); спокойно (1); грустно (1); почет (1); гордость (1); независимость (1); душевный (1); заботливый (1); апатия (1); самодостаточность (1); общительность (1); печаль (1); жалость (1);
3	Внешность человека в процессе старения	морщины (17); седина (7); седые волосы (1); седой (1); седовласый (1); борода (1); очки (1); кожа (1); волос (1);
4	Периодизация жизни человека; наименование человека в процессе старения	бабушка (11); бабушка с дедушкой (1); дедушка (6); возраст (8); преклонный возраст (1); молодость (2); пожилой (3); старый (1); человек (1); зрелость (1); долголетие (1);
5	Физические атрибуты, сопровождающие процесс старения, находящиеся в пользовании человеком преклонного возраста	кресло (2); чай (1); платок (1); клубочки (1); лекарства (1); книга (1); клюка (1); трость (1); палка (1);
6	Атрибуты, признаки, качества, отражающие социально-экономическую характеристику «старости»	семья (9); внуки (15); пенсия (14); дом (6); загородный дом (2); дача (1); театр (1); бедность (1); огород (1); дети (1);
7	Философская сущность «старости»	смерть (9); покой (8); время (2); жизнь (2); конец (2); свобода (3); уют (6); тяжесть (1); медленно (1); медленный (1); отдых (1); счастье (1); любовь (1); воспоминания (1); гармония (1); итог (1); конец (1);
8	Фразеология, устойчивые словосочетания, афоризмы, пословицы; синтагматические реакции, характеризующие старость как процесс	не радость (2);
9	Иные, индивидуальные реакции	серость (2); серый (2); белый (1); забытость (1); воспитание (1); сентиментальность (1); осень (1); дыра (1); тишина (1); деревня (1); анекдот (1); вино (1); вкусная еда (1); дерево (1); солнце (1); бордовый (1); достижимость (1); бледный (1); выдох (1); сказочность (1); ностальгия (1); я (1); погода (1); неприятности (1); пятна (1); замена (1); целостность (1); кроссворды (1);

Для определения активного признака концепта «старость» выделим наиболее частотные реакции и проанализируем их: *мудрость* (22), *мудрец* (1); *морщины* (17); *внуки* (15); *пенсия* (14); *опыт* (11); *бабушка* (11); *семья* (9); *смерть* (9); *возраст* (8), *преклонный возраст* (1); *покой* (8); *седина* (7), *седые волосы* (1), *седой* (1), *седовласый* (1); *одиночество* (7); *дедушка* (6), *бабушка с дедушкой* (1); *дом* (6), *загородный дом* (2); *дача* (1); *слабость* (5); *дряхлость* (4); *боль* (4).

Из вышеприведенных данных мы можем предположить, что ядро ассоциативного поля концепта «старость» образуется следующими признаками:

- состояние пожилого человека: как морально-нравственное (об этом говорят реакции: *мудрость*, как наиболее частотная, *опыт*, *покой*), так и физическое (реакции: *слабость*, *дряхлость*, *боль*);
- номинация человека определенной возрастной группы (реакции: *бабушка*, *дедушка*);
- внешние признаки / физический облик (реакции: *морщины*, *седина*);
- социально-экономический статус пожилого человека (реакции: *внуки*, *семья*, *пенсия*, *дом*).

Дополним нашу гипотезу статистическим анализом полученных реакций. В первой группу (по количеству реакций) вошли реакции, представляющие *морально-нравственную оценку «старости»* — всего 70 реакций.

Вторую группу — 51 реакция — составили признаки, качества, отражающие *социально-экономическую характеристику «старости»*: наличие семьи, внуков; обладание недвижимостью, финансовая составляющая жизни старого человека.

В третью группу вошли признаки, *характеризующие «старость» с философской точки зрения* — 43 реакции. Причем как с негативной стороны (*смерть*, *конец*, *тяжесть*), так и с нейтральной, а зачастую и положительной (*жизнь*, *свобода*, *уют*, *счастье*, *любовь*).

Суммируя вышесказанное, попробуем выделить активные признаки концепта «старость». На наш взгляд, очевидным является тот факт, что в ядре концепта «старость» на первый план выходит *морально-нравственное состояние пожилого человека*, некое духовное понимание последнего этапа жизни (реакции философского характера). Причем физическое состояние уходит на второй план.

Безусловно, активным признаком, характеризующим ядро концепта «старость», является также *социально-экономическая характеристика старости*. Вопрос финансового благополучия, наличие жилплощади, поддержка со стороны детей и внуков характеризуют вторую группу активных признаков концепта «старость».

Таким образом, мы можем заключить, что для современного молодого человека усредненное, обыденное представление о старости может представляться как «период конца жизни, не всегда несчастный (зачастую ассоциируется с покоем и счастьем), часто сопровождающийся подведением итогов жизни, а потому наполненный жизненной мудростью, передаваемой

последующим поколениям, и обязательно сопровождающийся материальными благами (доход в виде пенсии, наличие недвижимости и т. д.)».

Сложившийся в результате нашего анализа образ «старости», а, в частности, его активный уровень, отражают «коллективные знания о повседневной жизни, известные всем носителям современного русского языка» XXI столетия [14. С. 130].

Заключение

Для реконструкции концепта «старость» как фрагмента окружающей действительности в языковом сознании носителей современного русского языка необходимо пошагово сопоставить ассоциативно-вербальные сети вышеназванного концепта, существующие в обыденном сознании типичного русскоговорящего молодого человека конца XX и начала XXI веков. За основу сопоставительного анализа возьмем предложенную выше классификацию и выделим основные сходства и различия.

Обращаясь к характеристике обыденных признаков, отражающих физическое проявление старости (общее состояние организма, биологические процессы и т. д.), мы обнаруживаем, что помимо реакций, зафиксированных в Ассоциативном словаре русского языка под редакцией Ю.Н. Караулова, мы получили новые, имеющие ярко выраженную негативную оценку, характеризующие «старость» как «период, связанный с болезнями и недомоганием» (12 реакций). Можем заключить, что для современной молодежи очевидна причинно-следственная связь между болезнью человека и физическим увяданием его организма. В конце XX века в русской концептосфере такой характеристики «старости» не наблюдалось.

Морально-нравственная, духовная сторона «старости» нашла свое отражение в реакциях, зафиксированных в Ассоциативном словаре русского языка и в результатах нашего ассоциативного эксперимента. Как и три десятилетия назад, «старость» коррелируется с мудростью и опытом, с одной стороны, и одиночеством, с другой. Но, если в Ассоциативном словаре такие реакции были единичными, то для типичного носителя русского языка XXI века «старость» неотделима от мудрости (наибольшее число полученных реакций — 22). Кроме того, для современной молодежи образ старости стал ассоциироваться со «спокойным периодом жизни», с «заботой о близких, отдыхом и независимостью». Напомним, что ранее ни одной из вышеприведенных характеристик зафиксировано не было.

Одной из ярких характеристик «старости», выявленных в результате нашего эксперимента и отсутствующих в «наивной» языковой картине мира конца XX века, является «внешний облик старости» как репрезентация носителя признака «старый». «*Морщины*», «*седина*» являются общепринятыми коррелятами «старости». Для трети респондентов вышеупомянутые признаки «старости/старого человека» уже стали неким стереотипом.

Смена политического строя в нашем государстве, изменения в социально-экономической сфере, пенсионная реформа, меры, принимаемые руководством

страны по улучшению качества жизни людей преклонного возраста, — все эти факторы стали, по нашему мнению, основной причиной появления следующих реакций: *пенсия* (14), *внуки* (15), *семья* (9). То есть мы видим, что сместился фокус восприятия «старости» с духовного фактора на материально-физический. Для большинства носителей современной лингвокультуры «старость» немислима вне семьи, причем семьи, состоящей из нескольких поколений: без детей и внуков старость невозможна либо представляется в негативном свете. Наличие таких реакций, как *дача* (1), *театр* (1), *загородный дом* (2), *вино* (1), *вкусная еда* (1), *сказочность* (1), *уют* (6), *долголетие* (1), *свобода* (3), *счастье* (1), *любовь* (1), указывает на формирование в русской концептосфере новой ассоциативной связи «старости» с «приятным, достойным периодом жизни, в котором у людей преклонного возраста есть свободное время на любимые занятия, на семью и близких людей».

Важнейшим результатом нашего эксперимента стала фиксация реакции «*пенсия*» (14). Никогда ранее «старость» не ассоциировалась с пенсионным возрастом. Полученные данные отражают положительную динамику государственной политики в области социальной сферы (такие программы, как, например, «Московское долголетие», позволяющие людям преклонного возраста вести активный образ жизни) и т. д. То есть можно говорить о формировании нового образа «старости» как некоего итогового периода жизни, который может сопровождаться стабильным финансовым доходом, в котором можно проводить время с семьей и заниматься любимым делом «на заслуженном отдыхе».

Подробно изучив сущность концепта «старость» на материале Ассоциативного словаря под редакцией Ю.Н. Караулова, мы выделили наиболее частотные реакции, характеризующие «старость» в русской концептосфере конца XX века. Как мы отмечали ранее, «старость» в понимании молодых людей 80—90 гг. прошлого столетия вызывала, в основном, образы, связанные с духовной жизнью человека. В XXI веке «старость» вызывает ассоциации, отсылающие нас к миру материальному.

Развитие информационных технологий, сближение с «западным миром», выдвижение на первый план практического отношения к построению семьи и карьеры привели к тому, что в последние три десятилетия в русской культуре, а соответственно, и в русском языке сформировалось новое восприятие «старости», ранее не фиксируемое в национальной концептосфере. Если в XX веке «старость» представлялась неизбежной, лишенной радости, то для современного носителя языка материальная составляющая является гарантом счастливой «старости», достижимой, гарантируемой государством.

Библиографический список

1. Аспекты старости [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://seni.ru/ru_RU/content/aspect-starosti (дата обращения: 11.01.2021).
2. *Кудряшова Ю.С.* Концепт «старость» в русском и английском лингвосоциумах (на материале паремиологических единиц) // *Огарёв-Online*. 2018. № 7 (112). Режим доступа:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-starost-v-russkom-i-angliyskom-lingvosotsiumah-na-materiale-paremiologicheskikh-edinit> (дата обращения: 18.01.2021).
3. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры. М.: Академ.проект, 2001.
 4. Маркелова Т.В., Новикова М.Л. Концептосфера «здоровье — болезнь»: культурный код // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. № 12 (3). С. 848—874. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-848-874
 5. Wei Ye, Ni'ao Deng. Claiming and displaying national identity: A case study of Chinese exchange students in Russia // *Training, Language and Culture*. 2020. № 4 (3). P. 43—54. DOI: 10.22363/2521-442X-2020-4-3-43-54
 6. Денисенко В.Н. Концепт изменение в русской языковой картине мира: Монография. М.: Изд-во РУДН, 2004.
 7. Чулкина Н.Л. Языковая картина мира и национальная концептосфера: онтология, методы реконструкции и единицы описания // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2015. № 1. С. 76—82.
 8. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: онлайн версия. Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=30422> (дата обращения: 30.01.2021)
 9. Бабенко Л.Г. Словарь синонимов русского языка. М.: «Астрель, АСТ», 2011.
 10. Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка: Практический справочник. М.: Рус.яз., 2001.
 11. Крючкова Н.В. Специфика проявления концептуальных признаков в лексической системе языка и в ассоциативных связях // Вестник ТГПУ. 2006. № 5 (56). С. 75—79.
 12. Евсеева О.В. Ассоциативный эксперимент как исследовательская процедура в психолингвистике // Вестник ЮУрГУ. 2009. № 2 (8). С. 82—84.
 13. Уфимцева Н.В. Ассоциативный словарь как модель языковой картины мира // Вестник ИрГТУ. 2014. № 9. С. 340—346
 14. Блинова И.С. Этнокультурная специфика концепта старость (на материале русского и немецкого языков) // Известия ВГПУ. 2009. № 5. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnokulturnaya-spetsifika-kontseptov-starost-na-materiale-russkogo-i-nemetskogo-yazykov> (дата обращения: 16.01.2021).
 15. Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь. М.: Астрель, 2002.
 16. Горинова Н.С. Ассоциативный эксперимент как способ изучения языкового сознания // Альманах современной науки и образования. 2009. № 8 (27), часть 2. С. 52—53
 17. Караулов Ю.Н., Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Уфимцева Н.В., Черкасова Г.А. Русский ассоциативный словарь. Ассоциативный тезаурус современного русского языка. В 3-х частях, 6-ти книгах / Кн. 1, 3, 5. Прямой словарь: от стимула к реакции. Книга 2, 4, 6. Обратный словарь: от реакции к стимулу. М., 1994, 1996, 1998. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://thesaurus.ru/dict/> (дата обращения: 14.01.2021).

References

1. [Electronic resource]. *Aspects of old age* URL: https://seni.ru/ru_RU/content/aspiekt-starosti (accessed: 11.01.2021). (In Russ.).
2. Kudryashova, Y.S. (2018). The concept of “old age” in Russian and English linguosociums (based on the material of paremiological units). *Ogarev-Online*, 7 (112). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-starost-v-russkom-i-angliyskom-lingvosotsiumah-na-materiale-paremiologicheskikh-edinit> (accessed: 18.01.2021). (In Russ.).
3. Stepanov, Y.S. (2001). *Constants: Dictionary of Russian Culture (Text)* Moscow: Akademichskij proekt. (In Russ.).
4. Markelova, T.V., & Novikova, M.L. (2021). «Health — Disease» Conceptual Sphere: Cultural Code. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(3), 848—874. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-848-874 (In Russ.).
5. Wei, Ye & Ni'ao, Deng (2020). Claiming and displaying national identity: A case study of Chinese exchange students in Russia. *Training, Language and Culture*, 4(3), 43—54. DOI: 10.22363/2521-442X-2020-4-3-43-54 (In Russ.).

6. Denisenko, V.N. (2004). *Concept change in the Russian language picture of the world*: Monograph. Moscow: RUDN Publishing House. (In Russ.).
7. Chulkina, N.L. (2015). Language World Picture and National Concept Sphere: Ontology, Methods of Reconstruction and Unit Description. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 1, 76—82. (In Russ.).
8. Ozhegov, S.I. *Explanatory dictionary of the Russian language: online version*. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=30422> (accessed: 30.01.2021). (In Russ.).
9. Babenko, L.G. (2011). *Dictionary of synonyms of the Russian language*. Moscow: Astrel, AST. (In Russ.).
10. Alexandrova, Z.E. (2001). *Dictionary of synonyms of the Russian language: A practical reference*. Moscow: Russkij jazyk. (In Russ.).
11. Kryuchkova, N.V. (2006). The specifics of the manifestation of conceptual features in the lexical system of the language and in associative relations. *Vestnik TSPU*, 5(56), 75—79. (In Russ.).
12. Evseeva, O.V. (2009). Associative experiment as a research procedure in psycholinguistics. *Vestnik SUSU*, 2(8), 82—84. (In Russ.).
13. Ufimtseva, N.V. (2014). Associative dictionary as a model of the linguistic picture of the world. *Vestnik IrSTU*, 9, 340—346. (In Russ.).
14. Blinova, I.S. (2009). *Ethnocultural specificity of the concept “old age” (based on the material of the Russian and German languages)*. *Izvestiya VSPU*, 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnokulturnaya-spetsifika-kontsepta-starost-namateriale-russkogo-i-nemetskogo-yazykov> (accessed: 16.01.2021). (In Russ.).
15. Karaulov, Yu.N. (2002). *Russian associative dictionary*. Moscow: Astrel. (In Russ.).
16. Gorinova, N.S. (2009). *Associative experiment as a way of studying language consciousness // Almanac of modern science and education*, 8(27—2), 52—53. (In Russ.).
17. Karaulov, Yu.N., Sorokin, Yu.A., Tarasov, E.F., Ufimtseva, N.V. & Cherkasova, G.A. (1994, 1996, 1998). *Russian associative dictionary. Associative thesaurus of the modern Russian language. In 3 parts, 6 books. Books 1, 3, 5. Direct dictionary: from stimulus to reaction. Book 2, 4, 6. Reverse dictionary: from reaction to stimulus*. Moscow. [Electronic resource]. URL: <http://thesaurus.ru/dict/> (accessed: 14.01.2021). (In Russ.).

Сведения об авторе:

Сафаралиева Любовь Александровна, ассистент кафедры общего и русского языкознания, филологический факультет, Российский университет дружбы народов; сфера научных интересов: лингвистическая семантика, семиотика, психолингвистика; email: kuznetsova-la@rudn.ru

Information about the author:

Lyubov' A. Safaralievа, Assistant Professor at the Department of General and Russian Linguistics, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia; Research interests: linguistic semantics, semiotics, psycholinguistics; email: kuznetsova-la@rudn.ru



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1160-1174

УДК 811.161.1'367.622.22'271.1:316.77

Научная статья / Research article

Прагматическая (не)уместность употребления диминутивов в русском языке¹

В.Ю. Трубникова Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Макля, 6✉ trubnikova-vyu@rudn.ru

Аннотация. В статье обсуждается прагматическое значение диминутивных форм в русском языке, рассматриваемое с точки зрения общих положений теории вежливости и речевых актов. Влияние диминутивов на иллокутивную силу и перлокутивные эффекты речевых актов ставит вопрос об уместности их употребления в различных коммуникативных ситуациях. Основываясь на бытующем предвзятом отношении к диминутивам, было решено проанализировать мнения носителей языка, высказанные в научно-популярных статьях и комментариях, для установления 1) интенций говорящего; 2) контекста употребления и 3) перлокутивных эффектов. Материалом для исследования послужила выборка из опубликованных в свободном доступе научно-популярных статей, форумов, постов в социальных сетях, комментариев интернет-пользователей. Всего в выборке было задействовано 23 источника и 714 комментариев пользователей. Эмический подход, основанный на систематизации интуиции говорящих, позволил выявить негативное отношение к диминутивам в иерархических отношениях, высокую степень значимости низкой социальной дистанции при восприятии диминутивов в качестве проявления позитивной вежливости, а также преобладание манипулятивного значения в неравноправных отношениях. Описанные в литературе оттенки значения, варьируемые от ласкательности до пренебрежительности, также прагматически обусловлены. Новизна исследования обусловлена «восходящим» подходом к формированию инструментария анализа коммуникативных ситуаций. Таким образом, представляется необходимым развивать умение принимать во внимание социальные переменные, такие как социальная дистанция, иерархия, права, обязанности и взаимная выгода собеседников, для уместного употребления диминутивных форм.

Ключевые слова: диминутивы, прагматика, уместность, вежливость, митигация, перлокутивные эффекты, русский язык

Финансирование. Благодарности

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН (Российская Федерация)

¹ Материал статьи был представлен на конференции VIII Incontro di Linguistica Slava (8-я встреча Славянской лингвистики), проведенной онлайн в Университете Удине 10—12 сентября 2020 г.

© Трубникова В.Ю., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Трубникова В.Ю. Прагматическая (не)уместность употребления диминутивов в русском языке // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1160—1174. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1160-1174

UDC 811.161.1'367.622.22'271.1:316.77

Pragmatic (In)appropriateness of Diminutives in Russian Language

Victoriya Yu. Trubnikova 

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198

✉ trubnikova-vyu@rudn.ru

Abstract. The article discusses the issue of pragmatic meanings of diminutive forms in the Russian language from the point of view of politeness and speech act theories. The impact of diminutives on the illocutionary force and perlocutionary effects of speech acts raises the question of their appropriateness in various communicative situations. Since there is a negative bias towards diminutives among lay native speakers, it was decided to analyse their opinions, beliefs and feelings in order to define 1) the speaker's illocutionary intentions; 2) contexts of use and 3) perlocutionary effects. The online articles, forums, posts on social networks and comments of Internet users were collected, with a total amount of 23 sources and 714 user comments. The emic and bottom-up approach referred to speakers' intuition reveal 1) negative attitude towards diminutives in hierarchical relationships, 2) perception of diminutives as a positive politeness tool in low distance relationships, 3) perception of diminutives as a manipulative tool in unequal relationships. Thus, the appropriate use of diminutives calls for pragmatic skills to assess a communicative situation in terms of social variables, such as social distance and power, mutual costs and benefits, rights and obligations of interlocutors.

Keywords: Diminutives, pragmatics, appropriateness, politeness, mitigation, perlocutionary effects, Russian language

Financing. Acknowledgement

This publication was supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program (Russian Federation).

The study was carried out of the task of the State Program of Scientific Research in 2021—2025, No 20211335 (Republic of Belarus)

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Trubnikova, V.Yu. (2021). Pragmatic (In)appropriateness of Diminutives in Russian language. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1160—1174. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1160-1174

Введение и определение направления исследования

Для носителей русского языка общепринятым считается тот факт, что нарушение или отклонение от нормы становится определенным социальным маркером и может сопровождаться эмоциональной реакцией. Так, нестандартное ударение на первый слог в глаголе *звонит* часто побуждает собеседника сделать определенные выводы о речевой культуре говорящего². Предполагается, что не только грамматически неверное употребление или отклонения от орфоэпических норм являются основанием для предубеждений, но и также коммуникативно неуместное поведение, которое может привести, по выражению М.А. Кронгауза, к «стилистическим конфликтам»³.

Так, обращают на себя внимание частые дискуссии по поводу отрицательного отношения к диминутивным формам. В данной статье предлагается проследить и выявить (не)уместность употребления экспрессивных диминутивов на примере материалов Интернета, в которых высказывается позиция по данному вопросу.

Начнем с некоторых общих положений о диминутивах. Диминутивные суффиксы обладают семантическим значением *+small*, то есть уменьшают значимые для того или иного предмета характеристики [1; 2]. Отмечается также, что уменьшение размера сопровождается уменьшением значимости предмета в диминутивной форме, что объясняет высокую концентрацию употребления диминутивов в ситуациях, связанных с детьми и инфантильностью в целом. Известно также, что значение уменьшительности не ограничено семантикой диминутивов на локутивном уровне, но распространяется как на иллюкутивный, так и на перлокутивный уровень высказывания, на которых определяется их дополнительное прагматическое значение *+non-serious* [3]. Это означает, что любое высказывание, содержащее диминутивную форму, обладает экспрессивно-эмоциональным потенциалом.

Целью данной работы является выявление влияния диминутивов на разные виды иллюкуций и связанные с ними перлокутивные эффекты.

В первую очередь будут проанализированы существующие положения о диминутивах на базе теории вежливости [4] и митигации [5].

Во вторых, будет представлен анализ мнений и высказываний носителей языка о диминутивах для иллюстрации этого прагмалингвистического феномена с эмической точки зрения. Следуя постмодернистской логике в изучении феномена вежливости, понимаемого в широком смысле как ожидаемого коммуникативного поведения [7], мы будем рассматривать иллюкутивную силу с точки зрения говорящего и возникающие перлокутивные эффекты с точки зрения собеседника, используя дискурсивный подход [6. С. 16]:

² Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/gramotnost/zvonit-ili-zvonit-kommentarii-lingvistov-chto-dumaiu-po-povodu-etogo-glagola-5e7756e32a8e1c7e3922ce8e> (дата обращения: 01.10.2020).

³ Режим доступа: <https://tass.ru/sci/6820554> (дата обращения: 01.10.2020).

«we consider it important to take native speaker assessments of politeness seriously and to make them the basis of a discursive, data-driven, bottom-up approach to politeness».

Таким образом, в данной статье рассматриваются:

– Коммуникативные интенции говорящих при употреблении диминутивных форм;

– контекст употребления диминутивных форм;

– стилистические ограничения употребления диминутивов.

В частности, учитывая прикладную ценность анализа, нас интересуют перлокутивные эффекты, связанные с употреблением диминутивов, такие как:

– эмоции и впечатления, возникающие у собеседника от высказываний с диминутивными формами;

– личностные качества и характеристики, приписываемые говорящему, в речи которого встречаются диминутивные формы.

Экспликация интуитивных выводов носителей языка и их метапрагматическая систематизация в рамках положений об уместной коммуникации [8; 9] способствует лучшему усвоению коммуникативных норм как носителями языка, так и обучающимся русскому языку как иностранному.

Материалом для исследования послужила выборка из опубликованных в свободном доступе научно-популярных статей, форумов, постов в социальных сетях, комментариев интернет-пользователей⁴. Всего в выборке было задействовано 23 источника и 714 комментариев пользователей.

Диминутивы в теории вежливости

На основании семантического свойства уменьшительности и связанного с ним прагматического значения инфантильности, употребление диминутивов рассматривается в первую очередь как проявление позитивной вежливости. Их прототипическое применение в семейной сфере сигнализирует о сокращении дистанции между собеседниками и способствует сплоченности. В работе А. Вежбицкой подчеркивается «the warmth of Slavic diminutives», и диминутивы рассматриваются как прагмалингвистический инструмент в полной степени отсутствующий в некоторых западных культурах, где открытое выражение эмоций не является уместным [10. С. 56]. Схожая тенденция обнаруживается также в греческой культуре, в которой диминутивы усиливают эмоциональную связь между собеседниками: «by using a feature associated with children, adults signal interpersonal involvement and show modesty» [11. С. 159]. Такая особенность употребления обуславливает их появление в так называемых «конвивиальных» речевых актах [12], которыми являются, например, комплименты, предложения и приглашения. В таких гипотетических ситуациях социальный ‘долг’ переходит на сторону собеседника, часто обозначаемым в русском языке гипокористическим именем:

⁴ В приложении приведены ссылки на использованные материалы.

(1) *Леночка, хочешь кусок тортика?*

Здесь важно понимать, что употребление диминутивов социально приветствуется в разных культурах и вызывает ряд смежных положительных чувств при условии наличия небольшой социальной дистанции между собеседниками.

С другой стороны, диминутивы могут также выступать в роли модификатора иллюкутивной силы в директивных речевых актах. Как уже было отмечено В. Дресслер и Л. Мерлини Барбарези, ослабление качества или количества предмета просьбы защищает собеседника от потенциальной 'угрозы' согласиться на невыгодные для него/неё действие [3]. Например,

(2) *Принеси воды*

является высказыванием, которое обязывает собеседника к действию в пользу говорящего без учёта его потребностей, в то время как

(3) *Принеси водички*

указывает на небольшое количество желаемой воды, что уменьшает затраты собеседника на выполнение действия и таким образом учитывает требования его негативного лица.

Тем не менее не только директивные речевые акты меняют иллюкутивную силу при наличии диминутивных форм, но и, например, ассертивные акты, в которых отсутствует интенция к побуждению, а значит и ослабление принуждения к действию. В этом случае митигации подвергается ответственность говорящего по отношению к предмету речи, то есть к правдивости утверждения, из-за чего может возникать оценочное значение. Например,

(4) *Это аутентичненько*

ставит под сомнение уверенность говорящего в этом высказывании, поскольку намеренно уменьшается атрибутированное свойство. Особенно избегание ответственности наблюдается в предикативных конструкциях, но также и при использовании диминутивных форм существительных, например в высказывании:

(5) *Я написала доклад*

содержится утверждение, о том, что говорящий выполнил определенное действие по отношению к объекту фразы. Если такое высказывание модулируется уменьшительной формой:

(6) *Я написала докладик*

оно выражает не столько нежное отношение к предмету речи, сколько уход от ответственности в случае несовпадения во мнении с собеседником, что сглаживает потенциально негативные последствия для лица говорящего. Этот аспект употребления можно рассматривать как диктуемый максимами вежливости по Д. Личу, в частности максимой такта [12], но в то же время концепция митигации, связанная с уходом от коммуникативной ответственности, склоняется более к эгоистичному, чем альтруистичному прочтению таких коммуникативных ситуаций [5].

Анализ мнений интернет-пользователей

В этом разделе мы переходим к анализу материала для выявления прагматических стратегий, применяемых в разных контекстах при употреблении диминутивов, на основании интуиции и восприятия носителей языка. Далее будут рассмотрены феномены, возникающие на перлокутивном уровне для выявления корреляции факторов, приводящих к негативной реакции в ответ на употребление диминутивных форм.

Коммуникативные интенции и контекст употребления

Надлежат рассмотрению мнения о том, что диминутивы расширяют сферу влияния негативной вежливости не только с точки зрения митигации побуждения, но и с точки зрения так называемой *новой этики*: «не навязывать свою точку зрения, избегать конфликтности и категоричности высказывания». Как было уже отмечено, при употреблении диминутивов смягчается точка зрения, одновременно с чем понижается и ответственность за правдивость высказывания в ассертивных актах. Пониженный градус ответственности не трактуется как желание оставить для собеседника возможность считывать импликатуры неуверенности и скромности, диктуемые принципами вежливости Д. Лича [13], а скорее как механизм сокрытия информации и нарушение максимы качества П. Грайса [14]. Носителями языка высказываются мнения о том, что диминутивы являются показателем «языковой трусости»⁵, так как их употребление стремится что-либо «скрыть», будь то «правда», «агрессия» или «чувства». Последнее позволяет рассматривать диминутивные формы так же, как «механизм защиты», «бегство от реальности». Отсутствие чётко считываемого суждения воспринимается как «попытка манипуляции», другими словами, диминутивы «маскируют намерения».

Очень важно отметить такое двоякое прочтение с точки зрения теории вежливости и других современных этических постулатов о свободе и уважения к личности. Стремление к негативной вежливости не всегда, как мы видим на примерах, воспринимается в положительном ключе носителями русского языка. Такое намеренное «отсутствие категоричности» считывается как манипулятивный инструмент, а значит как неуместное поведение: «автору кажется, что он меня „купит“ подобными „телячьими нежностями“»⁶. Как было сказано в одном из источников, «это делается не для того, чтобы собеседнику было приятнее, а для того, чтобы нам было удобнее» выполнять свою коммуникативную задачу.

Обозначив для удобства эту стратегию как манипулятивную и переключающуюся с постулатами негативной вежливости, вернемся к рассмотрению

⁵ Здесь и далее приведены высказывания носителей языка, взятые из материалов исследования.

⁶ Здесь и далее во всех примерах сохраняется орфография и пунктуация авторов.

диминутивов в рамках положительной вежливости. Действительно, подмечается их использование для того, чтобы «вызвать симпатию», «сделать общение приятельским» и «снизить пафос», то есть обеспечить низкую социальную дистанцию и показать искреннее расположение к собеседнику. Тем не менее, такое впечатление связано только с уместностью их появления в строго определенных коммуникативных ситуациях. В первую очередь, как было уже упомянуто, диминутивы употребляются при обращении к детям и в других ситуациях близкого общения людей, где служат средством «одомашнивания» пространства [15. С. 96].

Обращается внимание и на то, что уменьшительные суффиксы употребляются с существительными, обозначающими продукты питания, например, *огурчики, торттик, котлетки, водичка, огурчики-помидорчики, картошечка, рыбка*. Частотность их употребления в гастрономической сфере обосновывается важностью пищевых ритуалов с антропологической точки зрения как способа поддержания культурных и семейных традиций, а значит в высшей степени связана с практиками гостеприимства и застолья⁷. Такие диминутивы склонны к трансляции приятного впечатления от предмета речи и создают эффект сплоченности между собеседниками. Тем не менее, сплоченность в сфере общественного питания не является социально оправданной: «*Больше всего раздражает их употребление в сфере еды — воспринимается как навязывание товара посетителю, навязывание своего мира, вторжение, которое вызывает отторжение*».

Таким образом, апроприация диминутивов в коммуникативных ситуациях, характеризующихся значительной социальной дистанцией, не является уместной и воспринимается как вторжение или перенос личной сферы в общественную, где система социальных прав и обязанностей не подразумевает резкий переход к уменьшению социальной дистанции. Среди отмечаемых в материале исследования других сфер деятельности и общественной жизни, где широко употребляются диминутивы, следует отметить:

- сфера услуг и туризма;
- сфера медицинского обслуживания;
- женские интернет-форумы.

Употребление таких диминутивов, как *ручка, ноготочки, пяточки, носочек* в речи рукодельниц и работников сферы красоты объясняется частотностью экспрессивных диминутивов в лексико-семантическом поле частей тела [17]. Если же в целом понаблюдать за социолингвистическим распространением диминутивов, то в материале встречается мнение о том, что они в большей степени присущи жаргону молодых мам или используются скорее в непринужденной разговорной речи, в то время как считаются

⁷ «Еда — способ поддержания и распространения Традиции с большой буквы, не только национальной, но и семейной. В эпоху непрочности семейных связей и разобщенности поколений бабушкины рецепты и воспоминания детства о семейных застольях и праздниках становятся проводниками семейной традиции и культуры в обществе» [16. С. 27].

неуместными в официально-деловом стиле, для которого нехарактерна эмоциональная окраска.

Здесь необходимо вспомнить об основном прагматическом значении *+non-serious* [3], которым обладает в той или иной степени высказывание с диминутивными формами. Эта ‘несерьезность’ в зависимости от корреляции социальных переменных может получить две прагматические трактовки, а именно ласкательности и пренебрежительности, вызванные семантикой малого объекта, граничащей с его незначительностью по тому же признаку. Другими словами, выделяя с помощью диминутивов небольшие размеры предметов, тем самым подчеркивается их незначительность и периферийность. Например, это ярко чувствуется носителями языка при употреблении диминутивной формы *человечек*: *«а меня больше всего добивает ЧЕЛОВЕЧЕК!!!! ну как можно сказать о любимой, например — „я очень люблю этого человечка“““““ „это замечательный человек““““ для меня это слово означает только нечто недоразвитое (недоразвитенькое:)) и несуразное»*, так как воспринимается как уничижение и уменьшение достоинства.

В медицинской сфере употребление диминутивов в разговорах с пациентами стремится всё к той же ‘несерьезности’ и митигации ответственности в определении незначительности выявленных или предлагаемых негативных явлений: *«сделаем вам укольчик»*, *«аденомка тут на снимке»*.

В секторе обслуживания, помимо уже упомянутой сферы общественного питания, употребление диминутивов связывают с его манипулятивной функцией, когда на эксплицитном уровне повышают комфорт коммуникации, а на имплицитном уменьшают степень обременения с целью склонить покупателя на приобретение товара или услуги: *«Половина рекламных объяв в Инстаграме написано этим „доверительным“ языком — девочки, скидки на красивые браслетики»*.

В следующем параграфе мы поподробнее рассмотрим перлокутивные эффекты, возникающие при употреблении диминутивов.

Перлокутивные эффекты в употреблении диминутивов

Экспрессивная природа диминутивов приводит к тому, что их неуместное употребление вызывает большой спектр отрицательных эмоций: *«больше всего добивает»*, *«меня раздражает, когда так говорят»*, *«меня коробят ласкающе-сюсюкающие ценники»*, *«меня бесят уменьшительно-ласкательные суффиксы»*, *«для меня это одно из самых тошнотворных явлений в языке»*, *«меня не то что бесит... просто как-то фу»*. Диминутивы также провоцируют на конкретные с разной степенью реализуемые меры: *«появляется желание постучать по голове тяжелым предметом»*, *«выйти из кафе, выключить радио»*. Их употребление может трактоваться как *«неуважение и к языку, и к окружающим»* или как *«что-то неестественное, манерное, сюсюкающее»*. С другой стороны, в таких дискуссиях высказываются также противоположные мнения, например, *«ум.лас. слова придают моей лично жизни*

такую ласковую окраску», «у добрых людей всегда положительные эмоции и уменьшительно-ласкательное отношение к жизни, потому что и так в ней много грубого и сложного», где не отмечаются выше указанные манипулятивные возможности диминутивов.

Более того, что еще опаснее, отрицательные эмоции касаются не только денотата или уровня высказывания, но и переносятся на человека, который употребляет диминутивы. В первую очередь это касается выводов об уровне культуры и образованности, так как их употребление «говорит о безграмотности человека», воспринимается как «символ мещанства», «просто колхоз» или как свойство, характерное для «малокультурных людей». Во-вторых, делаются выводы об эмоциональном состоянии человека, например, диминутивы «выступают маркером нервозности», а также о личностных характеристиках человека, например, их употребление является «следствием инфантильности и неуверенности в себе», а люди, их употребляющие, считаются «безобидными и слабовольными».

Более того, такая дискуссия не ограничивается только приписыванием определенных черт характера, то также психических отклонений и заболеваний. Это иллюстрируется следующими цитатами: «свойственно состоянию, называемому в психиатрии Возбудимая психопатия», «является одним из признаков шизофрении», «является следствием психологических отклонений», «это один из диагностических признаков некоторых форм шизофрении», «бывает при эпилептическом слабоумии», «характерно для людей с психологическими проблемами», «разговаривает как эпилептик», «как те кто какую то беду пережил очень тяжело и заменяет горечь потерь суффиксами». В нашу компетенцию не входит исследование того, действительно ли частое или неуместное употребление диминутивов является синдромом того или иного заболевания, но тем не менее интересно наблюдать желание дилетанта поставить диагноз человеку при такой форме коммуникативного поведения и рассматривать употребление диминутивов не только как социальную, но и как личностную деградацию.

В свете бытующего резкого неприятия диминутивов представляется необходимым попытаться разобраться причины неуместности их употребления.

Обсуждение результатов: неуместное употребление диминутивов и коммуникативная неудача

Уместность употребления диминутивов зависит от правильного подсчета социальных переменных, таких как социальная дистанция, иерархия, права и обязанности говорящих, затраты и выгода от указанного действия в определенной ситуации [4; 8].

Как мы смогли убедиться, стратегическое употребление диминутивов может быть объяснено с позиции теории вежливости. Осталось пояснить, когда именно собеседник обретает манипулятивную интенцию или склонен

воспринимать проявление позитивной вежливости как признак психического отклонения. Было бы не совсем корректно обобщать коммуникативные функции, которые выполняют диминутивы, без анализа прагматического контекста общения. Более того, осознанная калибровка речевых стратегий в зависимости от социальных переменных помогает избегать нежелательных импликаций и перлокутивных эффектов, а значит и коммуникативных неудач.

Так, в иерархических отношениях значение ласкательности не допускается набором социальных ограничений прав и обязанностей, гарантирующих достижения коммуникативной цели с меньшими затратами на заботу о «лицах» говорящих. При их употреблении маркированным оказывается значение уничижительности и считается снисходительное отношение к собеседнику. В обратной ситуации, то есть когда диминутивы употребляются в речи субординированных людей, возникает эффект «*лакейской вежливости*», основанной на нарочитой митигации собственных намерений ради благополучия вышестоящего, которая была отмечена также в одной из статей нашего материала и определяется у исследователей как заискивание, подобострастие, задабривание [18].

С другой стороны, если социальная дистанция между людьми маркирована, и один из участников равноправной коммуникации не склонен её сокращать, употребление диминутивов считается внедрением в личностную сферу и нарочитым „одомашниванием“ пространства, что интерпретируется как манипулятивное поведение, в особенности в директивных актах. Если же собеседники, следуя общему протоколу социального поведения, вступают в коммуникативные отношения потенциально развивающиеся в более приятельские, диминутивы исполняют фатическую функцию без импликации сокрытия истинных намерений.

Игровой элемент, встроенный в прагматику диминутивов, отрицательно сказывается на установлении деловых и уважительных отношений в частности там, где такие базовые направления остаются в приоритете. Также форсированно выстроенное „домашнее“ пространство вызывает эффект фальши и ненатуральности, что приводит к поиску имплицитных смыслов.

Особенное внимание следует уделять директивным и комиссивным речевым актам, при которых говорящие вступают в коммуникативные отношения с ориентацией на взаимовыгоду. В случае асертивных высказываний диминутивы не столько направлены на собеседника, сколько на денотат и транслируют положительное к нему отношение. Тем не менее как мы смогли убедиться на материале исследования, даже такое неконфликтное и смягчённое высказывание может восприниматься не только как скромность, но и как уход от ответственности или, другими словами, как желание «*спрятаться в домике*», что понижает доверие к говорящему.

Заключение и постановка новых задач

Как было заявлено во введении, целью этой статьи является обзорный анализ негативных высказываний пользователей Интернета по отношению к

диминутивным формам. Рассматривая данный языковой феномен с позиций вежливого и уместного коммуникативного поведения, нам удалось определить, что интенции говорящих коррелируются с постулатами о позитивной и негативной вежливости. В первом случае употребление диминутивов характеризуется как уместное при равноправном общении с близкими людьми и детьми в прототипических ситуациях социальных ритуалов. Во втором случае, несмотря на видимое желание снизить категоричность или принуждение (обременение) в высказывании, возникает импликатура сокрытия информации как нарушение максимы качества, что определяет манипулятивную функцию, особенно в ситуациях социальной иерархии. Попытка снизить социальную дистанцию в иерархических отношениях приводит к чрезмерно навязчивому эффекту позитивной вежливости и маркируется как заискивающее поведение.

Особенно обращает на себя внимание негативная реакция, которая следует в ответ на неуместное использование диминутивов и сопровождается отрицательными эмоциями. Более того, человек, использующий диминутивы в своей речи без учета социальных ролей и ситуации общения, рискует получить не только резкую оценку о своём характере, но также и психиатрический диагноз.

Осторожность в их употреблении в первую очередь рекомендована в ситуациях с четко очерченными социальными ролями, в которых говорящий находится в зависимом или доминирующем положении. Только в ситуациях равноправной коммуникации при обоюдном желании сторон внести игровой элемент в протокол общения диминутивы выполняют фатическую функцию и обеспечивают низкую социальную дистанцию.

Следует несомненно отметить, что любое языковое явление — это лишь только инструмент в руках говорящего, который может быть использован с разной степенью уместности. Поэтому первым шагом на пути к коммуникативному успеху может стать осознанность существования различных интерпретаций, которые получают высказывания в зависимости от социальных переменных, таких как социальная дистанция, иерархия, права и обязанности участников коммуникации и степень взаимной выгоды в их общении. Отмечается также нечеткость в определении набора смыслов в зависимости от характеристик денотата. В целом исследования, принимающие эмпирический подход к сбору и анализу материала, подчеркивают свою практическую важность для подробного разбора коммуникативного поведения и для дальнейшего составления свода дидактических рекомендаций.

Для полного обзора коммуникативных неудач представляется необходимым провести более масштабное исследование с привлечением носителей языка для регулирования вариативности социальных переменных, включая гендерные характеристики, что может обеспечить статистическую надежность полученных данных о коммуникативной уместности.

Библиографический список

1. Jurafsky D. Universal Tendencies in the Semantics of the Diminutive // *Language*. 1996. № 72 (3). С. 533—578.

2. *Grandi N.* Sui suffissi diminutivi // *Lingua e Stile*. 1998. № 33 (4). С. 627—654.
3. *Dressler W. U., Merlini Barbaresi L.* Morphopragmatics: Diminutives and Intensifiers in Italian, German and Other Languages. Berlin: Mouton de Gruyter, 1994.
4. *Brown P., Levinson S.* Politeness: some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
5. *Caffi C.* Mitigation. Amsterdam, London: Elsevier, 2007.
6. *Locher M., Watts R. J.* Politeness theory and relational work // *Journal of Politeness Research*. 2005. № 1 (1). С. 9—34.
7. *Haugh M.* The Discursive Challenge to Politeness Research: an Interactional Alternative. *Journal of Politeness Research*. 2007. № 3. С. 295—317.
8. *Spencer-Oatey H.* Face, (Im)politeness and Rapport // *Culturally Speaking*. London: Continuum, 2008. С. 11—46.
9. *Watts R.J.* Politeness. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
10. *Wierzbicka A.* Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction. Berlin: Mouton de Gruyter, 2003.
11. *Sifianou M.* The use of diminutives in expressing politeness: Modern Greek versus English. *Journal of Pragmatics*. 1992. № 17. С. 155—173.
12. *Leech G.N.* Principles of Pragmatics. London, New York: Longman, 1983.
13. *Leech G.N.* The Pragmatics of Politeness. Oxford: Oxford University Press, 2014.
14. *Grice P.* Logic and Conversation // *Syntax and Semantics*. New York: Academic Press, 1975. С. 41—58.
15. *Кронгауз М.А.* Русский язык на грани нервного срыва. М.: Языки славянских культур, 2008.
16. *Павловская А.В.* Гастрософия: наука о еде. К постановке проблемы. Часть I // *Вестник Московского университета*. 2015. № 4. С. 23—38.
17. *Менькова Н.В.* Диминутивы как речевая неудача // *Верхневолжский филологический вестник*. 2018. № 4 (15). С. 127—136.
18. *Фуфаева И.В.* Экспрессивные диминутивы в условиях конкуренции с нейтральными существительными (на материале русского языка), диссертация на соискание научной степени. 2017. http://www2.rsuh.ru/binary/object_34.1521801225.0892.pdf.

Источники

1. Коммерсантъ наука. 2019. Новое русское слово. Закусочка к водочке и другие диминутивы. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3982758> (дата обращения: 01.10.2020)
2. Культурный Журнал. 2016 Язычочечек. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://corpuscula.blogspot.com/2016/12/blog-post_8.html (дата обращения: 01.10.2020).
3. Лента. 2017. Кто в домике? Лингвистическая деградация стала массовой, потому что считается «милой». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://lenta.ru/columns/2017/03/06/akozlova/> (дата обращения: 01.10.2020).
4. Москвичмаг.ру. 2019. Почему все-таки в Москве принято так отвратительно сюсюкать? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://moskvichmag.ru/gorod/pochemu-vse-taki-v-moskve-prinyato-tak-otvratitelno-syusyukat/> (дата обращения: 01.10.2020).
5. Московские новости. 2012. Колоночка про диминутивчики. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.mn.ru/columns/20120529/319235525.html> (дата обращения: 01.10.2020)
6. Русский журнал. 2011. На машиночке в светленькое будущее. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://russ.ru/pole/Na-mashinochke-v-svetlen-koe-budushee> (дата обращения: 01.10.2020)
7. Самкульт. 2017. «Пивасик» и «вкусняшки» — национальное достояние или символ мещанства? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://samcult.ru/review/13578?fbclid=IwAR0asacFх4а 18tLQ НсbIvOeCxfVheG7pYVt0vWw8K258Q5D3fG0t0R650> (дата обращения: 01.10.2020)

8. Частный корреспондент. 2015. Полакомиться творожком. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.chaskor.ru/article/polakomitsya_tvorozhkom_38789 (дата обращения: 01.10.2020).
9. Adme.ru. 12 паразитов в речи, которые мигом выдадут ваши секреты окружающим. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.adme.ru/svoboda-psihologiya/12-parazitov-v-rechi-kotorye-migom-vydadut-vashi-sekrety-okruzhayuschim-1948865/> (дата обращения: 01.10.2020).
10. Bolshoyvopros.ru. 2016. Преобладание в речи слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами о чем...? [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/2067554-preobladanie-v-rechi-slov-s-umenshitelno-laskatelnyimi-suffiksami-o-chem.html> (дата обращения: 01.10.2020).
11. Facebook.com. 2013. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=10151766228908076&id=819658075 (дата обращения: 01.10.2020).
12. Flytothesky.ru. 2020. Что речь может рассказать о характере человека? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://flytothesky.ru/o-xaraktere-cheloveka/> (дата обращения: 01.10.2020).
13. LiveJournal.com. 2012. Почему многих раздражают уменьшительно-ласкательные слова. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://useless-faq.livejournal.com/12902529.html> (дата обращения: 01.10.2020).
14. LiveJournal.com. 2018. Об уменьшительно-ласкательных формах. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://estera.livejournal.com/748511.html> (дата обращения: 01.10.2020).
15. Livejournal.com. 2019. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://olga-srb.livejournal.com/617516.html> (дата обращения: 01.10.2020).
16. Livejournal.com. 2011. Почему многих раздражают уменьшительно-ласкательные слова. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://zet-isnotdead.livejournal.com/139206.html> (дата обращения: 01.10.2020).
17. Mr7.ru. «Пичалька, вкусняшка, овуляшка: почему россиянам так нравится мимимишная лексика. 2013. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://mr-7.ru/articles/85400/> (дата обращения: 01.10.2020).
18. Psychologies.ru. Есть ли слова или обороты, которые вас необъяснимо раздражают? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.psychologies.ru/self-knowledge/behavior/est-li-slova-ili-oboroty-i-kotorye-vas-neobyasnimo-razdrajayut/> (дата обращения: 01.10.2020).
19. TvR Science.ru. 2018. Чеканненько и логичненько: зачем мы «умалюем» свои оценки? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://trv-science.ru/2018/02/13/chekannenko-i-logichnenko/> (дата обращения: 01.10.2020).
20. Vk.com. «Группа людей, которые хотят правильно и красиво говорить по-русски, чтобы не исчез наш родной язык». [Электронный ресурс] Режим доступа: https://vk.com/topic-1203302_22455906 (дата обращения: 01.10.2020).
21. Woman.ru. 2010. Меня бесят уменьшительно-ласкательные суффиксы. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.woman.ru/psycho/personality/thread/3999567/2/> (дата обращения: 01.10.2020).
22. Yandex Zen. 2020. Нужны ли нам деминутивы? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/liteditor59/nujny-li-nam-deminutivy-5e6f53e547dd77790dd588b8> (дата обращения: 01.10.2020).
23. Yandex Zen. 2019. Расставашки — всегда печалька. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/liteditor59/nujny-li-nam-deminutivy-5e6f53e547dd77790dd588b8> (дата обращения: 01.10.2020).

References

1. Jurafsky, D. (1996). Universal Tendencies in the Semantics of the Diminutive. *Language*, 72, 3, 533—578.
2. Grandi, N. (1998). Sui suffissi diminutivi. *Lingua e Stile*, 33, 4, 627—654.

3. Dressler, W.U. & Merlini Barbaresi, L. (1994). *Morphopragmatics: Diminutives and Intensifiers in Italian, German and Other Languages*. Berlin: Mouton de Gruyter.
4. Brown, P. & Levinson, S. (1987). *Politeness: some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
5. Caffi, C. (2007). *Mitigation*. Amsterdam, London: Elsevier.
6. Locher, M. & Watts, R.J. (2005). Politeness theory and relational work. *Journal of Politeness Research*, 1, 1, 9—34.
7. Haugh, M. (2007). The Discursive Challenge to Politeness Research: an Interactional Alternative. *Journal of Politeness Research*, 3, 295—317.
8. Spencer-Oatey, H. (2008). Face, (Im)politeness and Rapport. In Spencer-Oatey, H. (ed.), *Culturally Speaking*, 11—46. London: Continuum.
9. Watts, R.J. (2003). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
10. Wierzbicka, A. (2003). *Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter.
11. Sifianou, M. (1992). The use of diminutives in expressing politeness: Modern Greek versus English. *Journal of Pragmatics*, 17, 155—173.
12. Leech, G.N. (1983). *Principles of Pragmatics*. London, New York: Longman.
13. Leech, G.N. (2014). *The Pragmatics of Politeness*. Oxford: Oxford University Press.
14. Grice, P. (1975). Logic and Conversation. In Cole, P. & Morgan J. (eds.), *Syntax and Semantics*, vol. 3, 41—58. New York: Academic Press.
15. Krongauz, M.A. (2008). Russian language on the verge of nervous breakdown. Moscow: Jazyki slavjanskich kul'tur. (In Russ.).
16. Pavlovskaya, A.V. (2015). Gastrosophy: food science. To the problem statement. Part 1. *Vestnik moskovskogo universiteta*, 4, 23—38. (In Russ.).
17. Men'kova, N.V. (2018). Diminutives as a speech failure. *Verkhnevolzhskiy filologicheskij vestnik*, 4 (15), 127—136. (In Russ.).
18. Fufaveva, I.V. (2017). *Expressive diminutives in conflict with neutral nouns (based on Russian language material)*. Unpublished Ph.D. dissertation. http://www2.rsuh.ru/binary/object_34.1521801225.0892.pdf. (In Russ.).

Sources

1. Adme.ru. 12 speech parasites which reveal all your secrets. [Electronic resource] URL: <https://www.adme.ru/svoboda-psiologiya/12-parazitov-v-rechi-kotorye-migom-vydadut-vashi-sekrety-okruzhayuschim-1948865/> (accessed: 01.10.2020).
2. Bolshoyvopros.ru. 2016. What can indicate the massive usage of words with diminutives...? [Electronic resource] URL: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/2067554-preobladanie-v-rechi-slov-s-umenshitelno-laskatelnyimi-suffiksami-o-chem.html> (accessed: 01.10.2020).
3. Chastnyj korrespondent. 2015. To treat yourself with curdDIM. [Electronic resource] URL: http://www.chaskor.ru/article/polakomitsya_tvorozhkom_38789. (accessed: 01.10.2020).
4. Facebook.com. 2013. [Electronic resource] URL: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=10151766228908076&id=819658075. (accessed: 01.10.2020).
5. Flytothesky.ru. 2020. What the speech can tell about a person's character? [Electronic resource] URL: <https://flytothesky.ru/o-xaraktere-cheloveka/> (accessed: 01.10.2020).
6. Kommersant Nauka. 2019. A new Russian word. AppetizerDIM for vodka and other diminutives. [Electronic resource] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3982758> (accessed: 01.10.2020).
7. Kul'tovyy zhurnal. 2016. LanguageDIM+DIM. [Electronic resource] URL: https://corpuscula.blogspot.com/2016/12/blog-post_8.html (accessed: 01.10.2020).
8. Lenta.ru. 2017. Who is in the houseDIM? Linguistic degradation has spread because it is "nice". [Electronic resource] URL: <https://lenta.ru/columns/2017/03/06/akozlova/> (accessed: 01.10.2020).
9. Livejournal.com. 2011. About diminutives. [Electronic resource] URL: <https://zet-isnotdead.livejournal.com/139206.html> (accessed: 01.10.2020).

10. LiveJournal.com. 2012. Why are the diminutives irritating? [Electronic resource] URL: <https://useless-faq.livejournal.com/12902529.html> (accessed: 01.10.2020).
11. LiveJournal.com. 2018. About diminutive forms. [Electronic resource] URL: <https://estera.livejournal.com/748511.html> (accessed: 01.10.2020).
12. LiveJournal.com. 2019. [Electronic resource] URL: <https://olga-srb.livejournal.com/617516.html> (accessed: 01.10.2020).
13. Moskovskie novosti. 2012. A columnDIM about diminutivesDIM. [Electronic resource] URL: <https://www.mn.ru/columns/20120529/319235525.html> (accessed: 01.10.2020).
14. Moskvichmag.ru. 2019. Why is it common to baby talk inappropriately in Moscow? [Electronic resource] URL: <https://moskvichmag.ru/gorod/pochemu-vse-taki-v-moskve-prinyato-tak-otvratitelno-syusyukat/> (accessed: 01.10.2020).
15. Mr7.ru. «SadnessDIM, yummy, ovaluationDIM: why are Russians so keen on «mimimi» lexis? 2013. [Electronic resource] URL: <https://mr-7.ru/articles/85400/> (accessed: 01.10.2020).
16. Psychologies.ru. Are there any words or expressions that irritate you? [Electronic resource] URL: <https://www.psychologies.ru/self-knowledge/behavior/est-li-slova-ili-oboroty-i-kotoryie-vas-neobyasnim-razdrajayut/> (accessed: 01.10.2020).
17. Russkiy zhurnal. 2011. By carDIM to the brightDIM futureDIM. [Electronic resource] URL: <http://russ.ru/pole/Na-mashinochke-v-svetlen-koe-budushee> (accessed: 01.10.2020).
18. Samkul't. 2017. «BeerDIM» and «yummy» — national treasure of symbol of babbity? [Electronic resource] URL: https://samcult.ru/review/13578?fbclid=IwAR0asacFx4a_18tLQHcbIvOeCxfVheG7pYVt0vWw8K258Q5D3fG0t0R650 (accessed: 01.10.2020).
19. TvR Science.ru. 2018. ClearlyDIM and logicalDIM: why do we diminish our evaluations? [Electronic resource] URL: <https://trv-science.ru/2018/02/13/chekannenko-i-logichnenko/> (accessed: 01.10.2020).
20. Vk.com. Group of people who wants to speak correctly in Russian to not let it disappear. [Electronic resource] URL: https://vk.com/topic-1203302_22455906 (accessed: 01.10.2020).
21. Woman.ru. 2010. Diminutives enrage me. [Electronic resource] URL: <https://www.woman.ru/psycho/personality/thread/3999567/2/> (accessed: 01.10.2020).
22. Yandex Zen. 2019. SeparationDIM is always sadDIM. [Electronic resource] URL: https://zen.yandex.ru/media/vsemdictant/rastavashki--vsegda-pechalka_5d5f0c3392414d00ae6ae5c9 (accessed: 01.10.2020).
23. Yandex Zen. 2020. Do we need diminutives? [Electronic resource] URL: <https://zen.yandex.ru/media/liteditor59/nujny-li-nam-deminutivy-5e6f53e547dd77790dd588b8> (accessed: 01.10.2020).

Сведения об авторе:

Трубникова Виктория Юрьевна, PhD, младший научный сотрудник Института современных языков, межкультурной коммуникации и миграции Российского университета дружбы народов (РУДН). *Научные интересы* касаются области межкультурной прагматики, вежливости и уместного коммуникативного поведения, теории преподавания иностранных языков; *e-mail*: trubnikova-vyu@rudn.ru
ORCID 0000-0003-3653-2167

Information about the author:

Victoriya Yu. Trubnikova works as a postdoctoral researcher at the Institute of modern languages, intercultural communication and migration of the Peoples' Friendship University of Russia. She has a master degree in Educational Linguistics (University of Bologna, Italy) and holds a PhD in Linguistics from the University of Padua. She published one monograph and a consistent number of scientific articles. *Research interests* are in Intercultural Pragmatics, Politeness theory, Foreign Language Teaching, in particular speech act realisation and assessment in Italian and English languages; *e-mail*: trubnikova-vyu@rudn.ru
ORCID 0000-0003-3653-2167



РУССКИЙ ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

RUSSIAN LANGUAGE AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1175-1188

УДК 811.161.1'27-13:316.77:303.4

Научная статья / Research article

Семантический дифференциал как метод изучения отношения к родному и русскому языкам в контексте межкультурной адаптации

А.Л. Новиков , И.А. Новикова  

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

 novikova-ia@rudn.ru

Аннотация. Актуальность исследований факторов межкультурной адаптации постоянно возрастает в современном глобализирующемся и стремительно меняющемся мире. Одним из важнейших условий успешного вхождения в новую культуру является владение языком принимающей страны, однако до последнего времени практически не было работ, в которых изучается отношение к языку как один из факторов эффективной межкультурной адаптации иностранных студентов. Цели представленного в статье пилотажного эмпирического исследования заключались в выявлении и сравнении: 1) отношения к родному и русскому языкам в группах азербайджанских и китайских студентов; 2) связей отношения к русскому языку и уровня межкультурной адаптации в этих группах иностранных студентов. В исследовании приняло участие 93 (58% — девушки) китайских студента и 62 (60% — девушки) азербайджанских студента, обучающихся в бакалавриате и магистратуре различных российских вузов. Для диагностики отношения к родному и русскому языкам использовался авторский вариант семантического дифференциала (СД) из 10 биполярных шкал, для измерения уровня межкультурной адаптации — «Шкала аккультурации к России», разработанная А. Ардила с соавторами. Результаты исследования свидетельствуют о том, что в отношении к родному и русскому языкам по большинству шкал СД преобладает сходство (сильнее всего отличаются результаты оценки «понятности» русского языка и «популярности» родного языка), при этом в факторных структурах шкал СД выявлено гораздо больше межкультурных различий, особенно при оценке русского языка. В свою очередь, оценки русского языка по большинству шкал СД положительно связаны с уровнем аккультурации иностранных

© Новиков А.Л., Новикова И.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

студентов, но эти связи сильнее выражены в группе китайских студентов. Результаты исследования могут быть использованы как преподавателями русского языка в иноязычной аудитории, так и исследователями межкультурной адаптации с целью дальнейшего совершенствования методов диагностики ее факторов и предикторов.

Ключевые слова: семантический дифференциал, русский язык, родной язык, межкультурная адаптация, иностранные студенты, Китай, Азербайджан

Финансирование. Благодарности

Исследование выполнено в рамках проекта № 056113-0-000 на базе Института современных языков, межкультурной коммуникации и миграций филологического факультета Российского университета дружбы народов.

История статьи:

Дата поступления: 01.06.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Новиков А.Л., Новикова И.А. Семантический дифференциал как метод изучения отношения к родному и русскому языкам в контексте межкультурной адаптации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1175—1188. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1175-1188

UDC 811.161.1'27-13:316.77:303.4

Semantic Differential as a Method for Studying Attitudes to the Native and Russian Languages in Context of Psychological Acculturation

Alexey L. Novikov^{ID}, Irina A. Novikova^{ID}✉

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198

✉novikova-ia@rudn.ru

Abstract. The relevance of research on the factors of acculturation is constantly increasing in current globalizing and rapidly changing world. The proficiency the language of the host country is one of the most important preconditions for one's successful entry into a new culture, but until recently there were practically no studies on attitudes towards the language as a factor of the acculturation in the international students. The purposes of the pilot empirical study presented in the article were to identify and compare: (1) attitudes towards the native and Russian languages in the groups of Azerbaijani and Chinese university students, and (2) the correlations between attitudes towards the Russian language and the level of acculturation to Russia in these groups of the international students. The study involved 93 (58% — females) Chinese students and 62 (60% — females) Azerbaijani students studying in bachelor's and master's degrees at various Russian universities. To diagnose attitudes towards the native and Russian languages, the author's version of the semantic differential (SD) of 10 bipolar scales was used. To measure the level of acculturation *The Acculturation Scale to Russia* by A. Ardila et al. was applied. The results of the research show that the similarity prevails in attitudes towards the native and Russian languages on most of the SD scales in both groups, (excluding differences in the assessing of the “understandableness“ of the Russian language, and the “popularity” of the native language). In contrast, there are much more intercultural differences in the factor structures of the SD scales, especially when assessing the

Russian language. In turn, assessments of the Russian language on most SD scales are positively associated with the level of acculturation in the international students, but these correlations are more pronounced in the group of Chinese students. The findings of the study can be used both by the Russian language teachers for international student, and by researchers of the acculturation process with the aim of further improving methods for diagnosing its factors and predictors.

Key words: semantic differential, Russian language, native language, acculturation, international student, China, Azerbaijan

Acknowledgements:

The publication has been prepared with the support of research project No 056113-0-000 at the Institute of Modern Languages, Intercultural Communication and Migration, Faculty of Philology, RUDN University.

Article history:

Received: 01.06.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Novikov, A.L. & Novikova, I.A. (2021). Semantic Differential as a Method for Studying Attitudes to the Native and Russian Languages in Context of Psychological Acculturation. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1175—1188. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1175-1188

Введение

Проблемы межкультурной адаптации активно начали исследоваться в зарубежной науке во второй половине XX века, а в отечественной — с конца 80-х — начала 90-х гг. XX века. В последнее время эта проблематика приобретает все большую актуальность и востребованность как в связи с ростом трудовой и образовательной миграции, связанной с глобализационными процессами, так, к сожалению, и с ростом вынужденной миграции, вызванной природными катаклизмами, боевыми столкновениями и войнами в разных частях мира. Изменения, которые происходят в мире в целом, в отдельных странах и регионах, требуют продолжения исследований закономерностей вхождения человека в новую для него культуру с целью сделать этот процесс более оптимальным с учетом влияющих на него многочисленных внешних и внутренних факторов. Отметим, что для обозначения данной проблемы в зарубежной психологии чаще используется термин «психологическая аккультурация», а в отечественной — «межкультурная адаптация», которые содержательно близки между собой [1—2], поэтому мы будем использовать их как синонимы.

Владение языком принимающей страны является одним из важнейших факторов, которые способствуют межкультурной адаптации [1; 3—5], неслучайно в зарубежной литературе наряду с понятием «культурный шок» [6] еще в 1963 г. появилось понятие «языковой шок», введенное В.А. Смолли [7]. В.А. Смолли считал «языковой шок» одним из элементов «культурного шока», так как язык играет одну из ведущих ролей в успешности социальных

взаимодействий вообще, и в новом социуме в частности. В дальнейшем Дж. Шуманом [8] была предложена модель аккультурации, в которой освоение второго (иностранного) языка занимает центральное место. Данная модель включает четыре основных этапа: 1) «языковой шок», который рассматривается как состояние, при котором говорение на иностранном языке ведет к ощущению себя глупым или комичным; 2) «культурный шок», понимаемый как состояние, при котором обучающийся чувствует себя неуютно и некомфортно в течение длительного пребывания в новой культуре; 3) формирование «эго-проницаемости» — способности обучающегося принимать новые культурные особенности, ассоциирующиеся с принадлежностью к новой языковой общности; 4) достижение высокого уровня мотивации и желания у обучающегося овладеть иностранным языком как средством вхождения в новую культуру [8].

Многие современные исследователи, в том числе А. Гойков-Раич и Е. Пртляга [5], подчеркивают, что изучение иностранных языков, сопровождаемое изучением соответствующих культур, способствует росту восприимчивости новизны, принятия многообразия и многокультурности современного мира, поэтому необходимо вводить изучение нескольких иностранных языков в программы школьного обучения уже в начальных классах. Эти идеи нашли отражение в концепции «многоязычия», принятой в Европейском Союзе, в которой закреплено раннее изучение иностранного языка и изучение двух иностранных языков в основной школе и на уровне профессионального образования [9].

В российских вузах накоплен большой опыт преподавания русского языка иностранным студентам, многие из которых до приезда в Россию не были знакомы ни с русским языком, ни с российской культурой. Преподаватели и исследователи подчеркивают, что овладение русским языком становится одним из ведущих факторов адаптации к обучению и к российской культуре в целом [3—4], но, в то же время, многие студенты испытывают трудности при изучении русского языка [4]. Отметим, что проблемы с изучением русского, как и любого другого иностранного языка, могут быть вызваны как объективными причинами (различия изучаемого и родного языков, отсутствие языковой практики, низкий уровень задатков и способностей, необходимых для овладения языком), так и субъективными причинами, важнейшими из которых являются мотивация и отношение к изучаемому языку [10]. Однако в настоящее время практически нет эмпирических исследований, в которых *отношение* к русскому языку рассматривалось бы как один из факторов межкультурной адаптации иностранных студентов в России, что и определило проблему настоящего исследования.

В качестве метода диагностики отношения к языку мы предлагаем использовать метод семантического дифференциала, разработанный под руководством Ч. Осгуда [11—13], и зарекомендовавший себя в качестве универсального инструмента для оценки любых объектов или явлений реальности в многочисленных психолингвистических, психологических, маркетинговых,

социологических исследованиях [12]. Среди основных преимуществ этого метода, важных для нашего исследования, можно отметить относительную простоту и экономичность проведения (даже в иноязычной аудитории); возможность использования в разных культурах с целью сравнения как оценок разных объектов, так и оценок разных субъектов (групп); наглядность представления результатов с помощью профилей оценок; возможность дальнейшей факторизации результатов (получение факторов «Оценка», «Сила», «Активность», описанных Осгудом, либо дополнительных факторов) и построение семантического пространства [11—13].

Соответственно, основными **целями** представленного в данной статье пилотажного эмпирического исследования являются:

1) выявление и сравнение отношения к родному и русскому языкам с помощью метода семантического дифференциала в группах иностранных студентов из разных стран;

2) установление и сравнение связей между отношением к русскому языку и уровнем межкультурной адаптации (аккультурации) в группах иностранных студентов из разных стран.

Процедура и методы исследования

Участники. Всего в исследовании приняло участие 155 иностранных студентов в возрасте от 16 до 30 лет, обучающихся в бакалавриате и магистратуре различных российских вузов (более половины — в РУДН), представляющих две разные культуры:

1) 93 студента (54 девушки и 39 молодых людей) из Китая, средний возраст — 23,2 года; которые живут в России от 1 до 10 лет (в среднем — 3,01 года) и учат русский язык от 1 до 8 лет (в среднем — 3,8 лет);

2) 62 студента (37 девушек и 25 молодых людей) — граждан Азербайджана, средний возраст — 21,5 год; которые живут в России от 0,5 до 22 лет (в среднем — 9,59 лет) и учат русский язык от 1 до 8 лет (в среднем — 12,05 лет).

Представители этих стран и культур были выбраны нами потому, что **китайские студенты** представляют самую многочисленную группу иностранных студентов из дальнего зарубежья, обучающихся в России, а **азербайджанские студенты** — это представители одной из стран СНГ, которая является бывшей республикой СССР, и, соответственно, имеет большую историческую близость с российской культурой. Многочисленные исследования иностранных студентов, обучающихся в российских вузах, показывают, что как китайские студенты, так и студенты из стран бывшего СССР достаточно сильно отличаются по особенностям их межкультурной адаптации и коммуникации от студентов из других регионов мира [14]. Но если у первых эти различия связаны со спецификой их родной культуры, то у вторых — наоборот, с более близким знакомством с русской (российской) культурой. Также необходимо отметить, что большинство китайских студентов начинают

изучать русский язык, только приехав учиться в Россию, и испытывают при этом достаточно много сложностей [4; 15], а большинство азербайджанских студентов начинают изучать русский язык на родине и/или имеют опыт жизни в России еще до начала обучения в университете (это подтверждается и средней продолжительностью изучения русского языка, которую указали участники нашего исследования).

Методы и методики. Основными методами исследования были анкетирование (несколько вопросов для получения социально-демографических данных), семантический дифференциал и тестирование.

Для выявления *отношения к языку* нами был разработан вариант семантического дифференциала (СД), который включал 10 биполярных шкал, с помощью которых респонденты оценивали сначала русский язык, а затем родной язык: «простой — сложный», «некрасивый — красивый», «мелодичный — немелодичный», «медленный — быстрый», «понятный — непонятный», «пассивный — активный», «популярный — непопулярный», «скучный — интересный», «громкий — тихий», «глухой — звонкий». Шкалы предъявлялись именно в таком порядке и с чередованием «положительного» и «отрицательного» полюсов. Расстояние между полюсами было задано 7-балльной шкалой, при обработке шкалы располагались так как показано на рис. 1, поэтому значения меньше 4 указывали на близость к условному «отрицательному» полюсу, а больше 4 — к «положительному» полюсу.

Для диагностики *межкультурной адаптации* иностранных студентов в России использовалась «Шкала аккультурации к России» (Ардила и др., 2019), которая включает 20 основных вопросов. Для ответов используется 5-балльная шкала Ликерта (от 1 до 5) с помощью которой респонденты выражают свое согласие или несогласие с каждым утверждением методики. Итоговый балл по шкале может варьироваться от 20 до 100 баллов.

Исследование проводилось весной 2021 года, в связи с пандемией сбор данных осуществлялся с помощью Google forms.

Для статистической обработки использовались методы описательной статистики, критерий Манна–Уитни, ранговый корреляционный анализ Спирмена и эксплораторный факторный анализ методом «минимальных остатков» с вращением ‘oblimin’.

Результаты исследования и их обсуждение

На первом этапе обработки данных были рассчитаны средние значения оценок по шкалам СД в группах китайских и азербайджанских студентов и построены «профили» отношения к русскому и родному языкам (рис. 1). На рисунке наглядно видно, что средние оценки по большинству шкал в обеих группах и для русского, и для родного языков «сдвинуты» к условному положительному полюсу, единственное исключение представляет оценка русского языка как более «сложного» (3,2 балла в группе китайских студентов и 3,5 — в группе азербайджанских). При этом по большинству шкал не

наблюдается большого разброса данных: средние значения четырех анализируемых профилей достаточно близки.

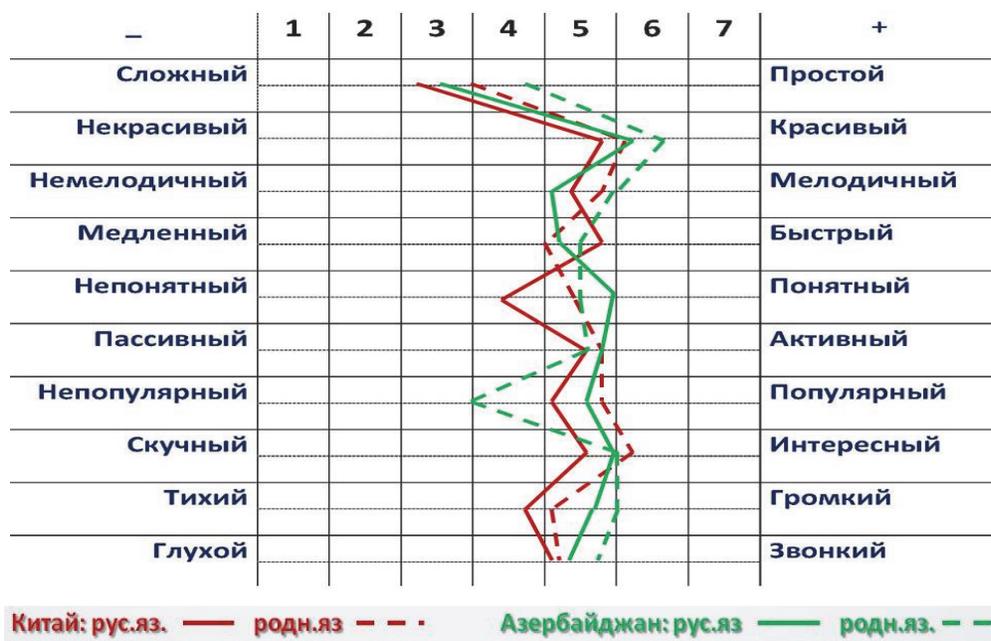


Рис. 1. Графическое изображение результатов семантического дифференциала в группах китайских и азербайджанских студентов

Fig. 1. Graphic representation of the results of semantic differential in groups of Chinese and Azerbaijani students

Сравнение средних оценок в двух группах с помощью критерия Манна–Уитни, проведенное на следующем этапе, показало, что на статистически значимом уровне азербайджанские студенты оценивают *русский язык* как более *понятный*, *громкий* и *активный*, а китайские студенты как более *быстрый*. Сравнение средних оценок *родного языка* в этих группах показало, что азербайджанские студенты оценивают свой язык как более *красивый* и *громкий*, но менее *популярный* и *сложный*, чем китайские студенты оценивают китайский язык.

Самые большие различия в абсолютных числах получены между:

– оценками *русского языка* по шкале «понятный — непонятный»: азербайджанские студенты оценили его гораздо более *понятным*, чем китайские студенты, и даже более *понятным*, чем родной азербайджанский язык (при этом оценки «понятности» родного языка в обеих группах практически идентичны);

– оценками *родного языка* по шкале «популярный — непопулярный»: азербайджанские студенты оценивают свой язык как гораздо менее популярный, а китайские студенты свой — как более популярный, чем русский язык (при этом оценки «популярности» родного языка наиболее резко расходятся в сравниваемых группах).

В целом, можно сказать, что при существовании объективных отличий между русским языком и родными языками участвовавших в исследовании студентов в субъективных оценках как русского, так и родных языков получено все-таки больше сходств, чем различий, что противоречит нашим ожиданиям, но может свидетельствовать о существовании универсалий в подобных оценках, что требует дальнейших исследований в других культурах.

Далее были выявлены и сопоставлены между собой факторные структуры оценок русского и родного языков азербайджанскими и китайскими студентами (табл. 1—2).

Таблица 1 / Table 1

Результаты факторного анализа шкал СД для оценки русского и родного языков в группе китайских студентов / Results of factor analysis of SD scales for assessing Russian and native languages in a group of Chinese students

Шкалы СД	Русский язык / Russian language			Родной язык / Native language		
	F 1	F 2	F 3	F 1	F 2	F 3
Сложный — простой	0,084	0,162	-0,496	-0,288	0,141	0,353
Некрасивый — красивый	0,289	0,437	0,317	0,607	0,230	-0,221
Немелодичный — мелодичный	0,032	0,877	-0,095	0,767	0,035	0,131
Медленный — быстрый	-0,040	0,545	0,352	0,211	-0,135	0,406
Непонятный — понятный	0,327	0,135	-0,213	0,338	0,154	0,099
Пассивный — активный	0,573	0,223	0,121	0,699	0,043	0,068
Непопулярный — популярный	0,887	-0,051	-0,113	0,091	0,622	0,108
Скучный — интересный	0,604	0,144	0,244	0,010	0,946	-0,006
Тихий — громкий	0,282	-0,331	0,121	-0,116	0,116	0,640
Глухой — звонкий	0,195	0,503	0,058	0,273	0,024	0,646

Примечание: серым фоном выделены факторные веса $\geq 0,5$, полужирным шрифтом — больше 0,4, но меньше 0,5.

Как следует из таблицы 1, в группе *китайских студентов* получена «классическая» трехфакторная структура для шкал СД как для русского, так и для родного языков. В структуре для *русского языка* первый фактор с факторными весами более 0,5 включает шкалы «непопулярный — популярный», «скучный — интересный» и «пассивный — активный», в данном случае мы склонны интерпретировать этот фактор как «активную силу» языка — способность активно завоевывать популярность и вызывать интерес. Во второй фактор входят шкалы «немелодичный — мелодичный», «медленный — быстрый», «глухой — звонкий», а также «некрасивый — красивый» на уровне тенденции (факторный вес 0,44), что дает основание интерпретировать его как фактор «оценки». В третий фактор можно включить только шкалу «сложный — простой», которая входит в него с отрицательным знаком (факторный вес при округлении равен 0,5). С учетом того, что русский язык был

оценен китайскими студентами как достаточно сложный (см. рис. 1), можно назвать этот фактор фактором «*сложности русского языка*». Первый фактор структуры для *родного (китайского) языка*, который включает шкалы «некрасивый — красивый», «немелодичный — мелодичный» и «пассивный — активный», можно интерпретировать как фактор «оценки». Второй фактор в этой структуре, включающий шкалы «непопулярный — популярный» и «скучный — интересный», по аналогии с первым фактором в структуре для русского языка мы интерпретируем как фактор «*силы*». Третий фактор в данной структуре включает шкалы «тихий — громкий» и «глухой — звонкий» и может быть назван фактором «*активности*». Таким образом, в данном случае в структуру для родного (китайского) языка входят факторы, близкие по смыслу «классическим» факторам «оценка», «сила» и «активность», но в структуре для русского языка эти факторы дифференцируются не так четко и имеют несколько другой набор входящих в них шкал. Интересно, что шкала «пассивный — активный» в обоих случаях не входит в фактор «активность».

Таблица 2 / Table 2

Результаты факторного анализа шкал СД для оценки русского и родного языков в группе азербайджанских студентов / Results of factor analysis of SD scales for evaluation of Russian and native languages in a group of Azerbaijani students

Шкалы СД	Русский язык / Russian language				Родной язык / Native language			
	F 1	F 2	F 3	F 4	F 1	F 2	F 3	F 4
Сложный — простой	-0,247	0,199	-0,007	0,346	-0,079	-0,109	-0,104	0,741
Некрасивый — красивый	0,434	0,320	0,036	0,215	0,240	0,306	0,362	0,336
Немелодичный — мелодичный	0,018	0,900	-0,017	0,025	-0,030	-0,029	1,026	-0,041
Медленный — быстрый	0,262	-0,063	0,046	-0,117	0,722	-0,038	-0,058	0,025
Непонятный — понятный	0,009	-0,021	0,008	1,008	0,388	0,084	0,112	0,355
Пассивный — активный	0,510	0,004	0,346	0,070	-0,020	1,018	-0,028	-0,026
Непопулярный — популярный	0,132	0,527	0,311	-0,113	0,319	0,302	0,066	-0,270
Скучный — интересный	0,979	-0,006	-0,027	-0,003	0,707	0,040	-0,014	-0,138
Тихий — громкий	0,006	-0,333	0,689	0,003	0,305	-0,235	0,085	-0,040
Глухой — звонкий	0,062	0,202	0,813	0,060	0,428	0,053	0,250	0,366

Примечание: серым фоном выделены факторные веса $\geq 0,5$, полужирным шрифтом — больше 0,4, но меньше 0,5.

Из таблицы 2 следует, что в группе *азербайджанских студентов* получена четырехфакторная структура для шкал СД для оценки русского и родного языков. В структуре для *русского языка* первый фактор включил шкалы «скучный — интересный» и «пассивный — активный», а также «некрасивый — красивый» на уровне тенденции (факторный вес равен 0,43), что дает основание интерпретировать этот фактор как фактор «*активной оценки*». Во

второй фактор вошли шкалы «немелодичный — мелодичный» и «непопулярный — популярный», что достаточно парадоксально, но на наш взгляд может быть интерпретировано как фактор «*мягкой силы*» — популярность за счет привлекательности, мелодичности, красоты языка. Третий фактор включает шкалы «глухой — звонкий» и «тихий — громкий» и, по аналогии с третьим фактором в структуре для родного языка в группе китайских студентов, может быть назван фактором «*активности*». В четвертый, дополнительный фактор, с очень высоким факторным весом вошла шкала «непонятный — понятный», что отражает «понятность» русского языка для азербайджанских студентов и соответствует данным количественного анализа, представленным выше. Факторная структура для *родного (азербайджанского) языка* выглядит наиболее специфично и отличается от всех описанных выше. В первый фактор вошли шкалы «медленный — быстрый» и «скучный — интересный», во второй — с факторным весом более единицы — шкала «пассивный — активный», в третий — с факторным весом более единицы — шкала «немелодичный — мелодичный», в четвертый — шкала «сложный — простой». По совокупности эти факторы могут быть интерпретированы как, соответственно, «классические» факторы «*силы*», «*активности*», «*оценки*» и специфический фактор «*простоты*» родного (азербайджанского) языка для азербайджанских студентов. Таким образом, факторные структуры для оценки как русского, так и родного языков в группе азербайджанских студентов отличаются спецификой как по сравнению друг с другом, так и по сравнению со структурами, полученными в группе китайских студентов. Скорее всего, это связано с меньшим объемом и большей неоднородностью выборки азербайджанских студентов и требует дальнейших исследований.

На заключительном этапе были рассчитаны коэффициенты корреляции между оценками отношения к русскому языку по шкалам СД и показателями аккультурации в России в двух группах студентов (табл. 3).

Коэффициенты корреляции, представленные в табл. 3 свидетельствуют о том, что в группе *китайских студентов* практически все шкалы СД положительно коррелируют с показателем аккультурации. Следовательно, китайские студенты, которые оценивают русский язык как более красивый, мелодичный, быстрый, понятный, активный, популярный и звонкий, имеют и более высокие показатели аккультурации. Нет значимых корреляций только со шкалами «сложный — простой» и «тихий — громкий», что может свидетельствовать о том, что данные параметры оценки языка имеют нелинейные связи с показателями аккультурации либо полюса данных шкал СД неоднозначно оцениваются респондентами (для кого-то «сложность» языка является «плюсом», а для кого-то — «минусом» и т.п.).

В группе *азербайджанских студентов* шкалы СД гораздо менее тесно связаны с показателями аккультурации: наиболее тесная корреляция получена для шкалы «непонятный — понятный», чуть менее тесные связи — для шкал «непопулярный — популярный», «некрасивый — красивый», «пассивный — активный» и «глухой — звонкий». Следовательно, азербайджанские

студенты, которые оценивают русский язык как более понятный, популярный, красивый, активный и звонкий, характеризуются и более высокими показателями аккультурации, что вполне согласуется с результатами факторного анализа (представлены шкалы, вошедшие в каждый из выделенных факторов). Можно отметить, что с межкультурной адаптацией азербайджанских студентов сильнее всего связана оценка «понятности» русского языка, а у китайских студентов — его «красоты», привлекательности.

Таблица 3 / Table 3

Коэффициенты корреляции шкал СД для оценки русского языка и показателей аккультурации в России в группах китайских и азербайджанских студентов / Correlation coefficients of SD scales for assessing the Russian language and acculturation indicators in Russia in groups of Chinese and Azerbaijani students

Шкалы СД	Китайские студенты / Chinese students		Азербайджанские студенты / Azerbaijani students	
	Spearman's r	p-value	Spearman's r	p-value
Сложный — простой	-0.047	0.652	0.124	0.335
Некрасивый — красивый	0.473***	<0.001	0.289 [†]	0.023
Немелодичный — мелодичный	0.391***	<0.001	0.233	0.068
Медленный — быстрый	0.372***	<0.001	0.043	0.738
Непонятный — понятный	0.271**	0.009	0.441***	<0.001
Пассивный — активный	0.412***	<0.001	0.273 [†]	0.032
Непопулярный — популярный	0.362***	<0.001	0.334**	0.008
Скучный — интересный	0.298**	0.004	0.272 [†]	0.033
Тихий — громкий	-0.072	0.490	0.149	0.249
Глухой — звонкий	0.435***	<0.001	0.304 [†]	0.016

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$

Заключение

Проведенное пилотажное исследование отношения к русскому языку как одного из факторов адаптации иностранных студентов из Китая и Азербайджана, обучающихся в российских вузах, позволило сделать следующие **выводы**.

1. В отношении к русскому и родному языкам, диагностированному с помощью СД, выявлено больше сходства, чем различий: оценки по большинству шкал близки между собой и не превышают единицы в абсолютных числах. Косвенно это может свидетельствовать о существовании некоторых универсальных тенденций в отношении к русскому и родному языкам среди иностранных студентов. В данном случае наиболее сильные расхождения выявлены в оценке «понятности» русского языка (азербайджанские студенты ожидаемо оценивают его гораздо более понятным) и в оценке «популярности» родного языка (азербайджанские студенты оценивают свой язык как менее популярный, а китайские свой — как более популярный по сравнению с русским).

2. При факторизации шкал СД получены структуры, которые достаточно сильно отличаются в группах китайских и азербайджанских студентов. В группе китайских студентов для родного (китайского) языка получена структура, включающая три фактора, которые могут быть с небольшими допущениями интерпретированы как «классические» факторы СД — «сила», «оценка» и «активность». В группе азербайджанских студентов в структуре для родного (азербайджанского) языка также можно выделить данные факторы, но имеется и дополнительный фактор «простоты» родного языка. Структуры, полученные для русского языка, отличаются гораздо сильнее, в чем проявляется культурно обусловленная специфика отношения к русскому языку в этих группах.

3. Отношение к русскому языку, выявляемое с помощью шкал СД, сильнее коррелирует с показателями межкультурной адаптации в группе китайских студентов. Но, в целом, в обеих группах более позитивные оценки русского языка характерны для студентов с более высокими показателями межкультурной адаптации (за исключением оценок по шкалам «сложный — простой» и «тихий — громкий», с которыми значимых корреляций не выявлено).

На основании полученных результатов можно рекомендовать преподавателям русского языка для иностранных студентов использовать богатый арсенал средств и способов, чтобы сделать обучение более интересным, формировать позитивное отношение к русскому языку через изучение русской культуры, по возможности снижать тревожность в учебном процессе и т.п. При этом в группах китайских студентов важно делать акцент на красоте, привлекательности, мелодичности русского языка (возможно через изучение русских стихов, песен, классической литературы и т.п.), а азербайджанских студентов — опираться на имеющийся у них опыт «взаимодействия» и понимания русского языка, что будет способствовать не только лучшему освоению русского языка, но и лучшей адаптации в России.

Говоря об использовании метода СД для диагностики отношения к русскому и родному языкам в контексте межкультурной адаптации и коммуникации иностранных студентов, мы планируем продолжение исследований в следующих направлениях: 1) увеличение объема и однородности исследуемых выборок; 2) диагностику студентов из других стран; 3) совершенствование формулировок биполярных шкал, увеличение числа шкал; 4) унификацию процедуры исследования с проведением методики в традиционном «бумажном» виде, так как на результаты могло повлиять использование онлайн формата.

Библиографический список

1. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М.: Аспект-Пресс, 2014.
2. Ардила А., Маслова О.В., Новикова И.А., и др. Разработка и психометрическая проверка шкалы аккультурации иностранных студентов к России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2019. Т. 16. № 3. С. 393—415. doi: 10.22363/2313-1683-2019-16-3-393-415

3. Морозова Н.М. Русский язык как важнейший фактор адаптации трудовых мигрантов в субъектах РФ (на примере нижегородской области) // Социально-политические и историко-культурные аспекты современной геополитической ситуации: Материалы международной научно-практической конференции в рамках IX научно-образовательного форума. М.: Издательство «Перо», 2016. С. 132—138.
4. Novikova I.A., Novikov A.L., Rybakov M.A. Psychological and linguistic features of the Russian language acquisition by international students // *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2015. № 1. С. 61—66. doi: 10.22363/2313-1683-2015-1-61-66
5. Gojkov-Rajić A., Prtljaga J. Foreign language learning as a factor of intercultural tolerance // *Science Direct Procedia — Social and Behavioral Sciences*. 2013. Vol. 93. P. 809—813.
6. Oberg K. Cultural Shock: Adjustment to new cultural environments // *Practical Anthropology*. 1960. Vol. 7. P. 177—182.
7. Smalley W. Culture shock, language shock, and the shock of self-discovery // *Practical Anthropology*. 1963. Vol. 10. P. 49—56.
8. Schumann J. Research on the Acculturation Model for Second Language Acquisition // *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. 1986. Vol. 7. P. 379—392.
9. Коротова И.А., Поляков Д.Д. Концепция многоязычия как стратегия языковой политики и иноязычного образования в Европе // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Психология и педагогика. 2015. № 1. С. 54—60.
10. Chebotareva E.Ju. Foreign language acquisition // *The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology* / Ed. by K.D. Keith. Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell, 2013. Pp. 560—564. DOI: 10.1002/9781118339893.wbecp226
11. Osgood Ch.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H. The measurement of meaning. Urbana: University of Illinois Press, 1957.
12. Бовина И.Б. Семантический дифференциал // *Социальная психология: Практикум* / Под ред. Т.В. Фоломеевой. М.: Аспект Пресс, 2006. С. 90—104.
13. Новиков А.Л., Новикова И.А. Метод семантического дифференциала: теоретические основы и практика применения в лингвистических и психологических исследованиях // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2011. № 3. С. 63—71.
14. Chebotareva E.Ju. Intercultural Adaptation to Russia of Students from Asia, Africa, Latin America and the Middle East // *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2011. № 3. P. 6—11.
15. Якупов П.В., Чижикова Н.С. Практические рекомендации по преодолению этнокультурных барьеров в коммуникации между представителями русского и китайского этноса // *Вестник университета*. 2017. № 7—8. С. 199—204.

References

1. Stefanenko, T.G. (2014). *Etnopsikhologiya*. Moscow: Aspekt-Press Publ. (In Russ.).
2. Ardila, A., Maslova, O.V., Novikova, I.A., Shlyakhta, D.A., & Agilar, Y. (2019). Acculturation Scale to Russia (ASR) for International Students: Development and Psychometric Verification. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 16(3), 393—415. DOI: 10.22363/2313-1683-2019-16-3-393-415
3. Morozova, N.M. (2016). *Russkii yazyk kak vazhneishii faktor adaptatsii trudovykh migrantov v sub'ektakh RF (na primere nizhegorodskoi oblasti)*. Conference Proceedings (pp. 132—138). Moscow: Pero Publ. (In Russ.).
4. Novikova, I.A., Novikov, A.L., & Rybakov, M.A. (2015). Psychological and linguistic features of the Russian language acquisition by international students. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, (1), 61—66. DOI: 10.22363/2313-1683-2015-1-61-66
5. Gojkov-Rajić, A., & Prtljaga, J. (2013). Foreign language learning as a factor of intercultural tolerance. *ScienceDirect Procedia — Social and Behavioral Sciences*, 93, 809—813.
6. Oberg, K. (1960). Cultural Shock: adjustment to new cultural environments. *Practical Anthropology*, 7, 177—182.

7. Smalley, W. (1963). Culture shock, language shock, and the shock of self-discovery. *Practical Anthropology*, 10, 49—56.
8. Schumann, J. (1986). Research on the Acculturation Model for Second Language Acquisition. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 7, 379—392.
9. Korotova, I.A., & Polyakov, D.D. (2015). Concept of multilingualism as strategy of language policy and foreign-language education in Europe. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, (1), 54—60. (In Russ.).
10. Chebotareva, E.Ju. (2013). Foreign language acquisition. In K.D. Keith (Ed.). *The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology* (pp. 560—564). Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118339893.wbecp226
11. Osgood, Ch.E., Suci, G.J., & Tannenbaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
12. Bovina, I.B. (2006). Semantic differential. In T.V. Folomeeva (Ed.), *Social Psychology: Practical Work* (pp. 90—104). Moscow: Aspect Press. (In Russ.).
13. Novikov, A.L., & Novikova, I.A. (2011). Semantic differential: theory and practical applications in linguistic and psychological research. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 1(3), 63—71. (In Russ.).
14. Chebotareva, E.Ju. (2011). Intercultural adaptation to Russia of students from Asia, Africa, Latin America and the Middle East. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 3, 6—11.
15. Yakupov, P.V., Chizhikova, N.S. (2017). Practical recommendations for overcoming ethnocultural barriers in communication between representatives of Russian and Chinese ethnoses. *Vestnik Universiteta*, 7—8, 199—204. (In Russ.).

Сведения об авторах:

Новиков Алексей Львович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры общего и русского языкознания Российского университета дружбы народов (Москва, Россия). ORCID: 0000-0003-3482-5070. eLibrary SPIN: 3416-1350. Scopus ID: 56005222400. Researcher ID: Q-5419-2016. e-mail: Novikov-al@rudn.ru

Новикова Ирина Александровна, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии и педагогики Российского университета дружбы народов (Москва, Россия). ORCID: 0000-0001-5831-1547. eLibrary SPIN: 7717-2834; Scopus ID: 35766733000; Researcher ID: Q-5276-2016. e-mail: Novikova-ia@rudn.ru

Information about the authors:

Alexey L. Novikov, Ph.D. in Philology, is Associate Professor, Associate Professor of the General and Russian Linguistics Department of Peoples' Friendship University of Russia (Moscow, Russia). ORCID: 0000-0003-3482-5070. eLibrary SPIN: 3416-1350. Scopus ID: 56005222400. Researcher ID: Q-5419-2016. e-mail: Novikov-al@rudn.ru

Irina A. Novikova, Ph.D. in Psychology, is Associate Professor, Associate Professor of the Psychology and Pedagogics Department of Peoples' Friendship University of Russia (Moscow, Russia). ORCID: 0000-0001-5831-1547. eLibrary SPIN: 7717-2834; Scopus ID: 35766733000; Researcher ID: Q-5276-2016. e-mail: Novikova-ia@rudn.ru



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1189-1215

УДК 811.161.1'27:316.7

Научная статья / Research article

Русский язык в глобальном лингвокультурном пространстве

В.Г. Егоров 

РЭУ им. Г.В. Плеханова,

117997, Российская Федерация, Москва, Стремянный пер., 36

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет транспорта»,

127994, Российская Федерация, Москва, ул. Образцова, 9, стр. 9. ГСП-4

✉ korrka@mail.ru

Аннотация. По мере вступления планетарной цивилизации в качественно новую эпоху неизбежно нарастает диалектическое противоречие: «национально-культурное — глобально-универсальное». Очевидно, что в его разрешении не последнее место принадлежит языкам народов мира. Функционируя в интерактивном взаимодействии, языки мира формируют цивилизационное лингвокультурное пространство. Национальные языки всё более обретают, помимо функции, связанной с продвижением «мягкой силы», функцию транслятора культурного достояния народов и наций в глобальный культурный ландшафт. Цель настоящей статьи состоит в определении потенциала русского языка в мировом культурно-лингвистическом мейнстриме. При написании статьи использован широкий круг источников, в том числе материалы международных фондов и организаций, документы, характеризующие российскую и европейскую языковую политику, электронные ресурсы и научной литературы по проблеме. Помимо специальных и общенаучных методов в работе нашёл применение компаративный метод, позволивший спроектировать европейский мультилингвизм на логику статьи, раскрывающую механизмы глобальной лингвистической интеграции. В силу своих природных качеств русский язык обладает уникальным потенциалом адаптации к новой социальной реальности. Отечественный историко-культурный процесс обусловил неповторимые черты современного русского языка: особые коммуникационные свойства, обеспечивающие широкие потребности пользователей, включающих не только представителей русского этноса; образность, позволяющую передать все богатство культурного наследия России и способность презентации культурного достояния других народов. Цивилизационный потенциал русского языка во многом зависит от того, на сколько сохранится и приумножится его способность агрегировать национальные культурные ценности народов России и продвигать их в глобальный культурный процесс, что конечно, не означает встраивание в политически ангажированную иерархию «великих» и «периферийных» языков. Особая роль в поиске стратегии мультилингвизма как грядущего основополагающего принципа глобального мироустройства принадлежит Европейскому союзу, прокладывающему в этом направлении первые,

© Егоров В.Г., 2021

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

сопряженные с проблемами и сложностями шага. В статье предпринята попытка анализа релевантности избранных Европейским союзом инструментов реализации стратегической цели многоязычия. Первый опыт продвижения в направлении достижения этой цели свидетельствует о контрпродуктивности следования по пути лингвистического универсализма или культурного доминирования. Очевидно, что надежды на депривацию национально-культурных идентичностей и в лингвистическом пространстве демонстрируют свою несостоятельность. Глобализация как объективный процесс неизбежно обуславливает трансформации всех языков мира, в том числе русского языка. Однако понятно, что только изменения, обогащающие их, но не искажающие природный облик, совпадают с направлением культурной эволюции планетарной цивилизации.

Ключевые слова: русский язык, культурная интеракция, единство в многообразии, речевой источник информации, открытое информационное общество, европейский мультилингвизм

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 01.06.2021

Для цитирования:

Егоров В.Г. Русский язык в глобальном лингвокультурном пространстве // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1189—1215. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1189-1215

UDC 811.161.1'27:316.7

Russian Language in the Global Linguocultural Space

Vladimir G. Egorov 

Plekhanov Russian University of Economics,
649, Stremyanny lane, 36, Moscow, Russian Federation, 117997

Russian University of Transport (МИИТ),
Room 1301, pp. 9, 9 Obrazcova Street, Moscow, Russian Federation, 127994

✉ korrka@mail.ru

Abstract. As the planetary civilization enters a qualitatively new era, the dialectical contradiction inevitably grows: “national-cultural — globally universal”. Obviously, in its resolution, not the last place belongs to the languages of the peoples of the world. Functioning in interactive interaction, the languages of the world form a civilizational linguocultural space. National languages are increasingly acquiring, in addition to the function associated with the promotion of “soft power”, the function of a translator of the cultural heritage of peoples and nations into the global cultural landscape. The purpose of this article is to determine the potential of the Russian language in the world cultural and linguistic mainstream. When writing the article, a wide range of sources was used, including materials from international foundations and organizations, documents characterizing Russian and European language policy, electronic resources and scientific literature on the problem. In addition to special and general scientific methods, the comparative method was used in the work, which made it possible to project European multilingualism on the logic of the article, revealing the mechanisms of global linguistic integration. By virtue of its natural qualities, the Russian language has a unique potential for adaptation to a new social reality. The domestic historical and cultural process has determined the unique features of the modern Russian language: special communication properties that meet the broad needs of users, including not only

representatives of the Russian ethnos; imagery that allows you to convey all the richness of the cultural heritage of Russia and the ability to present the cultural heritage of other peoples. The civilizational potential of the Russian language largely depends on how long its ability to aggregate the national cultural values of the peoples of Russia and to promote them into the global cultural process will persist and increase, which, of course, does not mean embedding into the politically engaged hierarchy of “great” and “peripheral” languages. A special role in the search for a multilingualism strategy as the upcoming fundamental principle of the global world order belongs to the European Union, which is paving the first steps in this direction, fraught with problems and difficulties. The article attempts to analyze the relevance of the tools chosen by the European Union to implement the strategic goal of multilingualism. The first experience of moving towards achieving this goal testifies to the counter-productiveness of following the path of linguistic universalism or cultural domination. It is obvious that hopes for the deprivation of national and cultural identities in the linguistic space also demonstrate their failure. Globalization as an objective process inevitably determines the transformation of all languages of the world, including the Russian language. However, it is clear that only the changes enriching them, but not distorting the natural appearance, coincide with the direction of the cultural evolution of the planetary civilization.

Keywords: Russian language, cultural interaction, unity in diversity, speech source of information, open information society, European multilingualism

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 01.06.2021

For citation:

Egorov, V.G. (2021). Russian Language in the Global Linguocultural Space. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1189—1215. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1189-1215

Введение

Актуальность и постановка проблемы. Активно нарастающий объем глобальных коммуникаций составляет одно из доминирующих качеств современного цивилизационного мейнстрима. Возрастающее значение в сложной взаимосвязанности мира приобретает язык как инструмент формирования нового транспарентного информационного пространства. Очевидно, что язык в зависимости от значимости культурного потенциала, ключом которого он является, обретает общечеловеческое значение — источник архитектуры будущего мироустройства.

Сегодня правильнее говорить о языке как инструменте или факторе «умной силы» не только в связи с продвижением имиджа и культурой привлекательности наций и государств, хотя, конечно, его роль в этой сфере остается существенной, но и в контексте развития глобального сетевого пространства. Грядущая социальная реальность продуцируется слиянием культурных потоков, интеракцией их гуманистического основания, исключаяющей какие-либо иерархии и изъятия «периферийных» уровней. Место и роль языков, канализирующих традиционное культурное «наследство» в достояние глобализирующегося планетарного сообщества, определяются степенью их востребованности уже в сегодняшней социальной реальности. Заметные изменения роли

языка как средства речевой коммуникации обусловили научный интерес к этой проблеме.

Постепенное смещение акцента в содержании понятия «мягкая сила» на контент «умной силы» открыл новые коннотации и значительно больший простор для присутствия в ее инструментации языка [1. Р. 79; 2; 3; 4. Р. 245—281; 5. Р. 347—358]. Отражением этой метаморфозы стало появление множества работ, раскрывающих роль и значение языка как инструмента «мягкой/умной силы» [6—14].

Появились труды, исследующие место и роль русского языка в продвижении положительного образа России и ее культурных ценностей в глобальное пространство [15—21].

Увеличилось число публикаций, отражающих возрастающее значение языков в глобализирующемся планетарном пространстве [22—32].

Язык как фактор инклюзивности культурного пространства исследован в научном докладе М. Пасиковской-Шнасс Европейскому парламенту «Доступ к культуре в Европейском союзе» [33]. С точки зрения видения механизма в формировании будущего планетарного мультикультурного пространства представляют интерес статьи Дороты Часевской из Познанского университета [34] и Бесси Дендрино из Каподистрийского университета [35], посвященные европейской политике языкового многообразия.

Анализ пройденного пути в научном освоении темы стал основанием определения авторского исследовательского ракурса исследования. В настоящей статье ставится цель изучения адаптивности и потенциала русского языка в формировании глобального открытого общества и проблемных вопросов в европейском мультилингвизме, представляющем модель будущей планетарной интеракции культур и языков.

Источники и методы исследования темы. В статье использованы разнообразные источники, такие как базы данных официальных структур и информационных платформ, положения, содержащиеся в интервью, высказываниях, докладах политических лидеров.

Для анализа эмпирической базы использовались как общенаучные, так и специальные методы освоения источников.

Русский язык в современном мире

По числу говорящих на языке русский язык занимает восьмую строчку в мире (258 млн чел.) после английского, китайского, хинди, испанского, французского, арабского и бенгали.

Вместе с тем по степени распространенности в глобальном языковом пространстве русский язык уступает лишь французскому, английскому и индонезийскому. На каждого носителя французского языка приходится 3,5 говорящего на нем, английского — 3,3 и индонезийского — 2,9. Уровень распространения русского языка сопоставим с этим же показателем немецкого (на каждого носителя немецкого языка приходится 1,7 говорящих, на каждого носителя русского языка приходится 1,67 говорящих).

Таблица 1 / Table 1

Число говорящих на 12 ведущих языках мира [36—38]
The number of speakers in the 12 leading languages of the world

Место / Serial number	Язык / Language	Численность, млн чел. / Number, million people	Носители языка абс., млн чел. / Native speakers abs., million people	Носители языка, % к говорящим / Native speakers, % of speakers
1.	Английский / English	1268	379	29,8
2.	Китайский / Chinese	1300	1296	99,6
3.	Хинди / Hindi	637	422	66,2
4.	Испанский / Spanish	538	460	85,5
5.	Французский / French	277	77	27,7
6.	Арабский / Arabian	460	313	68,0
7.	Бенгали / Bengal	265	197	74,3
8.	Русский / Russian	258	154	59,6
9.	Португальский / Portuguese	252	221	87,6
10.	Индонезийский / Indonesian	199	68	34,1
11.	Немецкий / German	132	76	57,5
12.	Японский / Japanese	126	126	100,0

Цивилизационная миссия русского языка

У каждого языка (даже малого народа) имеется свой «самоценный» потенциал, утрата которого для человечества невосполнима. С потерей любого языка цивилизация утрачивает целый культурный полновесный пласт. В «Атласе языков мира, находящихся под угрозой исчезновения» ЮНЕСКО к исчезающим причислено 2464 языка. В список языков, функционирование которых находится в зоне риска, включены в том числе языки с несколькими десятками носителей [39]. Мир осознал и предпринимает большие усилия по недопущению исчезновения с лица планеты биологических видов. Однако утрата самобытной культуры народов, неотъемлемой частью которой является язык, не меньшая, если не большая, потеря для планетарной цивилизации.

Нельзя отрицать и того факта, что развитие языков, отражающее цикличность «взлетов и падений» наций и цивилизаций, одновременно воспроизводит степень их культурной экспансии, определяющей глобальный ландшафт в целом. Английский язык, будучи официальным языком огромной колониальной империи, обеспечил себе доминирование в мировом культурном процессе. При этом, став государственным в одном из бурно развивавшемся

«осколке» колониального пространства, в США, претендует на роль универсального. Благодаря колониальному прошлому Испании и Франции и их лидирующим позициям в мире в течение продолжительного исторического периода официальный язык и культура этих стран получили широкое распространение.

Связь истории колониализма с процессом культурной экспансии государств прямо указывает на необходимость учета имперского прошлого России. В первом приближении, безусловно, просматривается аналогия в определении факторов, обуславливающих языковую мобильность, в частности, в продвижении русского языка с языками других империй. Однако такая аналогия носит поверхностный, не отражающий существо этого явления подход.

Передовые колониальные державы, цивилизационный уровень которых прежде всего определяли достижения в обретении современного облика, стремились, в том числе средствами «культурного преобладания», привести вновь обретенные территории «к единому знаменателю», конечно, используя при этом собственный совершенный социокультурный стандарт. В отличие от западных стран политический режим России основывался на тотальном государственном доминировании (абсолютизме), укрепление которого являлось основной целью социально-экономической модернизации и приращения территорий. В этой связи испытывающее нарастающую нехватку средств для поддержания своего могущества самодержавие не стремилось переключить колониальные окраины в соответствии с российским культурным кодом. Не в последнюю очередь такой подход администрации митрополии в организации дел на местах вызывал симпатию местной национальной элиты. Казахский просветитель Ч. Валиханов в «Записке о судебной реформе» даже упрекал российскую власть не за то, что та насаждала свои порядки, но радела за ислам. «Из всех инородческих племен, входящих в состав Российской Империи, первое место по многочисленности, по богатству и, пожалуй, по надеждам на развитие в будущем принадлежит нам — киргизам, — пророчески писал Валиханов. — Киргизский народ принадлежит к числу наиболее миролюбивых и, следовательно, к числу наименее диких инородцев русского царства... Сверх того, мы как потомки батыевских татар связаны с русскими историческим и даже кровным родством.

Судьба миллионов людей, подающих несомненные надежды на гражданское развитие, людей, которые считают себя братьями русских по отечеству и поступили в русское подданство добровольно, кажется, заслуживает большего внимания и большей попечительности в таких решительных вопросах, которые формулируются в шекспировское — быть или не быть...

Киргизы до вступления в русское подданство были мусульманами только по имени и составляли в магометанском мире особый суннитский раскол. Мусульманские законы никогда не были приняты киргизами и были введены в степень путем правительственной инициативы, вместе с бюрократическими прелестями внешних приказов.

Мы не знаем и не можем понять, что имело в виду русское правительство, утверждая ислам там, где он не был вполне принят самим народом» [40].

Такой характер «культурного преобладания» (по А. Эткину) продуцировал в Российской империи тип этнокультурной интеграции, при котором «единство, которое достигается не в единстве подобного, а в единстве многообразного и многоразличного» [41. С. 51].

В исторически сложившейся модели мультикультурности русский язык являлся не средством культурного доминирования, а интегратором социокультурного пространства, каковым в той или иной степени эффективности остается на постсоветском пространстве [42]. Мало того, собственно русский язык стал реципиентом заимствованных лексических единиц [43—44].

В конфигурации российского абсолютистского режима в рядах субалтерных слоев и групп оказалось все население как метрополии, так и колониальных окраин в равной мере. Мало того, интеллектуальная элита, к числу которой, безусловно, принадлежала славная плеяда русских литераторов, основных хранителей и творцов языка, черпала одинаково выразительные образы как в крестьянской глубинке, так и в юрте степняков. Именно поэтому в центре классической русской литературы оказалась судьба простого человека: русского хлебопашца, азиатского дехканина или номада. Говоря словами А. Эткина, «созданная авторами из высших классов, чья судьба иногда отличалась, а иногда повторяла судьбу их непривилегированных героев, эта литература стала постколониальной задолго до появления этого термина». Соответственно, русский язык помимо нациеобразующей функции в такой социальной практике выполнял роль коммуникатора и консолидирующего ядра; «новая парадигма вышла за пределы языка... и за пределы этнических различий» [45. Р. 391—392]. Преодолев в прошлом колониальное содержание «преобладания», русский язык и литература как его материальный носитель не утратили общечеловеческого значения и в современном мире. Выражаясь словами В.В. Путина, «русский культурный код развернут вовне» [46].

Развитие русского языка, в качестве социального скрепа народов, объединенных одним государством на протяжении длительного исторического периода, обуславливает его актуальную цивилизационную миссию транслятора культурного достояния народов всего постсоветского пространства, а нарастание интеграционных процессов и экономического сотрудничества открывает новую страницу лингвокультурной перспективы как российского народа, так и народов ближнего зарубежья.

Значение русского языка в быстро меняющемся современном мире отражают результаты исследования Института русского языка им. А.С. Пушкина, проведенного в 2020 году. Несмотря на то что по числу говорящих в мире русский язык занимает восьмую строчку, по своему статусу в международных организациях — четвертое место (является официальным для 15 из включенных в исследование 23 крупнейших международных организаций), второе

место по количеству сайтов в сети Интернет и пятое по числу научных публикаций в международных базах данных Web of Science и Scopus. На русском языке функционируют 79% сайтов Украины, 86,9% — Белоруссии, 75,9% — Киргизии, 84,0% — Казахстана, 79,6% — Узбекистана, 81,8% — Таджикистана [47].

Таблица 2 / Table 2

Языки по количеству организаций, в которых они являются официальными или рабочими [48. С. 10]

Languages by the number of organizations in which they are official or working

Место / Serial number	Язык / Language	Количество Организаций / Number of organizations
1.	Английский / English	23
2.	Французский / French	21
3.	Испанский / Spanish	19
4.	Русский / Russian	15
5.	Арабский / Arabian	14
6.	Китайский / Chinese	12
7.	Португальский / Portuguese	2
8.	Бенгали, индонезийский, хинди, немецкий, Японский / Bengali, Indonesian, Hindi, German, Japanese	0

Таблица 3 / Table 3

Языки по количеству сайтов в сети Интернет [48. С. 16]

Languages by number of sites on the Internet

Место / Serial number	Язык / Language	Количество Организаций / Number of organizations
1.	Английский / English	60,3
2.	Русский / Russian	8,6
3.	Испанский / Spanish	4,0
4.	Французский / French	2,6
5.	Немецкий / German	2,5
6.	Японский / Japanese	2,2
7.	Португальский / Portuguese	1,7
8.	Китайский / Chinese	1,5
9.	Арабский / Arabian	1,0
10.	Индонезийский / Indonesian	0,7
11.	Хинди / Hindi	0,1
12.	Бенгали / Bengali	0,02

Таблица 4 / Table 4

**Языки по числу публикаций в международных научных базах данных [49]
Languages by number of publications in international scientific databases**

Место / Serial number	Язык / Language	Количество Организаций / Number of organizations
1.	Английский / English	6 266 815
2.	Китайский / Chinese	96 933
3.	Испанский / Spanish	70 542
4.	Немецкий / German	55 911
5.	Русский / Russian	37 559
6.	Французский / French	37 389
8.	Португальский / Portuguese	24 750
9.	Японский / Japanese	9308
10.	Арабский / Arabian	242
11.	Индонезийский / Indonesian	6
12.	Хинди / Hindi	2
13.	Бенгали / Bengali	1

Таким образом, в силу своих природных качеств русский язык становится транслятором русских/российских культурных символов и смыслов в формирующийся постсовременный культурный уровень цивилизации.

В общественно-политическом и академическом дискурсах имеет место интерпретация глобальной универсальности, согласно которой развитие цивилизации неизбежно результируется в общепланетарную социокультурную идентичность, «преодолевающую» культуру, духовные традиции «локальных» субъектов миротворчества. По мнению сторонников такой позиции, «под непреодолимым напором объективной логики истории, работающей на глобализацию и всечеловечность, на образование единой общечеловеческой цивилизации, все социокультурные и духовные спецификации всех локальных цивилизаций уже в скором будущем будут преодолены. Конечным итогом такого преодоления станет образование единого во всех своих базовых проявлениях человечества — общечеловеческой цивилизации. Считается, что в этом направлении работают все интегративные процессы современности» [50. С. 442].

Однако вряд ли правомерно предполагать в таком упрощенном сценарии направление гуманитарной глобализации, также как и малопродуктивно представлять ее таким образом, что новый облик планетарной цивилизации может продуцировать культура одной, даже самой передовой нации или государства. Постсовременность и ее культурное пространство видится как единство интерактивного многообразия, не исключающего и не иерархизирующего сущности и субъекты цивилизационного процесса. Русский язык в этом сложном единстве, в силу своих природных качеств и богатства российской/русской

культуры, носителем которой является, обретает функцию ее транслятора и проводника. Имея в виду то, что грядущее единство будет представлять собой диалектическую сложность глобального и локального, планетарной культурной общности и национальной духовной идентичности, русский язык, оставаясь живым организмом, продолжает развиваться и обогащаться внутри последней, являясь «творением нации» и превращаясь «в силу, творящую нацию». По словам В.В. Путина, «для нашей страны русский язык — много больше, чем средство общения. Он объединяет все народы России, является основой нашей национальной идентичности, нашим великим наследием, уникальным по своей образности, четкости, меткости, выразительности и красоте» [51].

Таким образом, русский язык в современной социальной практике становится основанием двух диалектически противоположных трендов: материальным носителем развивающейся национальной культуры, которым традиционно является, как и любой другой язык мира, и источником общечеловеческой культурной целостности, проявляющейся по мере продвижения по пути к постсовременности.

Русский язык в современной системе координат

Потенциал русского языка в архитектуре глобальной постсовременности обусловлен и во многом зависит от успеха его адаптации и развития в условиях нарастающей динамики культурного процесса.

С этой точки зрения особую актуальность приобретают две основные проблемы: во-первых, сохранение за русским языком статуса агрегатора национальной духовной культуры в целом и, во-вторых, укрепление его позиций в приумножении русских/российских традиционных ценностей.

Современная культурная среда характеризуется разнообразными, а порой расходящимися в ориентирах новациями. В отсутствие объединяющего начала такая инкреция внутри национального духовного пространства может привести к его неконструктивному структурированию, иерархизации, появлению инородных, выходящих за рамки идентичности образований. Такое нежелательное развитие событий возможно прежде всего в молодежной среде, где легко укореняются всякого рода субкультуры: хипстеров, ванилек, халлю, готов, эмо, геймеров, фриков и т. п.

Вторая задача, которую решает русский язык, представляется не менее важной, а именно: таргетирование его развития в рамках традиционных символов и смыслов и прежде всего воздвижение культурных барьеров на пути проникновения в национальный культурный организм лингвистических единиц, неоправданно подменяющих имеющиеся русские слова. Волна такой языковой метаморфозы нарастает по мере информатизации социального пространства. Массовое распространение получают слова из «новояза», которые не только заменяют доступные слова национального языка, но становятся понятными только для определенного круга его носителей. В период пандемии

расхожими фразами стали: «паблик-ток инфлюенсеров онлайн», «отфидбечить и засинькаться», «зумиться» и т. д. По подсчетам экспертов, только за последние три года в русский язык вошли 329 заимствованных слов в 12 важных сферах жизненного пространства, причем 23,5% из них — в сферу образования (менторство, коуч, тренинг, тьютер и т. д. — всего 77 слов). На втором месте по числу привнесенных слов сфера торговли и услуг (аутлеты, бонусы, барбершопы, паркинги и т. д.), на третьем — общественная среда с хейтерами, тиктокерами, комьюнити и эйджизмом и на четвертом — информационная сфера (апгрей, интерфейс, копирайт, юзабилити и т. д.) [52].

Трансформация культурного ландшафта, отражающая глобальные тренды, безусловно, требует некоей навигации, выстраивания стратегических ориентиров в «бурливом море перемен», в том числе в языковой сфере. Создание культурной «лоции» является обязанностью государства, которое не запретом, но выстраиванием верных ценностных ориентиров прокладывает направление развития, предполагающее сохранение национальной идентичности.

Отрадно, что социологи отмечают «возврат русской речи к литературной норме», что свидетельствует о культурной «реинкарнации» россиян после безвременья 1990-х годов [53].

Отсутствие внятных ориентиров в развитии языка, как правило, ведет к редуцированию культурного пространства его функционирования. Риски снижения лингвистического потенциала культурной привлекательности страны нарастают в современной переходной эпохе, когда все сферы общественной деятельности становятся объектом острой конкуренции. Доходящее до прямого противоборства соперничество в сфере культуры и языка актуализируется в связи с тем, что по мере продвижения планетарной цивилизации к качественно новому состоянию, фундируемому информационно-коммуникационной революцией, обусловленность языкового доминирования материальным и военно-политическим статусом государств утрачивает прежнее значение. Стремление мировых центров силы удержать человечество в «лоне» собственного культурного ареала неизбежно порождает активную политику продвижения собственного языка. Кроме того, в грядущей информационной эпохе язык как средство речевой коммуникации и носитель главного источника развития — информации, приобретает исключительное значение. Одним словом, язык не только сохраняет, но и наращивает свои возможности в артикуляции и продвижении культурных предпочтений.

В этой связи русский язык может служить как инструментом продвижения российских ценностей, так и, напротив, средством купирования привлекательности страны. Показателен пример с образом России, представленным авторами популярного учебника «Поехали» для изучающих русский язык иностранцев. В многократно переиздаваемом учебнике в качестве российских символов упоминаются: пьянство, тотальная коррупция, всемогущая мафия, русские холода, опасность территориального перемещения, диктаторская власть и т. п. [54]

Напротив, благодаря усилиям официальных структур США английский язык в современном мире является одним из действенных механизмов обеспечения американского лидерства. Прочно вошло в академическую лексику выражение «глобализация американского английского языка» [55].

Распространение французского языка в мире является предметом деятельности неправительственной организации «Альянс Франсез», аффилированной с Министерством культуры Франции и имеющей поддержку правительства [56. Р. 111—112].

Интерес к русскому языку в мире, помимо прочего, поддерживают русская литература, театр, искусство. Ассоциация деятелей русского театра включает 140 участников из 40 стран. Иностранцы студенты творческих вузов изучают русский язык с тем, чтобы понять «русскую душу». И имеют место совсем курьезные случаи: например, 90-летняя англичанка Мэри Хобсон 30 лет учит русский язык для того, чтобы прочитать в оригинале «Войну и мир», «Горе от ума», «Евгения Онегина» [57].

Европейский союз как модель глобальной языковой интеграции

С точки зрения предполагаемых направлений языковой глобализации особую актуальность приобретает модель европейского многоязычия.

Идея и правовая норма языкового многообразия ЕС заложена ст. 3 Договора о Европейском союзе (TEU), ст. 165 Договора о функционировании Европейского союза (TFEU) и Хартией ЕС, налагающей на объединение обязательство уважать языковое разнообразие (ст. 22) [58].

Таким образом, фундаментальная ценность интеграционного объединения в известной мере представляет собой проектное значение с точки зрения будущего планетарного культурного пространства, места и роли в его формировании национальных языков.

Однако внешне благополучная языковая ситуация в Европе на самом деле не лишена целого ряда проблем и противоречий. Несмотря на то что все языки государств, входящих в объединение, являются официальными языками ЕС, страны, составляющие центр Союза (Германия, Франция и до «брексита» Великобритания) как в политике и экономике, так и в языковой сфере составляют костяк лингвистических бенефициаров [59. Р. 9]. Существующие рекомендации относительно необходимости знания каждым европейцем двух иностранных языков помимо родного реализуются в пользу языков наиболее развитых и мощных стран. Кроме того, значительная разница в жизненном уровне населения стран центра и периферии неизбежно инициирует мощные миграционные потоки, меняющие языковой европейский ландшафт в сторону увеличения числа говорящих на языках стран «ядра».

Наряду с имеющими статус официальных в странах ЕС имеют место 60 коренных региональных, или языков меньшинств (баскский, каталонский, фризский и т. д.), на которых говорят более 40 млн чел. [59. Р. 10] Формально

имеющие равные права на развитие, эти языки испытывают депривацию функционального пространства [60].

Даже среди языков стран, занимающих лидирующее положение, в ЕС полностью не устранена иерархия их использования в официальных структурах. Если английский, французский и немецкий языки в Европейской комиссии имеют статус процедурных, на которых осуществляется повседневная деятельность, то итальянский и испанский являются «поддерживающими языками».

Некоторый дисбаланс в отношении изучения языков сложился и в европейской высшей школе. Наиболее востребованные, гарантирующие карьерный рост, обучающие программы ведутся, как правило, на английском языке. Зависимость карьерного потенциала европейцев от знания иностранных языков была отмечена в Заключениях Европейского совета 2011 и 2014 гг. [61]. Об этом же говорят данные социологического опроса, проведенного Евростатом в 2016 г. Согласно результатам исследования, доля знающих иностранный язык в возрастной группе европейцев от 25 до 34 лет составляет 73,3%, а в группе 55—64 года — 55,1%; доля знающих иностранный язык среди имеющих высшее образование на 35,4% превосходит количество знающих иностранный язык среди трудоспособных граждан ЕС [62]. Нацеленность прежде всего на изучение «основных языков» прослеживается и в европейском школьном образовании. По данным Евростата, 97,3% учащихся младших классов средней школы изучают в качестве иностранного английский язык, 33,8% — французский, 23,1% — немецкий, испанский, русский и итальянский, соответственно 13,6%, 2,7% и 1,1% [63]. Депутаты Европарламента отмечают, что граждане, знающие, например, только эстонский, чешский или датский языки, значительно ограничены в доступе к цифровым технологиям [64].

Современная языковая ситуация в Европе складывается таким образом, что, несмотря на заявленные стратегические цели сохранения многоязычия, значительная часть населения испытывает тревогу относительно утраты своего языка и, как следствие, утраты национально-культурной идентичности [65]. В этой связи в европейский повседневный лексикон входит понятие «языковой протекционизм» как общественного настроения, ориентированного на сохранение языковой самобытности объединенных этносов и народов.

Тем не менее даже в европейском академическом сообществе присутствует точка зрения, согласно которой сохранение многоязычия препятствует интеграционным процессам [66].

После того как Европейская комиссия прекратила финансирование «Платформы гражданского общества по поддержанию многоязычия», заботу о мультилингвизме взяла на себя НПО «Европейское гражданское общество за многоязычие» (ECSPM), которую активно поддерживает научное сообщество Европы. Эта организация «упорно работает над тем, чтобы сделать многоязычие приоритетом в повестке дня ЕС, полагая, что сплоченное

многоязычное общество занимает центральное место в европейском интеграционном процессе» [67].

Можно с уверенностью сказать, что объединенная Европа находится в самом начале трудного пути практической реализации подлинного многоязычия и культурного равенства народов, входящих в интеграционный союз. Понимая значительный разрыв между провозглашенным мультилингвизмом и социальной практикой, в которой языки европейских народов чувствуют себя по-разному, предпринимаются большие и малые исследования, направленные на поиск механизмов воспроизводства реального многоязычия. Осуществляются масштабные исследования: «Языковая динамика и управление разнообразием» (D.Y.L.A.N.); «Мобильность и включенность в многоязычную Европу» (M.I.M.E.); «Расширение европейского многоязычного опыта» (AThEME) и др.

Однако усилия в этом направлении пока не resultируются в сколь-нибудь ясное представление о движении по пути воплощения одной из центральных стратегий ЕС. На практике предпринимаемые шаги продуцируют некоторые паллиативы, такие как: производство субтитров для фильмов, выпускаемых на распространенных языках, перевод печатной продукции на языки малых народов, трансляцию документов европейских политических институтов на языки этнических меньшинств, создание условий для обучения в вузах на всех официальных языках ЕС и т. д.

После официально признанного провала европейской политики мультикультурализма в академическом и общественно-политическом дискурсах остается не заполненной внятыми стратегиями лакуна, связанная с культурной адаптацией нарастающей волны мигрантов из бедных стран. По данным Евростата, количество мигрантов в ЕС в 2018 г. составило 18,5 млн чел. Только в 2020 г. в Европу прибыло 1,3 млн беженцев [68]. В отношении этой категории «новых европейцев» не сложилось представление не только о их месте в европейском многоязычии, но и комплементарной модели социализации.

Пожалуй, единственным осязаемым достижением европейской политики мультилингвизма стал выработанный единый подход к шестиуровневому языковому образованию от низшего А1 к самому высокому С2 [69]. Многоязычие, заявленное как стратегическая цель ЕС, редуцировалось до «Рекомендаций Совета о комплексном подходе к преподаванию и изучению языков», согласно которым гражданам Союза желательно знать кроме родного два иностранных языка [70]. Однако и эта менее амбициозная задача пока не выглядит осуществимой в ближайшем обозримом будущем. Согласно данным Евростата, только половина граждан Европы способна говорить хотя бы на одном иностранном языке, только каждый пятый европеец говорит на двух языках кроме родного, и только один из десяти владеет более чем двумя иностранными языками [71].

Представляется, что политика внедрения лингвистической универсальности на основе наиболее распространенных языков, и прежде всего английского, мало соответствует заявленной стратегии многоязычия. Опрос, проведенный

Pew Research Center в 2019 году в 14 странах ЕС, показал, что по крайней мере 8 из 10 европейцев общаются дома на национальном языке, в том числе в Польше почти 100% населения, Греции — 98%, Италии — 96%, Словакии — 89%, Испании — 81%, Болгарии — 80%. Причем не употребляющие дома национальный язык говорят в быту на родном, а не на наиболее распространенном. Например, 2% граждан Германии разговаривают в семье на турецком, 1% — на арабском, 6% — на других родных языках [72].

Большой отрыв в изучении английского языка даже в отношении других основных европейских языков (количество обучающихся английскому языку в Европе намного превосходит совокупное число тех, кто изучает другие иностранные языки) [73] и продвижение английского лингвистического универсализма создает парадоксальную ситуацию в условиях выхода Великобритании из ЕС. Против засилья английского языка начиная с 2018 года в ЕС выступали президент Франции Э. Макрон, глава Еврокомиссии Жан-Клод Юнкер, государственный секретарь по европейским делам МИД Франции Клеман Бон [74]. При этом по логике вещей после выхода Великобритании из ЕС английский язык не может являться одним из официальных языков объединения. Ссылка на англоговорящие Ирландию и Мальту не может быть основанием для сохранения его официального статуса, так как эти страны уже заявили в качестве своих официальных гэльский и мальтийский языки.

Русский язык в цивилизационном лингвистическом процессе

Русский язык, как и другие языки мира, представляющие собой живой организм или животворную субстанцию культурной организации идентичностей, испытывает влияние процессов глобализации (интеллектуализации мирового сообщества по Д. Беллу [75], «падения всех стен в мире» по Т. Фридману [76. Р. 6]). Оценка лингвистических трансформаций с точки зрения понимания существа самого мегатренда глобализации имеет неоднозначные коннотации. Определение глобализации как мегатренда предполагает ее закономерную основу, связанную с всеобщностью актуализировавшегося источника планетарного развития — информации, трансцендентного какой-либо локализации: в собственности, территории или суверенитете. В этом контексте, во-первых, значение языка как речевого инструмента коммуникации возрастает, а его функция выходит за пределы национальной идентичности; во-вторых, конструктивным (в связи с самооценностью каждого языка) может являться только комплементарное обогащение национального лингвистического пространства, а не его замещение.

Объективная взаимосвязанность мира используется международным капиталом, финансовая доминанта которого направлена на преодоление государственных, национальных и культурных идентичностей, и создает «видимую закономерность» универсализации культурнолингвистического глобального ландшафта, например, через сетевое качество английского языка как *Lingua franca*.

Соответственно указанным направлениям русский язык, как и в целом глобальное лингвокультурное пространство, испытывает воздействие объективных факторов, направляющих развитие в сторону формирования модели транскультурности, не исключающей идентификационного многообразия и субъективных, политически ангажированных сил, стремящихся унифицировать, гомогенизировать планетарный лингвистический ландшафт.

Вторая тенденция, активизирующаяся по мере нарастания международной конкуренции за сохранение мирового лидерства США, — одна из доминант общей стратегии «конца истории» (по Ф. Фукуяме). Научной рефлексией такого подхода стала концепция А. Свана, который предложил «устранить хаос в общей языковой системе мира» за счет имплементации центрального места английского языка в мире [77. Р. 35—40].

Английский язык по мере проникновения западной массовой культуры (в том числе виртуальной интернет-культуры) неизбежно «прорастает» в национальном лингвокультурном пространстве, проявляясь деструктивными «побегами», не только засоряющими, но и деформирующими живой организм, в том числе русский язык.

Сторонники «смягченной» позиции склонны видеть в сохранении английского *Lingua franca* исключительно его обслуживающую функцию всеобщего коммуникатора, приобщающего этнокультурные сообщества к глобальному целому [78. С. 12].

Однако такой редуцированный подход вряд ли может релевантно отражать лингвистические последствия взаимодействия, например, национального русского и доминирующего «международного» языка. В оценке такого «сожительства» напрашивается аналогия с вильсоновскими надеждами на устройство мира в соответствии с едиными нормами и правилами, разбившимися о противоречия, приведшими ко Второй мировой войне, или западными моделями демократии, претендовавшими на универсальность, но показавшими несостоятельность на незападной национальной историко-культурной почве.

Представление о культурной «автономизации» национального лингвистического пространства в условиях развивающейся функции монолингвизма английской международной коммуникации выглядит нереалистично. На преодоление негативных последствий преобладания в международном общении одного языка был направлен получивший первоначально широкое развитие проект Л.М. Заменгофа — универсального языка эсперанто, прерванного в 1950-е годы гегемонией США, активно продвигавших свой язык в качестве культурной доминанты [79].

Особого внимания заслуживает точка зрения, согласно которой знание английского языка становится частью «товара, предлагаемого клиенту» [80. Р. 59]. Владение английским языком презентуется в качестве дополнительной преференции экономической конкурентоспособности. Справедливости ради следует отметить, что в нынешней архитектуре глобальной экономики, «правила игры» в которой устанавливаются лидирующим центром, такие послы вполне оправданны. Вместе с тем все более проявляющийся

кризис мирового капиталистического хозяйства, о котором уже заявляют официальные лица Запада [81], ставит под сомнение указание на монетизацию английского международного монолингвизма.

Под влиянием двух уровней глобализации, как объективного, связанного с переходом планетарной цивилизации в информационную эпоху, так и рукотворного, инициированного гегемонией центров силы (прежде всего США) и финансового интернационала, оказываются все функции национальных языков: семиотическая — агрегирующая поток символов в этнокультурный этос, коммуникативная — расширяющая или сужающая возможность народа слышать себя и транслировать свой голос вовне и когнитивная — обеспечивающая обобществление глобального научного потенциала как внутри стран, так и в мире в целом.

Политически ангажированное выстраивание символов способно значительно корректировать или даже менять смысл системообразующих для этнокультурной идентичности лексических форм. Примером такой метаморфозы, отражающей вестернизацию российского лингвокультурного пространства, могут служить результаты опроса российского населения, осуществленного Центром исследований гражданского общества и некоммерческим сектором НИУ ВШЭ в декабре 2020 г. На вопрос «Что есть патриотизм?» 67% россиян ожидаемо ответили «любовь к Родине», но 26% заявили, что «патриотизм есть трата денег и времени на пользу общества» [82]. И это притом, что патриотизм заявлен в качестве консолидирующей идеи российской власти.

Природным качеством русского языка стало направление его развития от народных истоков и недифференцированность на язык «плебса» и элиты. Напротив, неиссякаемым источником, родником русской культуры и языка стало подлинно народное творчество. Негативной актуальной новацией русского языка стало появление его страты (в основном интегрирующей языковые формы, заимствованные из соответствующей западной лексики), обеспечивающей потребности верхних состоятельных слоев общества, которые существуют в «тренде», одеваются в «бренды», «креативные» по внутреннему миру, являющиеся частью «гламура».

Появление насыщенного заимствованиями «русского языка» «верхов» стало основанием выделения «субкультуры гламура» [83. С. 550—564]. При этом, как показали исследования Б.Д. Ходжегельдыева и О.С. Шуруповой, более половины граждан, например, Липецкой области разных возрастов вообще не употребляют американизмов [84. С. 85].

Справедливости ради следует заметить, что последствия лингвистической глобализации могут быть вполне конструктивными. Языки мира взаимообогащаются, вбирая культурный опыт своих носителей. Было бы трудно представить современный язык без слов (давно не воспринимаемых как иностранные), прочно вошедших в отечественный лексикон в петровскую эпоху (например, ассамблея, коллегия, навигация и т. д.).

Из современных заимствований практически сравнялось с русским аналогом «доброволец» широко используемое слово «волонтер». Лингвисты говорят

о неизбежности использования специальных терминов, применяемых в информационных технологиях, таких как «онлайн», «вебинар», «стартап» и т. д., или новых экономических терминов: «ипотека», «банкомат», «терминал» и др. [85]

Безусловно, проблема трансформации коммуникативной функции русского языка далеко не сводится к социальному структурированию лингвокультурного пространства. Помимо этого, «мутация» языкового организма в соответствии с англоязычным информационным мейнстримом значительно ограничивает его потенциал в трансляции русского культурного достояния в глобальное лингвокультурное пространство.

Казалось бы, когнитивная функция русского языка под влиянием процесса глобализации, безусловно, позитивно расширяется. Отчасти положительная оценка трансформации языка как инструмента познания в связи с «падением железного занавеса» верна. Однако нарастающая интеграция русского языка в мировое научное пространство несет не только конструктивные результаты. Например, ведущие издания, индексируемые в базах Scopus и Web of Science, по большей части публикуют научные труды на английском языке. При этом текст статей, в случае их публикации на английском языке, особенно по гуманитарным дисциплинам, претерпевает существенное упрощение. В контексте рассматриваемой проблемы актуальной миссии русского языка в глобальном лингвокультурном пространстве особого внимания заслуживает присутствие политически ангажированных дискурсионных оценок, не только акцентирующих ситуацию с языком на негативных моментах, но и умышленно сводящим все «многоцветье» языкового процесса исключительно к негативной, не совпадающей с гуманистическим содержанием повесткой.

Так, представительница Эдинбургского университета Л. Рязанова-Кларк утверждает, что *доминирующим направлением развития русского языка в период президентства В.В. Путина стало нарастающее «языковое насилие» (словесное действие, наносящее духовную травму)* [86. Р. 264—290]. Позиция автора настолько политизирована, что вряд ли нуждается в научном обсуждении. На состоявшемся в ноябре 2019 г. Совете по русскому языку президент России специально высказался против наделения русского языка функцией культурного «оружия». *«С ним и так борются, но по другим соображениям. Да, это сила в известной степени — «мягкая» сила. Мне кажется, вполне достаточно»* [87], — заметил Путин.

Заключение

Русский язык, как один из наиболее распространенных языков мира, в силу своих природных качеств обладает высоким адаптивным потенциалом в актуальной глобальной социокультурной реальности, предполагающей формирование открытого информационного пространства, в котором все языки малых и больших народов, наций и государств как речевые носители

уникальных культурных ценностей не только сохраняют, но и обретают новое неповторимое наполнение. Процесс формирования будущего культурного многообразия не может выстраиваться с помощью какой-либо культурной детерминанты, а лишь продвигаться на основе комплементарной интеракции всех субъектов глобального культурного ландшафта.

Европейский союз, заявивший о достижении стратегической цели многоязычия, в этом смысле может представлять «пилотную модель» культурной интеграции. Однако необходимо заметить, что, несмотря на предпринимаемые усилия, Брюсселю пока не удалось, даже в концептуальном плане, нащупать пути реализации этой многосложной цели.

Библиографический список

1. *Armitage L., Nye J.* CSIS COMMISSION on Smart power. A smarter, more secure America. CSIS Center for strategic international studies. 2007.
2. *Wilson E.* III Yard Power, Soft Power, Smart Power. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716207312618?journalCode=anna> (дата обращения: 04.06.2021).
3. *Nye J.* Hard, Soft, and Smart Power. Oxford Handbooks. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199588862.001.0001/oxfordhb-9780199588862-e-31> (дата обращения: 04.06.2021).
4. *Gallarotti G.M.* Smart Power // *Journal of Strategic Studies*. 2015. 38 (3). P. 245—281.
5. *Podyapolskiy S.A.* “Soft Power” and “Smart Power” of Modern China // *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*. 2014. 2 (2014 7). P. 347—358.
6. *Rose R.* Language, Soft Power and Symmetrical Internet Communication // *Oxford internet Institute. Research Report*. 2005. № 7. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/228389167_Language_Soft_Power_and_Asymmetrical_Internet_Communication (дата обращения: 04.06.2021).
7. *Wilkinson B.* The Attraction of Language: Language, Soft Power and the Narrative Fallacy. Open University, 2013.
8. *Бояркина А.В.* Язык и культура Китая как эффективный инструмент «мягкой силы» в реализации внешней политики КНР // *Теория и практика общественного развития*. 2014. № 12. С. 115—117.
9. *Ковалевская Н.В.* Роль испанского языка как «мягкой силы» во внешней политике Испании // *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2015. Т. 7. № 5. Ч. 2.
10. *Historical and social educational ideas*. 2015. 7 (5). Part 2.
11. *Пашаева Г.М.* Global English как универсальный транслятор «мягкой силы» // *Дискурс-ПИ*. 2017. № 3—4 (28—29). С. 108—114.
12. *Борта Ю.* «Мягкая сила». Лучший способ продвижения языка — диалог науки и культуры. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://aif.ru/society/education/myagkaya_sila_luchshiy_sposob_prodvizheniya_yazyka_-_dialog_nauki_i_kultury (дата обращения: 04.06.2021).
13. *Морозова Н.В.* Распространение китайского языка как источник «мягкой силы» КНР // *Вестник РГГУ. Серия: Политология, история, международные отношения, зарубежное регионоведение, востоковедение*. 2017. № 1 (7). С. 106—112.
14. *Жерновая О.Р., Смирнова О.А.* Язык как инструмент «мягкой силы» государства (на примере США) // *Вестник АГУ*. 2018. 4 (229). С. 200—206.
15. *Лунатов А.Т.* Русский язык на лингвокарте мира в условиях глобализации // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. 2010. № 4 (2). С. 600—603.
16. *Бовт Г.* Мягкая сила русского слова. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/myagkaya-sila-russkogo-slova> (дата обращения: 06.06.2021).

17. *Ардатова Е.В.* Продвижение позитивного образа страны в современных учебниках по русскому языку для иностранцев как составляющая «мягкой силы» // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 7. С. 222—226.
18. *Косырева М.С.* Особенности развития русского языка в эпоху глобализации // История. 2017. № 28. С. 59—67.
19. *Малеев А.А.* Национальный язык как инструмент мягкой силы России // Политика и Общество. 2017. № 3. С. 143—148.
20. *Молодов О.Б.* Русский язык как инструмент использования «мягкой силы» в странах Центральной Азии // Дискурс-ПИ. 2017. № 1 (26). С. 93—100.
21. *Tildo A.* The Russian language as a soft power tool: the construction of national identity by the Kremlin. Estonian foreign policy institute. International Center for Defence and Security, 2018.
22. *Березовская О.М., Кирьянова Л.Г.* Тенденции этноязыковых процессов в условиях глобализации современного общества // Известия Томского политехнического университета. 2009. Т. 315. № 6. С. 144—148.
23. *Хосин К.Э.* Глобализация и русский язык // Оранский университет. Оран. 2014.
24. *Баско Н.В.* Развитие русского языка в условиях глобализации // Языковая политика и языковые конфликты в современном мире. М., 2014. С. 252—256.
25. *Буланов С.* Русский язык как способ освоиться в глобальном мире. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ruskiymir.ru/publications/187998/> (дата обращения: 14.06.2021).
26. *Кондрашкина Е.А.* Английский и русский языки в контексте глобализации // Грамота. 2016. № 7 (106). С. 39—43.
27. *Бурлаков И.И.* Влияние глобализации на русский язык // Язык и текст. Langpsy.ru. 2017. Том 4. № 4. С. 144—148.
28. *Одегова О.В.* Глобализация языка и культуры: специфика и место в системе глобальных процессов современности. Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2017.
29. *Ходжагельдыев Б.Д., Шурупова О.С.* Русский с английским привкусом (развитие русского языка в эпоху глобализации). М.: Библио-Глобус, 2017.
30. Язык в глобальном контексте: современная языковая ситуация как следствие процесса глобализации. М., 2018.
31. *Дедкова Г.И.* Интернационализация языка в условиях глобализации: плюсы и минусы. Развитие языка в современном мире // Человеческий капитал. 2020. № 5 (137). С. 71—75.
32. *Кириллина А.* Глобализация и судьба языков // Литературная газета. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-i-sudby-yazykov> (дата обращения: 14.06.2021).
33. Access to culture in the European Union. European Parliamentary Research Service. European Union, 2017.
34. *Czyzewska D.* Challenges of multilingualism in the EU // Poznan University of Economics Review. 2014. 14 (3). Pp. 85—95.
35. *Dendrinos B.* Multilingualism language policy in the EU today: A paradigm shift in language education // Training, Language and Culture. 2018. 2 (3). P. 9—28.
36. *Ethnologue: Languages of the World.* [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.ethnologue.com/guides/ethnologue200> (дата обращения: 05.06.2021).
37. Министерство внутренних дел Индии. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.censusindia.gov.in> (дата обращения: 12.05.2021).
38. *Ghosh. I.* The 100 Most Spoken Languages Around the World. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.visualcapitalist.com/100-most-spoken-languages> (дата обращения: 12.05.2021).
39. Интерактивный «Атлас языков мира, находящихся под угрозой исчезновения». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.unesco.org/languages-atllas> (дата обращения: 14.05.2021).
40. Духовные воззрения Чокана Валиханова. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rusline.ru> (дата обращения: 14.05.2021).

41. *Козин Н.Г.* Россия. Что это? В поисках идентификационных сущностей. М.: Академический проект; Альма Матер, 2012.
42. *Егоров В.Г., Штоль В.В.* Русский язык — фактор интеграции постсоветского пространства // *Международная жизнь*. 2017. № 12.
43. *Сулейменов О.* Аз и Я. Книга благонамеренного читателя. М.: Грифон, 2005.
44. *Хвостова А.* Тюркизмы в русском языке. Понятие, история появления, звучание и примеры. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/432660/tyurkizny-i-v-russkom-yazyike-ponyatie-istoriya-poyavleniya-zvuchanie-i-prineryi> (дата обращения: 24.05.2021).
45. *Etkind A.* Internal Colonization. Russia's Imperial Experience. Polity Press, 2011.
46. *Владимир Путин.* Патриотизм — неотъемлемая суть нашего народа. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ruskline.ru/news_rl/2014/04/17/vladimir_putin_patriotizm_neotemlemauya_sut_nashego_naroda/ (дата обращения: 24.05.2021).
47. *Бовт Г.* Мягкая сила русского слова. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/myagkaya-sila-russkogo-slova> (дата обращения: 07.06.2021).
48. Индекс положения русского языка в мире. Индекс глобальной конкурентоспособности (ГК-индекс). Индекс устойчивости в странах постсоветского пространства (УС-индекс). Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. М, 2020.
49. Web of Scince Core Collection. [Электронный ресурс] Режим доступа: www.webofscience.com; Scopus. Режим доступа: www.scopus.com.
50. *Козин Н.Г.* Россия. Что это? В поисках идентификационных сущностей. М.: Академический проект. Альма Матер, 2012.
51. Путин назвал русский язык основой национальной идентичности. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ria.ru/20200606/1572564122.html> (дата обращения: 25.05.2021).
52. *Новоселова Е.* Вам русским языком говорят? // *Российская газета*. 2021. № 121 (8472).
53. Инстинкт самосохранения языка. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rusmir.media/2020/07/05/instinkt> (дата обращения: 11.06.2021).
54. *Ардатова Е.В.* Продвижение позитивного образа страны в современных учебниках по русскому языку для иностранцев как составляющая «мягкой силы» России // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2015. № 7. С. 223—224.
55. *Crystal D.* English as a Global Language Second edition. Cembridge: Cembridge University Press, 1997.
56. *Ahearne J.* French Cultural Policy Debates // Psychology Press. 2002. P. 111—112.
57. За интерес к русскому языку опять ответят Пушкин, Чехов и Чайковский // *Независимая газета*. 2021. № 107—108 (8158—8159). С. 2.
58. Fact Sheets in the European Union. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.europart.europa.eu/factsheets/en/sheet/142/language-policy> (дата обращения: 04.06.2021).
59. *Dendrinos B.* Multilingualism language policy in the EU today: A paradigm shift in language education // *Training, Language and Culture*. 2018. Volume 2 Issue 3. 2 (3).
60. EU Languages. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages_en (дата обращения: 07.06.2021).
61. Council of the Europe. Council conclusions on language competences to enhance mobility. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/126373.pdf (дата обращения: 05.06.2021).
62. Eurostat Statistics. Foreign language skills statistics. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php> (дата обращения: 05.06.2021).
63. Eurostat. Which are the most studied foreign language? (% of pupils at Lower Secondary Level) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/news/thenes-in-the-spotlight/language-learning> (дата обращения: 05.06.2021).
64. Multilingualism online: “Language barriers” are a major challenge”. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20180621STO06335/multilingualism-online-language-barriers-are-a-major-challenge> (дата обращения: 14.06.2021).

65. *Franke M.* Fact sheets on the European Union: Language policy. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.europart.europa.eu/factsheets/en/sheet/142/language-policy> (дата обращения: 04.06.2021).
66. *Kraus P.A., Kazlauskaitė R.* Addressing linguistic diversity in the European Union Strategies and dilemmas // *Ethnicities*. 2014. 14 (4). P. 517—538.
67. Информационный бюллетень. [Электронный ресурс] Режим доступа: www.ecspm.org (дата обращения: 04.06.2021).
68. Eurostat Statistics Explained. Migration and migrant population statistics. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Migration_and_migrant_population_statistics#Migrant_population:_almost_22_million_nonEU_citizens_living_in_the_EU (дата обращения: 04.06.2021).
69. European Commission. Proposal for a Council Recommendation on a comprehensive approach to the teaching and learning of languages. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9229-2018-ADD-2/EN/pdf> (дата обращения: 14.06.2021).
70. In Europe, speaking more than one language is still a privilege. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.europeandatajournalism.eu/eng/News/Data-news/In-Europe-speaking-more-than-one-language-is-still-a-privilege> (дата обращения: 08.06.2021).
71. Europa. Eurostat. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Foreign_language_skills_statistics#Analysis_of_those_knowing_one_or_more_foreign_languages (дата обращения: 12.06.2021).
72. Pew Research Center. Speaking the national language at home is less common in some European countries. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/01/06/speaking-the-national-language-at-the-home-is-less-common-in-some-european-countries/> (дата обращения: 12.06.2021).
73. Most European student's learn English in school/Pew Research Center. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.pewresearch.org-tank/2020/04/09/most-european-students-learn-english-in-school/> (дата обращения: 12.06.2021).
74. Евроинглиш против многоязычия. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/features-55707678> (дата обращения: 12.06.2021).
75. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. [Электронный ресурс] Режим доступа: portal.fa.ru/www/kbhiab/data/store/ebe83253-9644-4f76-821c-1125273ba0ca/BellD._Gryaduschee_postindustrialjnoe_obschestvo.pdf (дата обращения: 12.06.2021).
76. *Friedman Th.L.* The Lexus and the Olive Tree. New York, 2000.
77. *De Swaan A.* Words of the World. The Global Language System. Cambridge, 2001.
78. *Одегова О.В.* Глобализация языка и культуры: специфика и место в системе глобальных процессов современности. Томск: Издательство ТГУ, 2017.
79. Esperanto, lingvo Internacia. [Электронный ресурс] Режим доступа: www.ethnologue.com (дата обращения: 07.06.2021).
80. *Fairclough N.* Discourse and Social Change. Cambridge: Polity, 1994.
81. Макрон заявил, что «капитализм деградировал и сошел с ума». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.tass.ru> (дата обращения 07.06.2021).
82. Патриотизм: эмоции или действие? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/science/> (дата обращения: 11.06.2021).
83. *Левонтина И.Б.* Заимствования в современном русском языке и динамика русской языковой картины мира // *Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. / Константы и переменные русской языковой картины мира. М.: Языки славянских культур, 2012.*
84. *Ходжегельдыев Б.Д., Шурупова Л.С.* Русский с английским привкусом (развитие русского языка в эпоху глобализации). М.: Библио-Глобус, 2017.
85. Новые цифровые термины, как правило взяты из американского английского языка. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rusmir.media/2018/10/05/account> (дата обращения: 21.06.2021).
86. *Ryazanova-Clarke L.* Russian linguistic culture in the era of globalisation: A turn to linguistic violence. 2018. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.research.ed.ac.uk/en/>

publications/russian-linguistic-culture-in-the-era-of-globalisation-a-turn-to- (дата обращения: 21.06.2021).

87. Шимаев Р. «Мягкая сила», «пещерные русофобы» и альтернатива «Википедии»: о чем говорил Путин на заседании Совета по русскому языку. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://russian.rt.com/russia/article/684002-putin-sovet-russkii-yazyk-rusofobiya> (дата обращения: 07.06.2021).

References

1. Armitage, L. & Nye, J. (2007). *CSIS COMMISSION on Smart power. A smarter, more secure America*. CSIS Center for strategic international studies.
2. Wilson, E. III *Yard Power, Soft Power, Smart Power*. [Electronic resource] URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716207312618?journalCode=anna> (accessed: 04.06.2021).
3. Nye, J. *Hard, Soft, and Smart Power*. Oxford Handbooks. [Electronic resource] URL: <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199588862.001.0001/oxfordhb-9780199588862-e-31> (accessed: 04.06.2021).
4. Gallarotti, G.M. *Smart Power* (2015). *Journal of Strategic Studies*, 38 (3), 245—281.
5. Podyapolskiy, S.A. (2014). “Soft Power” and “Smart Power” of Modern China. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 2, 347—358. (In Russ.).
6. Rose, R. (2005). *Language, Soft Power and Symmetrical Internet Communication*. Oxford internet Institute. [Electronic resource] URL: https://www.researchgate.net/publication/228389167_Language_Soft_Power_and_Asymmetrical_Internet_Communication.
7. Wilkinson, B. (2013). *The Attraction of Language: Language, Soft Power and the Narrative Fallacy*. Open University.
8. Boyarkina, A.V. (2014). The language and culture of China as an effective tool of “soft power” in the implementation of foreign policy of the PRC. *Theory and practice of social development*, 12, 115—117. (In Russ.).
9. Kovalevskaya, N.V. (2015). The role of the Spanish language as a “soft power” in the foreign policy of Spain. *Historical and socio-educational thought*, 7(5), part 2. (In Russ.).
10. *Historical and social educational ideas*. (2015), 7(5), part 2.
11. Pashaeva, G.M. (2017). Global English as a universal translator of “soft power”. *Discourse-PI*, 3—4 (28—29), 108—114.
12. Borda, Yu. “Soft power”. The best way to promote a language is a dialogue between science and culture. [Electronic resource] URL: https://aif.ru/society/education/myagkaya_sila_luchshiy_sposob_prodvizheniya_yazyka_-_dialog_nauki_i_kultury (accessed: 04.06.2021). (In Russ.).
13. Morozova, N.V. (2017). The spread of the Chinese language as a source of “soft power” of the PRC. *Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Political science, history, international relations, foreign regional studies, oriental studies*, 1, 106—112. (In Russ.).
14. Zhernovaya, O.R. & Smirnova, O.A. (2018). Language as an instrument of “soft power” of the state (on the example of the USA). *Vestnik ASU*, 4, 200—206. (In Russ.).
15. Lipatov, A.T. (2010). Russian language on the linguistic map of the world in the context of globalization. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N.I. Lobachevsky*, 4, 600—603. (In Russ.).
16. Bovt, G. *Soft power of the Russian word*. [Electronic resource] URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/myagkaya-sila-russkogo-slova> (accessed: 06.06.2021). (In Russ.).
17. Ardatova, E.V. (2015). Promotion of a positive image of the country in modern textbooks on the Russian language for foreigners as a component of “soft power”. *Actual problems of the humanities and natural sciences*, 7, 222—226. (In Russ.).
18. Kosyreva, M.S. (2017). Features of the development of the Russian language in the era of globalization. *History*, 28, 59—67. (In Russ.).

19. Maleev, A.A. (2017) National language as an instrument of soft power in Russia. *Politics and Society*, 3, 143—148. (In Russ.).
20. Molodov, O.B. (2017). Russian language as a tool for the use of "soft power" in the countries of Central Asia. *Discourse-PI*, 1, 93—100. (In Russ.).
21. Tildo, A. (2018). The Russian language as a soft power tool: the construction of national identity by the Kremlin. Estonian foreign policy institute. International Center for Defense and Security.
22. Berezovskaya, O.M. & Kiryanova, L.G. (2009). Trends in ethno-linguistic processes in the context of globalization of modern society. *Bulletin of the Tomsk Polytechnic University*, 315(6), 144—148. (In Russ.).
23. Hosin, K.E. (2014). Globalization and the Russian language. Oran University. Oran. (In Russ.).
24. Basko, N.V. (2014). The development of the Russian language in the context of globalization. *Language policy and language conflicts in the modern world*. Moscow. (In Russ.).
25. Bulanov, S. Russian language as a way to get used to the global world. [Electronic resource] URL: <https://ruskiymir.ru/publications/187998/> (accessed: 14.06.2021). (In Russ.).
26. Kondrashkina, E.A. (2016). English and Russian languages in the context of globalization. *Literature*, 7, 39—43. (In Russ.).
27. Burlakov, I.I. (2017). The impact of globalization on the Russian language. *Language and text*, 4(4), 144—148. (In Russ.).
28. Odegova, O.V. (2017). *Globalization of language and culture: specificity and place in the system of global processes of our time*. Tomsk. (In Russ.).
29. Khodzhageldyev, B.D. & Shurupova, O.S. (2017). *Russian with an English flavor (the development of the Russian language in the era of globalization)*. Moscow: Biblio-Globus publ. (In Russ.).
30. *Language in a global context: the modern language situation as a consequence of the process of globalization*. (2018). Moscow. (In Russ.).
31. Dedkova, G.I. (2020). Internationalization of the language in the context of globalization: pros and cons. Development of language in the modern world. *Human capital*, 5, 71—75. (In Russ.).
32. Kirillina, A. Globalization and the fate of languages. *Literary newspaper*. [Electronic resource] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-i-sudby-yazykov>. (In Russ.).
33. Access to culture in the European Union. European Parliamentary Research Service. European Union (2017).
34. Czyzewska, D. (2014). Challenges of multilingualism in the EU. *Poznan University of Economics Review*, 14(3), 85—95.
35. Dendrinis, B. (2018). Multilingualism language policy in the EU today: A paradigm shift in language education. *Training, Language and Culture*, 2(3), 9—28.
36. Ethnologue: Languages of the World. [Electronic resource] URL: <https://www.ethnologue.com/guides/ethnologue200> (accessed: 05.06.2021).
37. Ministry of the Interior of India. [Electronic resource] URL: <https://www.censusindia.gov.in> (accessed: 12.05.2021). (In Russ.).
38. Ghosh, I. The 100 Most Spoken Languages Around the World. [Electronic resource] URL: <https://www.visualcapitalist.com/100-most-spoken-languages> (accessed: 12.05.2021).
39. Interactive Atlas of Endangered Languages of the World. [Electronic resource] URL: <https://www.unesco.org/languages-atlas> (accessed: 14.05.2021). (In Russ.).
40. Spiritual views of Chokan Valikhanov. [Electronic resource] URL: <https://www.rusline.ru> (accessed: 14.05.2021). (In Russ.).
41. Kozin, N.G. (2012). *Russia. What's this? Looking for identities*. Moscow: Academic project publ.; Alma Mater publ. (In Russ.).
42. Egorov, V.G. & Shtol, V.V. (2017). Russian language — a factor of integration of the post-Soviet space. *International life*, 12. (In Russ.).
43. Suleimenov, O. (2005) *Az and Ya. The book of a well-meaning reader*. Moscow: Griffin publ. (In Russ.).

44. Khvostova, A. Türkisms in the Russian language. Concept, history of appearance, sound and examples. [Electronic resource] URL: <https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/432660/tyurkiznyi-v-russkom-yazyike-ponyatie-istoriya-poyavleniyya-zvuchanie-i-prinryi> (accessed: 24.05.2021). (In Russ.).
45. Etkind, A. (2011). *Internal Colonization. Russia's Imperial Experience*. Polity Press.
46. Vladimir Putin: Patriotism is an integral essence of our people. [Electronic resource] URL: https://ruskline.ru/news_rl/2014/04/17/vladimir_putin_patriotizm_neotemlemaya_sut_nasheg_o_naroda/ (accessed: 24.05.2021). (In Russ.).
47. Bovt, G. Soft power of the Russian word. [Electronic resource] URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/myagkaya-sila-russkogo-slova> (accessed: 07.06.2021). (In Russ.).
48. Index of the position of the Russian language in the world. Global Competitiveness Index (GC-index). Sustainability index in the post-Soviet countries (US-index). (2020). Moscow: State Institute of the Russian Language. A.S. Pushkin. (In Russ.).
49. Web of Science Core Collection. [Electronic resource] URL: www.webofscience.com; Scopus. URL: www.scopus.com.
50. Kozin, N.G. (2012). *Russia. What's this? Looking for identities*. Moscow: Academic project publ.; Alma Mater publ. (In Russ.).
51. Putin called the Russian language the basis of national identity. [Electronic resource] URL: <https://ria.ru/20200606/1572564122.html> (accessed: 25.05.2021). (In Russ.).
52. Novoselova, E. (2021). Do you speak Russian? *Russian newspaper*, 121. (In Russ.).
53. The instinct of self-preservation of the language. [Electronic resource] URL: <https://rusmir.media/2020/07/05/instinkt> (accessed: 11.06.2021). (In Russ.).
54. Ardatova, E.V. (2015). Promotion of a positive image of the country in modern textbooks on the Russian language for foreigners as a component of the “soft power” of Russia. *Actual problems of the humanities and natural sciences*, 7, 223—224. (In Russ.).
55. Crystal, D. (1997) *English as a Global Language Second edition*. Cambridge: Cambridge University Press.
56. Ahearne, J. (2002). French Cultural Policy Debates. *Psychology Press*.
57. Pushkin, Chekhov and Tchaikovsky will again answer for their interest in the Russian language. (2021). *Nezavisimaya Gazeta*, 107—108. (In Russ.).
58. Fact Sheets in the European Union. [Electronic resource] URL: <https://www.europart.europa.eu/factsheets/en/sheet/142/language-policy> (accessed: 04.06.2021).
59. Dendrinis, B. (2018). Multilingualism language policy in the EU today: A paradigm shift in language education. *Training, Language and Culture*, 2(3).
60. EU Languages. [Electronic resource] URL: https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages_en (accessed: 07.06.2021).
61. Council of the Europe. Council conclusions on language competences to enhance mobility. [Electronic resource] URL: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/126373.pdf (accessed: 05.06.2021).
62. Eurostat Statistics (2019). Foreign language skills statistics. [Electronic resource] URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php> (accessed: 05.06.2021).
63. Eurostat. Which are the most studied foreign language? (% of pupils at Lower Secondary Level). [Electronic resource] URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/news/thenes-in-the-spotlight/language-learning> (accessed: 05.06.2021).
64. Multilingualism online: “Language barriers” are a major challenge”. [Electronic resource] URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20180621STO06335/multilingualism-online-language-barriers-are-a-major-challenge> (accessed: 14.06.2021).
65. Franke, M. Fact sheets on the European Union: Language policy. [Electronic resource] URL: <http://www.europart.europa.eu/factsheets/en/sheet/142/language-policy> (accessed: 04.06.2021).
66. Kraus, P.A. & Kazlauskaitė, R. (2014). Addressing linguistic diversity in the European Union Strategies and dilemmas. *Ethnicities*, 14, 517—538.
67. Newsletter. URL: www.ecspm.org (accessed: 04.06.2021). (In Russ.).

68. Eurostat Statistics Explained. Migration and migrant population statistics. [Electronic resource] URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Migration_and_migrant_population_statistics#Migrant_population:_almost_22_million_nonEU_citizens_living_in_the_EU (accessed: 04.06.2021).
69. European Commission. Proposal for a Council Recommendation on a comprehensive approach to the teaching and learning of languages. [Electronic resource] URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9229-2018-ADD-2/EN/pdf>. (accessed: 14.06.2021).
70. In Europe, speaking more than one language is still a privilege. [Electronic resource] URL: <https://www.europeandatajournalism.eu/eng/News/Data-news/In-Europe-speaking-more-than-one-language-is-still-a-privilege> (accessed: 08.06.2021).
71. Europa. Eurostat. [Electronic resource] URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Foreign_language_skills_statistics#Analysis_of_those_knowing_one_or_more_foreign_languages (accessed: 12.06.2021).
72. Pew Research Center. Speaking the national language at home is less common in some European countries. [Electronic resource] URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/01/06/speaking-the-national-language-at-the-home-is-less-common-in-some-european-countries/> (accessed: 12.06.2021).
73. Most European student's learn English in school. Pew Research Center. [Electronic resource] URL: <https://www.pewresearch.org-tank/2020/04/09/most-european-students-learn-english-in-school/> (accessed: 12.06.2021).
74. Euroenglish against multilingualism. [Electronic resource] URL: <https://www.bbc.com/russian/features-55707678> (accessed: 12.06.2021). (In Russ.).
75. Bell, D. (2004). The coming post-industrial society. Social forecasting experience. Moscow: Academia publ. [Electronic resource] URL: portal.fa.ru/www/kbhiab/data/store/ebe83253-9644-4f76-821c-1125273ba0ca/BellID._Gryaduschee_postindustrialjnoe_obschestvo.pdf (accessed: 12.06.2021). (In Russ.).
76. Friedman, Th.L. (2000). *The Lexus and the Olive Tree*. New York.
77. De Swaan, A. (2001). *Words of the World. The Global Language System*. Cambridge.
78. Odegova, O. The. *Globalization of language and culture: specificity and place in the system of global processes of our time*. Tomsk: TSU Publishing House. (In Russ.).
79. Esperanto, lingvo Internacia. [Electronic resource] URL: www.ethnologue.com (accessed: 07.06.2021).
80. Fairclough, N. (1994). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity.
81. Macron stated that “capitalism has degraded and gone mad”. [Electronic resource] URL: www.tass.ru (accessed: 07.06.2021). (In Russ.).
82. Patriotism: Emotion or Action? [Electronic resource] URL: <https://www.hse.ru/news/science/> (accessed: 11.06.2021). (In Russ.).
83. Levontina, I.B. (2012). *Borrowings in the modern Russian language and the dynamics of the Russian language picture of the world // Zaliznyak A.A., Levontina I.B., Shmelev A.D. / Constants and variables of the Russian linguistic picture of the world*. Moscow: Languages of Slavic Cultures publ. (In Russ.).
84. Khodzhegelyev, B.D. & Shurupova L.S. (2017) *Russian with an English flavor (the development of the Russian language in the era of globalization)*. Moscow: Biblio-Globus publ. (In Russ.).
85. New digital terms are generally taken from American English. [Electronic resource] URL: <https://rusmir.media/2018/10/05/account> (accessed: 21.06.2021). (In Russ.).
86. Ryazanova-Clarke, L. (2018). Russian linguistic culture in the era of globalization: A turn to linguistic violence. [Electronic resource] URL: <https://www.research.ed.ac.uk/en/publications/russian-linguistic-culture-in-the-era-of-globalisation-a-turn-to-> (accessed: 21.06.2021).
87. Shimaev, R. “Soft power”, “cave Russophobes” and an alternative to “Wikipedia”: what Putin spoke about at a meeting of the Council on the Russian language. [Electronic resource] URL: <https://russian.rt.com/russia/article/684002-putin-sovet-russkii-yazyk-rusofobiya> (accessed: 07.06.2021). (In Russ.).

Сведения об авторе:

Егоров Владимир Георгиевич, д.и.н., д.э.н., профессор; директор научной школы Экономическая теория РЭУ им. Г.В. Плеханова; заведующий кафедрой международных отношений и геополитики транспорта Российского университета транспорта (МИИТ); *e-mail*: korrka@mail.ru ORCID 0000-0002-2473-8590, eLIBRARY SPIN-код: 9130-3997.

Information about the author:

Vladimir G. Egorov, Doctor of Historical Sciences, Doctor of Economics, Professor; Director of the scientific school Economic theory of the Plekhanov Russian University of Economics; Head of the Department of International Relations and Transport Geopolitics of the Russian University of Transport (MIIT); *e-mail*: korrka@mail.ru ORCID 0000-0002-2473-8590, eLIBRARY SPIN-code: 9130-3997.



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1216-1235

UDC 81"42:338.2:81"27:316.346.2-055.2

Research article / Научная статья

Thematic Representation and Linguo-Cognitive Structure of the Businesswoman Image from the Perspective of Gender-Professional Axiology

Tatyana Yu. Tameryan¹, Irina A. Zyubina², Alla V. Dzhigkaeva³

¹North Ossetian State University,
44—46, Vatutin Str., Vladikavkaz, Russian Federation, 362025

²Southern Federal University,
105/42, Bolshaya Sadovaya Str., Rostov-on-Don, Russian Federation, 344006

³North Ossetian Republican Institute for Advanced Training of Educators,
46, Kirov st., Vladikavkaz, Russian Federation, 362027

tamertu@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the field modeling of the verbal representation of the stereotypical image of a businesswoman — a new phenomenon in the Russian mentality. A comprehensive description is carried out in the sociolinguistic, linguo-cognitive, discursive and gender aspects based on the integrative cognitive-functional analysis of the linguo-culturally marked components of the stereotype image by the methods of a semantic-cognitive, discursive, contextual, conceptual analysis, the method of field modeling and interpretation of the data obtained. The described fragment of the worldview is a pioneering field of comprehension of new phenomena of reality in the framework of the analysis of business discourse and national conceptual spheres. The empirical material of the study was the results of a survey of professional feminine and masculine groups. The nucleus of the heterostereotype of a businesswoman was revealed, based on the ideas enshrined in the minds of the male entrepreneurs — “feminine strategies of business communication” and an integral set of roles and status positions of the performer and assistant, in which the leading place is given to men, and the secondary — to women. In addition, the analyzed linguistic material demonstrated the transformation of traditional female roles of a wife and a mother towards male roles of a breadwinner and a leader. So, the autoimage of a businesswoman is a complex cognitive structure that includes a set of social roles and functions, numerous gender prescriptions and stereotypes. The nucleus of auto-representations of a businesswoman has also made up a cognitive attribute of “female business communication strategies”. The feminine role-playing set, according to the women entrepreneurs, includes the traditional roles of a housewife, a mother, a wife, a weak woman, a parity spouse and a hybrid feminine-masculine image. According to the study, the actualization of new feminine roles does not eliminate the socio-cultural background of a woman’s development in society, but tends to preserve traditional female behavior patterns in combination with components determined by civilizational processes.

Key words: gender, stereotype, status-role structure, cognitive attribute, field modeling, linguistic representation of a professional feminine image

© Tameryan T.Yu., Zyubina I.A., Dzhigkaeva A.V., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Financing. Acknowledgement

The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research, Grant № 19-512-07002 (10-MK/19) “Ossetian-Russian bilingualism in the context of the current ethnopolitical processes: a language picture of the political world and the strategies of political communication”

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Tameryan, T.Yu., Zyubina, I.A. & Dzhighkaeva, A.V. (2021). Thematic Representation and Linguo-Cognitive Structure of the Businesswoman Image from the Perspective of Gender-professional Axiology. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1216—1235. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1216-1235

УДК 81"42:338.2:81"27:316.346.2-055.2

Ролевая репрезентация и лингвокогнитивная структура образа деловой женщины в ракурсе гендерно-профессиональной аксиологии

Т.Ю. Тамерьян¹✉, И.А. Зюбина², А.В. Джигкаева³

¹Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 362025, Российская Федерация, Владикавказ, ул. Ватутина, 44—46

²Южный федеральный университет, 344006, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42

³Северо-Осетинский республиканский институт повышения квалификации работников образования, 362027, Российская Федерация, Владикавказ, ул. Кирова, 46

✉tamertu@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена полемому моделированию вербальной репрезентации стереотипного образа бизнесвумен — нового феномена в российской ментальности. Комплексное описание осуществляется в социолингвистическом, лингвокогнитивном, дискурсивном и гендерном аспектах на основе интегративного когнитивно-функционального анализа лингвокультурно маркированных составляющих образа-стереотипа методами семантически-когнитивного, дискурсивного, контекстуального, концептуального анализа, метода полевого моделирования и интерпретации полученных данных. Описываемый фрагмент картины мира представляет собой пионерскую область осмысления новых явлений действительности в рамках анализа делового дискурса и национальных концептосфер. Эмпирическим материалом исследования послужили результаты опроса профессиональных фемининных и маскулинных групп. Выявлено ядро гетеростереотипа *бизнесвумен*, на основе представлений, закрепленных в сознании мужчин-предпринимателей — «фемининные стратегии бизнес-коммуникации» и интегральный набор ролей и статусных позиций исполнителя и помощника, в которых лидирующее место отводится мужчинам, а вторичное — женщинам. Кроме того, проанализированный языковой материал продемонстрировал трансформацию традиционных женских ролей жены и матери в сторону мужских ролей добытчика и лидера. Итак, автообраз *бизнесвумен* представляет собой сложную когнитивную структуру, включающую набор социальных ролей и функций, многочисленных гендерных предписаний и

стереотипов. Ядро автопредставлений *бизнесвумен* также составил когнитивный признак «женские стратегии бизнес-коммуникации». Фемининный ролевой набор, по мнению предпринимательниц, включает традиционные роли хозяйки дома, матери, жены, слабой женщины, паритетной супруги и гибридный фемининно-маскулинный образ. Как зафиксировало исследование, актуализация новых фемининных ролей не элиминирует социокультурный фон развития женщины в социуме, а тяготеет к сохранению традиционных женских моделей поведения в сочетании с компонентами, обусловленными цивилизационными процессами.

Ключевые слова: гендер, стереотип, статусно-ролевая структура, когнитивный признак, полевое моделирование, языковая репрезентация профессионального фемининного образа

Финансирование. Благодарности

Исследование выполнено при поддержке РФФИ, грант № 19-512-07002 (10-МК/19) «Осетинско-русский билингвизм в контексте этнополитических процессов нового времени: языковая картина политического мира и стратегии политической коммуникации»

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Tateryan T.Yu., Zyubina I.A., Dzhigkaeva, A.V. Thematic Representation and Linguo-Cognitive Structure of the Businesswoman Image from the Perspective of Gender-professional Axiology // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1216—1235. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1216-1235

Introduction

Social-historical transformations in the modern Russia, which began in the 1990s of the twentieth century, led to the formation of a new social-gender group — businesswomen. With the revision of the Soviet culture-specific concepts and traditional prescriptions determining the social roles of women in society, as well as in the face of feminization and leveling of gender barriers, both on the basis of biological and social-cultural determination, there has been a modification of the spheres of women’s activity — their exit from mainly family and household activities to the field of industrial and entrepreneurial relations.

The emerging and entering the sphere of typification and stereotyping new socio-cultural phenomena in modern conditions of globalization are the most attractive for modern linguistic and interdisciplinary areas of research. This article is no exception: it is based on “cutting edge empiricism” that sheds light on the transformation of cognitive paradigms in modern society. All of the above factors determine the relevance of the problems of this article.

In modern socio-cultural studies, gender, as well as its socio-role and linguistic and discursive representations, is considered as a dynamic, permanently modifying phenomenon of personal identification in various social groups and human society as a whole. Socio-cultural stereotypes that exist and actually form the basis of the common space of perception and understanding are the basis on which the secondary communicative behavioral system is built [1—4].

The aim of the study is a complex sociolinguistic, linguistic-cognitive and discursive modeling of the stereotypical image of a businesswoman as an explicator of a new phenomenon in the linguistic consciousness of the Russians.

In order to achieve the goal set in the study, we resorted to a survey of men and women entrepreneurs — 25 people, respectively.

Recently, a sufficient number of sociological and psychological studies have been devoted to such a phenomenon as a woman in business, published in reputable scientific journals, in publications covering business issues, in women's magazines, and in the many-sided space of the Internet. The Institute of Public Opinion "Anketolog", the Levada Center and the All-Russian Center for the Study of Public Opinion revealed the attitude of the Russians towards women in business. These surveys are a synchronous cross-section reflecting social stereotypes about women entrepreneurs that were relevant at the time of the study.

Modern gender stereotypes in Russia appear from the patriarchal functions of men and women rooted in Russian consciousness, and, in addition, these views are supported by scientific knowledge about the somatic, psychological and communicative characteristics of femininity and masculinity.

By feminine gender stereotypes, we mean simplified, stable, emotionally colored images of behavior, character traits, social roles and status positions enshrined in society [5]. They naturally include in the stereotypical complex positive and negative axiology based on real facts or fictitious ideas. Feminine stereotypes prescribe certain family and professional roles to women and outline the desirable limits of status growth. Thus, the woman was assigned a secondary role as a keeper of the family hearth, and her space was outlined within the boundaries of housekeeping and raising children. While the destiny of the man was proclaimed professional occupations and politics.

In any society, each person implements a certain set of statuses [6], among which a key, as a rule, professional status stands out (there are also distinguished an ethnic / national / racial status, gender status, social origin status, group status, and others) with which a person is identified — it is the main identifier of a person in society.

The concept of a social status is associated with the social roles of an individual. The role-playing theory of personality put forward by J. Mead and R. Linton in the first half of the last century continues to be developed from the position of socio-psychological approaches [7—12].

Social roles can be learned from childhood or internalized in the process of an individual's development, meanwhile there is a factor of imposing social roles as prescribed norms of behavior [13]. Let us pay attention to the fact that the structure of a person's personality is not limited to a set of statuses and roles, however, in order to model the image of a businesswoman, we resort to these research constructs as the most stable structures.

Gender linguo-cultural studies are carried out mainly in a double focus, involving the identification of the specificity of the unity and opposition of the sexes. This category includes numerous studies that identify the features of gender

representation at different levels of language systems, in particular, the area of innovation-feminitives and the representation of gender through phraseological material are of the greatest interest.

The business sphere has attracted the attention of linguists quite recently [14—16], since private entrepreneurship, which had been deactivated in Russia in the period after a new economic policy which was pursued in the 1920s in Soviet Russia and the USSR, began to revive only at the end of the last century.

‘Kupets’ (in Russ.), that is a merchant, is the first image of an entrepreneur presented in linguoculturological studies in the diachronic sense as the most striking figure, captured in the Russian prose, drama, folklore, and author’s tales [17. P. 276—297].

In the treasury of the concept’s value, images of such merchants-patrons of the mid-19th — early 20th centuries, who made a significant contribution to the development of the Russian art, literature and science, have been preserved. The merchant is one of the historical predecessors of the businessman.

Personal types ‘English businessman’ [18; 19] and ‘American businessman’ [20] as culturally significant concepts have received wide coverage in a number of fundamental studies. The image of a businessman in terms of his communicative behavior, based on press materials, highlighted the characteristics that are valuable for American culture, among which priority is working, self-respect and recognition of merits in society, ambitions as an incentive for growth and development, and a decent environment — a stereotypical set of necessary conditions for the realization of the American dream concerning a successful career building.

The analysis of the business and intellectual qualities of the concept of “entrepreneur” in works on ways to actualize the nuclear components of the stereotype image of ‘a businessman’ can also be considered paradigmatically related to the research of professional conceptualization [21; 22], which mark the transition to general civilizational, globalized spaces of stereotyping. Moreover, the specificity of gender leveling in the conceptual field of the nomination of a person opens up prospects for the study of ‘primordially masculine efficiency’ in feminine representation. Thus, the portrait of a business person is a cast of the functional and pragmatic characteristics of the business community at the beginning of the 21st century.

For the first time, an attempt to describe a businesswoman was carried out on the material of the German and Russian-language media in the work of I.F. Badanyan, who repeatedly emphasized the broad influence of precedent media texts as a phenomenon of mass culture on the formation of linguo-cultural types, noting that stereotypes about a business woman in the linguistic consciousness of the Russians and Germans are culturally and historically conditioned [23] in a number of other studies [24; 25].

Heterostereotypical modeling of the image of a businesswoman

In modern Russia, the transformation of gender ideology is gradually taking place, when women expand the legal boundaries of their roles and make a career,

and men, yielding privileged positions, sometimes switch to female roles, raising children and doing housework, especially in a situation where a female spouse has a higher income.

The heterogeneous image of a businesswoman is analyzed based on a survey of businessmen about women entrepreneurs, in which the businesswoman was characterized by her experience of interacting with them in the business sphere. The description is based on the text fragments extracted from the mass media and specialized sites, blogs, and live journals. The structure of the hetero-image and its semantic content are modeled on the basis of 156 representations.

As a result of processing the revealed verbalizations, there was built a classification based on 16 cognitive features.

Female business communication strategies (25): agility; charm; using female tricks; finding loopholes; feminine ways to succeed in business; female approaches; being pleasant to talk to; knowing how to benefit; ability to orientate correctly; keeping everything under control; transferring the role of the mother to a team of a company; perfectionism; checking everything personally; inability to delegate authority to subordinates; it is difficult for them to negotiate with men on equal terms; knowing everything about subordinates; women are more attentive and kind; honest relationship; bringing comfortable atmosphere; being consistent and systematic, unlike men; emphasis on their own intuition; ability to find compromises; ability to negotiate.

Spheres of women's business (20): small and medium business; industry of beauty and cosmetology; model business; sports industry; culinary business; services in the field of education; service services; hotel business; travel business; catering business; marketing campaigns; media agencies; advertising agencies, business in the field of consumer goods manufacturing; pharmaceutical firms; medical centers; retail; creative centers and associations; accounting firms; legal services.

Attitude towards women's business (15): the world of business is the world of men; the secondary role of women; business is a male prerogative; on the periphery of big affairs; increasing the share of women in business; women find their niche; restrictions on the activities of women; there are pluses and advantages over a man; difficulties in achieving success; the market is aggressive and violent for women; weak analytics; a woman inevitably loses in business; it is difficult to accept that a woman is as competent as a man; success only in some areas of business; the role of a business assistant is more suitable.

Character traits necessary for doing business (14): businesslike; initiative; honest; responsible; the business interests are above all; strong-willed; energetic; fighter for her interests; tact; intelligence; softness; communication skills; leadership qualities; hidden inner strength.

Intra-familial relations (14): the role of a wife and a mother; domestic chores; additional domestic chores inhibit activity; difficult family relationships; a woman is dependent on her family, so she will not be able to fully devote herself to work; a wife spends the day and night at work; the wife earns more; she does not know

how to improve family relations; constant employment at work; lack of energy and time for a family; relationships with loved ones deteriorate; lost contact with children; they do not communicate with their husbands; family disagreements.

Personal characteristics of a businesswoman (13): a self-confident ladylike; feminist inclinations; emancipé; domineering; she is too keen on work; aggressive; irritable; conflict; a strong character; independent; freedom-loving; the Iron Lady; an energetic woman.

Marital status (12): married; married and has children; married and has no children; divorced and lives with children; divorced and children live with an ex-husband; remarriage; lonely; has a friend; difficult to get married; a widow.

Psycho-emotional state (11): psychological problems; a large number of problems; personality problems; it is difficult to keep cool; they are not sure about their attractiveness; a fear of being a wife; a fear of loneliness; she is afraid of losing freedom; she is afraid of self-control; she attracts weak men; she does not know feminine methods of communication with men; she behaves like a man.

Life priorities (8): personal growth is the main thing in life; career building; succeed in business and family relationships; inclined towards traditional family values; keep the balance; they value home comfort very much; strive to have children.

Physical condition (8): great physical activity; overstrain; they cannot afford a cool male game; constant stress; hard work; business trips; chronic overwork; does not know how to relax and rest.

Business principles (8): she is afraid to take risks; in “difficult” situations she does not know how to learn from failures; workaholic; conservative; striving for stability; caution; less ambitious claims for income growth; they bear business failures easier.

Appearance (7): attractive appearance; in an excellent physical shape; sexy; masculine; short hair, pantsuit, male demeanor.

Inter-gender relations in business (6): business does not know gender; men manipulate them; a woman is a figurehead for the company; a reliable partner; compete with men; strive for equality.

Business woman mentality (5): think like men; they do not accept the emotional and physical difference between a man and a woman; logic and thoroughness; except for work she is not interested in anything.

Interpersonal relationships (2): rare dates; communicates little with friends.

Age (1): a lady of Balzac age (between 30 and 40 years of age).

The analysis of the above representations and statistical calculations made it possible to single out the core of the heterogeneous image of a businesswoman, formed by the cognitive features of “*women’s strategies of business communication*” (25) and “*the sphere of women’s business*” (20).

Male entrepreneurs accept the presence of a feminine style of business management (feminine ways of doing business; feminine approaches) and feminine technologies that are effective for business communication (using feminine tricks; finding loopholes; dexterity; knowing how to benefit; correct orientating; ability to

find compromises; ability to negotiate), as well as the advantages of business partnership with women based on psycho-physiological characteristics (charm; pleasant to talk to; women are more attentive and kind; honest relationships; bring comfort; consistent and systematic, unlike men; emphasis on their own intuition).

In businessmen's opinion, the disadvantages of the female management style include a mixture of social and intra-familial roles (transferring the role of the mother to the company's team; keeping everything under control; perfectionism; checking everything personally; not knowing how to delegate authority to subordinates) and the inability to build parity partnerships (difficulty for them to negotiate with men on an equal footing; not having feminine methods of communication with men).

According to recent studies, the male style of business communication is emotionally neutral and compressively informative, while women establish emotional contact and have an aim to construct an affiliate type of relationship [26; 27].

The introduction of women into the traditionally masculine world of business, especially at the initial stage of the development of new economic relations, gave rise to pretensions among business women for the implementation of male roles, competition and struggle instead of developing feminine methods of communication in a new field, consistent with gender stereotypes.

The introduction of women into the traditionally masculine world of business, especially at the initial stage of the development of new economic relations, gave rise to pretensions among businesswomen for the implementation of male roles, competition and struggle instead of developing feminine methods of communication, consistent with gender stereotypes.

Traditional male dominance manifested itself in an attempt to outline the boundaries of female activity within the framework of "*spheres of women's business*" (19): businesswomen were restricted in the analyzed materials by 17 types of small and medium-sized businesses. The collected empirical material confirms the existence of a gender-status pyramid in entrepreneurship, according to which, at the top of this hierarchical structure, the proportion of women is quite low.

The near periphery is composed of the following features: "*attitude to women's business*" (15), "*character traits necessary for doing business*" (14), "*intra-familial relations*" (14), "*marital status*" (12), "*psycho-emotional state*" (11), "*personal characteristics of a businesswoman*" (11).

Gender discrimination manifests itself at the level of attitudes towards women's business, when the leading role of men is openly proclaimed (the world of business is the world of men; the secondary role of women; business is a male prerogative; restrictions on women's activities; on the periphery of big affairs; difficulties in achieving success; the market is aggressive and cruel for women; a woman inevitably loses in business; the role of an assistant in business is more suitable). But the inertia of male conservatism is already weakening, albeit with reservations, and the presence of a female niche in business, where a businesswoman is more successful than men, is becoming undeniable (an increase

in the proportion of women in business; they find their own niche; there are pluses and advantages over a man; success is only in some areas of business; the role of a business assistant is more suitable). However, men admit that it is not always possible to erase gender stereotypes (it is difficult to accept that a woman is as competent as a man).

Noting the character traits necessary for doing business by a business woman, men name the predominant number of qualities correlated rather with the male role (businesslike; initiative; responsible; having business interests above all; strong-willed; energetic; a fighter for her interests; having leadership qualities; having hidden inner strength) than with the female role (tact; intelligence; gentleness; honesty).

Men note that in intra-familial relations the traditional role of a wife and a mother is still in disharmony with a business activity (the role of a wife and a mother; house work; additional domestic chores inhibit activities; a woman is dependent on the family, therefore she cannot fully devote herself to work; she does not know how to improve relationships in her family; lack of strength and time for the family; relationships with loved ones deteriorate; the contact with children is lost; they do not communicate with husbands; family disagreements), and maneuvering between models of female and male behavior (a wife earns more; day and night a wife is at work; constant being busy at work) does not bring satisfaction.

The marital status of a business woman is variable (married; married, has children; married, has no children; divorced, lives with children; divorced, children live with an ex-husband; remarried; single; widow); difficulties with finding a partner (it is difficult to get married) are obvious.

The psycho-emotional state of a business woman, according to men, is extremely controversial. Just as in the modeling of auto-stereotype, it was found that the cognitive sign “psycho-emotional state” is objectified by means of a number of sub-concepts:

- “emotional mood” (it is difficult to maintain composure; she attracts weak men; she behaves like a man; she is not sure of her attractiveness);
- “fear” (a fear of the role of a wife; she is afraid of losing freedom; she is afraid of self-control);
- “mental attitude” (psychological problems; a large number of problems; personality problems).

The idea of a two-career marriage has not yet taken root in the minds of men, therefore there are “costs” in the form of the role of a woman-man, reflected in a negative assessment of the personal characteristics of a business woman (a self-confident ladylike; feminist inclinations; emancipation-like; domineering; is too fond of work; aggressive; conflict; a strong character; independent; freedom-loving).

The far periphery is structured by the following cognitive features: “*life priorities*” (8), “*physical condition*” (8), “*principles of doing business*” (8), “*appearance*” (7), “*inter-gender relations in business*” (6), “*mentality of a business woman*” (5), “*interpersonal relations*” (2), “*age*” (1).

The life priorities of business women, both in terms of the content of women's statements and those of men, are the same: career advancement (personal growth is the main thing in life; building a career; to succeed in business) and harmonious marriage and family relations (to succeed in relationships; tendency to traditional family values; they value home comfort very much; they are eager to have children).

Men point out rightly that the physical condition of a business woman is complicated by non-female burdens (heavy physical loads; overstrain; they cannot afford a cool male game; constant stress; hard work; business trips; she does not know how to relax and have a rest).

Businessmen identified the basic feminine principles of doing business — caution (being afraid to take risks) and insufficient analyticism (in “difficult” situations, she does not know how to learn from failures), stating that women are quite excellent performers and assistants (workaholic; conservative; striving for stability; fewer ambition claims to income growth; more easily bear business failure) than courageous entrepreneurs.

The appearance of the businesswoman received an ambivalent assessment: their image is more correlated with the male role (masculine; short hair, pantsuit, male demeanor) than the female (attractive appearance; sexy).

The opinions of men about inter-gender relations in business are contradictory: on the one hand, gender equality is accepted (business does not know gender) with the proviso that women's position in business is secondary (men manipulate them; a woman is a front person for the company), on the other hand, a businesswoman can be confidently cooperated with (a reliable partner; striving for equality).

The mentality of a business woman is focused on career advancement, where they are oriented on the male leadership role (they think like men; do not accept the emotional and physical difference between a man and a woman; except for work, they are not interested in anything).

Such an overloaded life schedule naturally leads to a lack of communication, represented on the basis of the cognitive attribute “interpersonal relations” (she communicates little with friends). As a rule, middle-aged women occupy confident positions in entrepreneurial activity, which was recorded in the framework of the cognitive attribute “age” (a lady of Balzac age).

Autostereotypical modeling of the image of a business woman

Verbalization of the cognitive model of a businesswoman's autoimage. Modeling of the structure and content of the autoimage of a businesswoman is undertaken on the basis of processing text fragments of interviews with businesswomen.

We have identified 187 representations of the autostereotype of a businesswoman structured on the basis of 17 cognitive features.

Women's business communication strategies (41): everything needs to be controlled; is used to relying on herself; I provide for myself; the ability to make unpopular decisions; tend to avoid complex tasks; strive for cooperation; looking for co-founders and partners; I easily ask for help or advice; quickly admits that she is

wrong; gathers like-minded people; counts on support; are patient with people; the specifics of managing a women's team; thrift and economy; ability to adapt to partners; ability to speak as a man; tough leadership style; to apply female charm; to treat business like your own child; I perceive my employees as one big family; a woman is trying to create a family within her team; to pay attention to every little thing; I absolutely do not take loans; to find your niche; to set goals correctly; to compromise; do not deviate from the plan; always to keep promises; to be able to be flexible; responsiveness to the problems of subordinates; to calculate every step; sober calculation; looking for a way out of any situation; do not make rash decisions; you must be able to communicate; tact; be a diplomat; do not stop; be ready for certain hardships for the sake of enterprise development; set a high bar for herself; it is necessary to act in one direction concretely; to look for new ways of business development.

Psycho-emotional state (26): it is terrible to be disgraced; a fear that if it does not work out, we will live in poverty; constraint by conventional wisdom; a fear is the biggest motivator; it is scary to change; I'm afraid not to cope; I'm afraid that business will consume me; a fear of moving forward; there were no fears; not be afraid of difficulties; annoying constant phone calls and conversations; stressful situations; constant stress; looking for the positive; there is no incentive to promote the business; is not used to sharing with her problems and difficulties; lived by the principle: there is a task, it is necessary to solve it; the main thing is to have motivation; to have the right motivation; not to quit what you started; not to act under the influence of emotions; continuous emotions; it is difficult to suppress natural softness and become tough; every day I do what I love and get paid for it; it is more difficult for a woman to earn her authority and a name than it is for a man.

Character traits necessary for entrepreneurship (22): confidence in success; leadership skills; purposefulness; determination; proactive; responsibility; male character; strong personality; meticulous; bold; an independent woman; honest; tough; flexibility; ambition; exactingness to herself; hard work; composure; dedication; active; self-organization; self-discipline.

Intra-family relations (18): is supported by the husband; the husband supported her until doing business affected the children and the home; housekeeper; there is practically no time and effort for a family; I devote little time to children; the firm takes a lot of time and effort; I am almost never at home; I communicate only on WhatsApp Web; constantly busy; I appreciate the family hearth; I do not mind doing household chores; I hardly see any relatives; the children are with a nanny; hired tutors; no time for herself; my husband and child feel lack of my love; time management skills in family matters.

Reasons for doing business (13): business is a means of earning money; self-realization; for the sake of achieving my goal; independence from the employer; I want to have my own business; to improve the financial situation; to realize myself; material difficulties; money appeared to start my own business; to realize my creative ideas; to apply professional skills; to get a profit; to work for myself.

Physical condition (11): overstrain, constant fatigue; I work late; prostration; huge pressure; I have no energy; I need to keep good-looking; I try to take care of my health; to eat correctly; to do sports; I must relax.

Problems of doing business (10): I work hard, but I have not made a profit yet; income is negative; sabotage of workers; I started my business on maternity leave, looking for spare time; there were moments when there was no time to eat or sleep; I slept for three hours a day; I worked non-stop; I started from scratch; there was no support; there was zero money; business is in transition.

Pastime (9): I try to attend interesting events; I do shopping; I go to yoga; I'm doing fitness; I try to get enough sleep; I keep fit; hobby; I allow myself SPA, massages, beauticians; I arrange small pleasures.

Intergender relations in business (7): my husband and I are business partners; men do not perceive women as a business partner; men do not perceive a woman as an equal partner; women strive for equality in relationships; a woman must prove that she is better than a man in something; no gender preferences for employees; it's easier to work with men.

Interpersonal relationships (7): lack of non-business communication; stable friendly contacts; personal life is not so good; is selective; needs a strong man; it is difficult to find a balance between personal and business spheres.

Life priorities (6): to start a family in the middle of a career path, when I have already got on my feet, but there is still room to grow; having children makes it difficult to run a business and a successful career; to be realized in the family and in business; to distribute forces between career and raising children; I want harmony in life; I want to have a fulfilling life.

Intellectual abilities (6): education; smart; intelligence; professionalism; literate; she always learns something new.

Appearance (4): attractive; interesting; women start looking not so good.

Marital status (4): more often single; they want to have a family and children; they are married and have children.

Charity as a business principle (3): helping others; one good deed a day; if you help others, you will achieve more; to enjoy being able to help others.

As the above data demonstrate, the center of the nuclear part of the concept of 'a business woman' naturally formed the most frequent cognitive feature — '*female strategies of business communication*' (41). Its linguistic explication demonstrates the directions of the adaptation process of women to the field of entrepreneurship through the roles of a housewife (thrift and economy; to be able to be flexible; to pay attention to every little thing; I categorically do not take loans), of a mother (to treat business like her own child; I perceive my employees as one large family; a woman is trying to create a family within her team), of a wife (to find her niche; ability to adapt to partners; it is common to avoid difficult tasks; strive for cooperation; look for co-founders and partners; responsiveness to the problems of subordinates; to be ready for certain hardships for the sake of enterprise development), of a weak woman (using female charm; tactfulness; she easily asks for help or advice; she quickly admits that she is wrong; she gathers like-minded

people; she counts on support; being patient with people; being a diplomat; compromising) and the role of ‘a woman-man’ (speaking masculine; tough leadership style; is used to relying on herself; I provide for myself; to set a high standard for yourself; to look for new ways of business development; sober calculation).

The core zone of the stereotype of a businesswoman is represented by 3 cognitive signs, one of which is “*psycho-emotional state*” (26) that marks the psychological and emotional difficulties arising in a woman moving in a new direction for herself. Verbalization of the declared feature is realized through such sub-concepts as:

– ‘*emotional mood*’ (not to act under the influence of emotions; continuous emotions; it is difficult to suppress natural softness in myself and become tough; stressful situations; constant stress; looking for positivity; constraint by generally accepted opinions; annoying constant phone calls and conversations; every day I do something that I love and get paid for it);

– ‘*fear*’ (it is scary to embarrass myself; a fear that if it does not work out, we will live in poverty; a fear is the biggest motivator; being scared to change anything; I am afraid not to cope with the task; I am afraid that business will swallow me; a fear of moving forward; there were no fears; not to be afraid of difficulties);

– ‘*psychic attitude*’ (there is no incentive to promote the business; I was not used to sharing with my problems and difficulties; I lived by the principle: there is a task, it is necessary to solve it; the main thing is to have motivation; to have the right motivation; not to quit what she started; it is more difficult for a woman to earn her authority and name than a man).

The objectification of the cognitive attribute ‘character traits necessary for entrepreneurship’ (22) is largely consistent with the new role of ‘a woman-man’ (confidence in success; leadership qualities; purposefulness; decisiveness; proactive; responsibility; masculine character; strong personality; brave; an independent woman; honest; tough; ambitions; composure; selflessness; active; self-organization; self-discipline), purely feminine manifestations of personality (meticulous; flexibility) and universal values (honest; hard work; self-exactingness).

‘*Intrafamily relations*’ (18) are assessed by a business woman from the standpoint of a traditional feminine model of behavior, according to which an entrepreneur confirms that it is almost impossible to run a business and remain an exemplary mother and wife according to old stereotypes (her husband supported her until doing business affected the children and the house; there is practically no time and effort for the family; little time is given to children; the company takes a lot of time and effort; I am practically never at home; I communicate only on WhatsApp Web; I am constantly busy; she appreciates the family hearth; she does not mind doing household chores; I hardly see relatives; I have no time for myself; my husband and child feel lack of my love). However, the condemnation of herself as a bad wife, mother, and mistress, correlated with the patriarchal way of life, begins to give way to the awareness of gender equality, that is the parity of spouses

(the children are with a nanny; I hired tutors; a housekeeper; my husband supports; time management skills in family matters), which indicates mental restructuring and the initial stage of internalization of the new role.

The near periphery is structured by the cognitive features of “*reasons for doing business*” (13), “*physical condition*” (11) and “*problems of doing business*” (10).

Among the reasons for doing business, there are three criteria indicators that show a change in attitudes towards gender roles in the mass consciousness:

1) self-realization (to realize my creative ideas; to apply professional skills; to make a profit; self-realization; for the sake of achieving my goal; to realize myself);

2) a means of earning (a means of earning, to improve the financial situation; material difficulties);

3) self-sufficiency and independence (independence from the employer; I want to have my own business; to work for myself; money appeared to start my own business).

Recognizing that it is not always possible to regulate the schedule of her employment (overexertion, constant fatigue; I work late; lack of energy; heavy burden; no energy), a businesswoman comes to the realization that a woman should not sacrifice herself, and that it is necessary, in first of all, to take care of your physical condition (you need to keep good-looking; I try to take care of my health; to eat right; to do sports; I must relax).

In modern society, the financial independence of women is becoming a normal practice, therefore, significant efforts are required in a new field, which, of course, does not do without the problems of doing business (I work intensively, but I have not made a profit yet; income is negative; sabotage of employees; I started a business on maternity leave, looking for spare time; there were moments when there was no time to eat or sleep; I slept for three hours a day; I worked non-stop; I started from scratch; there was no support; there was zero money; business is in a transitional stage).

The periphery of the stereotypical image of a businesswoman on the claimed material was made up of the cognitive features of ‘*pastime*’ (9), ‘*intergender relations in business*’ (7), ‘*interpersonal relations*’ (6), ‘*life priorities*’ (6), ‘*intellectual abilities*’ (6), ‘*charity as a business principle*’ (3), ‘*appearance*’ (4) and ‘*marital status*’ (4).

The pastime of a business woman is aimed at outdoor activities, relieving stress, maintaining an image and taking care of health (I try to attend interesting events; I do shopping; I go to yoga; I do fitness; I try to get enough sleep; I keep fit; a hobby; I allow myself SPA, massages, a cosmetologist; I arrange small joys).

Intergender relations in business are implemented as a parity type of interaction (my husband and I are business partners; there are no gender preferences for employees; women strive for equality in relationships), at the same time, the old model of gender inequality works (men do not perceive a woman as a business partner; men do not perceive a woman as an equal partner; a woman must prove that she understands something better than a man) and psycho-gender peculiarities of interaction are revealed (it is easier to work with men).

The sphere of interpersonal relations is not so clearly manifested in an interview with a businesswoman, however, it is obvious that being very busy leads to a limitation of communication, while maintaining old connections (lack of non-business communication; stable friendly contacts). Unconditional difficulties consist in balancing all aspects of life and in finding a man of equal personal qualities for marriage (personal life is not so good; being selective; she needs a strong man; it is difficult to find a balance between personal and business spheres).

Life priorities (6) of a businesswoman are consistent with the general trend not only towards building a career as a priority task in the modern world (starting a family in the middle of a career path, when she is already on her feet, but there is still room to grow; having children complicates business and a successful career), but also the creation of harmonious family relationships (to be realized in the family and in business; to distribute forces between a career and raising children; I want to have a full life).

High intelligence (6) of a business woman takes a peripheral position in the structure of the concept as a self-evident fact (education; being smart; intelligence; professionalism; she always learns something new).

The appearance (4) of a businesswoman is of little importance to her, although most often the image of a businesswoman corresponds to her position in society (attractive; interesting), with the proviso that she lacks time to maintain an appropriate appearance (women start looking not so good).

Marital status (4) of a businesswoman is variable (more often they are single; they want to have a family and children; they are married and have children).

The cognitive attribute '*charity as a principle of doing business*' (3) in the structure of the autoimage of a businesswoman arises from the traditional gender opposition, where a man is a "breadwinner / protector" and a woman is a "housewife." It is the female functions that include the moral, emotional and psychological support of the family members, concern for their spiritual enrichment, which are transferred to the social sphere, where the proportion of women engaged in charitable activities is naturally higher than that of men (helping others; one good deed per day; if to help others, you will achieve more; enjoy the fact that you can help others).

So, the autoimage of a businesswoman is a complex cognitive structure that includes a set of social roles and functions, numerous gender prescriptions and stereotypes.

Conclusion

Thus, on the basis of the described empirical material, we identified an integral set of roles of a business woman, fixed in the minds of male entrepreneurs in the form of standard schemes, models of thinking and value judgments. Status positions, in which the leading place is given to men, and the second to women, were approved directly and implicitly, since women, according to businessmen, are very good performers and assistants, but not leaders. Women are also assigned a

specific sector of activity associated with the traditional distribution of labor. Caution and lack of analyticism were cited as typical manifestations of feminine principles of business management.

In business inter-gender relations, against the background of secondary status and gender inequality, the reliability of cooperation with a business woman is declared.

The feminine role-playing set, according to the position of men, is based on a mixture of the social and intra-family roles: women maneuver between the traditional roles of a wife and a mother, on the one hand, and the male role of a breadwinner and a leader, that is, the hybrid role of a woman-man, striving to realize more fully masculine qualities than feminine, which is frowned upon by businessmen.

The mentality of business representatives of the weak sex is biased towards the implementation of masculine tasks, despite biological differentiation.

The unstable psycho-emotional state of the business woman as a result of the combination of multifunctional role-playing pragmatics connects the content of the hetero-stereotypic component of the lingual-cultural type with the relevant subconcepts: “emotional mood”, “fear” and “mental attitude”.

The physical condition of the business woman represents the concept of “stress”.

At the same time, men note the desire of women for the ideal — the establishment of a harmonious balance between the business and family spheres.

In the appearance of a business woman, according to the judgments of male entrepreneurs, masculinity is more manifested than femininity.

The basis of the businesswoman’s ideas about themselves was formed by the cognitive attribute “women’s strategies of business communication”.

The role-playing set of the stereotype image, according to the entrepreneurs, includes the traditional roles of a housewife, a mother, a wife, a weak woman, the hybrid image of a woman-man, and the new multifunctional role of a parity wife.

The dominant cognitive attribute “psychoemotional state” reflects the difference in male and female models of thinking: if the male model is “speech — logic — emotions”, then in the female model, emotions outrun logic: “speech — emotions — logic”. The explication of the cognitive attribute “psycho-emotional state” affects the conceptual layer of emotions, appealing to such sub-concepts as: “emotional mood”, “fear” and “mental attitude”.

The transformation to a new gender position is manifested in the motivations that prompted women to take up business: the desire for self-realization, independence and a way of earning money to provide for the family on an equal basis with men.

On the same principles of equality, women strive to build interactions with male partners, although old gender stereotypes are breaking down slowly and the final transition to a new social role of a business woman has not yet materialized: at the moment there is a so-called “double message” when business women act in two models of behavior — female and male. This is confirmed by the life priorities of a business woman, combining male and female vectors of development: building a career and creating harmonious family relationships.

The implementation of charitable projects aimed at helping the poor, the disabled, in dire need of medical care is, first of all, the merit of women entrepreneurs, which is consistent with the roles inherent in female nature.

Thus, the emergence of such a complex phenomenon as women's entrepreneurship is associated with the transformation of the value-orientated system in modern society, as well as the modification of the socio-cultural space, which reflects in the linguistic consciousness qualitative changes in social formations that previously adhered to traditional models of behavior. The transitional, still unstable position of women in the modern business space was described on the basis of extensive empirical material and this position demonstrated the complex, integral set of social roles of a businesswoman identified by us.

References

1. Lippman, W. (2004). *Public opinion*, T.V. Barchunova (trans.). Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation. (In Russ.).
2. Eriksson, T., Smith, N. & Smith, V. (2017). *Gender Stereotyping and Self-Stereotyping Attitudes: A Large Field Study of Managers*. Bonn: IZA Institute of Labor Economics. IZA Discussion Paper, 10932.
3. Kachmazova, A.U. & Tameryan, T.Yu. (2017). *Ethnic space of linguistic stereotyping “friend-foe-friend”*. Vladikavkaz: SOGU. (In Russ.).
4. Popova, Z.D. & Sternin, I.A. (2007). *Cognitive linguistics*. Moscow: AST “East-West”. (In Russ.).
5. Vorontsov, D.V. (2010). *Gender socialization. Gender psychology: chrestomathy*. Irkutsk: ISU. pp. 83—87. (In Russ.).
6. Merton, R.K. (ed.) (1968). *Social Theory and Social Structure*. New York: The Free press.
7. Murray, H.A. (1938). *Explorations in personality*. Oxford: Oxford University Press.
8. Biddle, B.J. (1986). Recent Developments in Role Theory. *Annual Review of Sociology*, 12(1), 67—92.
9. Connell, R.W. (1979). The Concept of Role and What to Do With It. *SAGE Journals: Journal of Sociology*, 15(3), 116—118.
10. Bodalev, A.A. (1998). *Personality and communication*. Moscow: International Pedagogical Academy. (In Russ.).
11. Smith, G.W.H. (2005). Enacted Others: Specifying Goffman's Phenomenological Omissions and Sociological Accomplishments. *Human Studies*, 28, 397—415.
12. Turner, J.H. (2006). *Handbook of Sociological Theory*. Dordrecht: Springer.
13. Barrett, M. & Davidson, M.J. (2006). Gender and communication at work: an introduction. In: *M. Barrett & M.J. Davidson (Eds.), Gender and Communication at Work*. Aldershot: Ashgate. pp. 1—18.
14. Kryukov, I.A. (2009). The concept “business” in the concept sphere of the Russian language of the latter (based on the material of the national corpus of the Russian language). *Bulletin of Nizhny Novgorod University named after Lobachevsky*, 2, 266—269. (In Russ.).
15. Startseva, T.V. (2011). Actualization of the emigrant concept within the gender stereotype of a woman emigrant. *Bulletin of the Kemerovo State University*, 4(48), 217—224. (In Russ.).
16. Guseva, E.Yu. (2011). Gestalt structuring of the BUSINESS concept as a way to comprehend this fragment of the world in American linguistic culture. *Samara University Bulletin. History, pedagogy, philology*, 4(17), 143—147. DOI: 10.18287/2542-0445-2011-17-4-143-147 (In Russ.).
17. Karasik, V.I. (2009). *Language keys*. Moscow: Gnosis. (In Russ.).

18. Mikhailova, A.G. (2004). Linguocultural type “English businessman”. In: *Axiological linguistics: communicative types*. Volgograd: Paradigma. pp. 136—155. (In Russ.).
19. Ilyukhina, M.S. (2012). Parametric characteristics of the linguocultural type “English businessman”. *Humanities research*, 42, 65—69. (In Russ.).
20. Chekaeva, V.V. (2012). Linguocultural type “American businessman”: value characteristics. In: *Youth and Science: a collection of materials of the VIII All-Russian Scientific and Technical Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists, dedicated to the 155th anniversary of the birth of K.E. Tsiolkovsky*. Krasnoyarsk: Siberian Federal University. [Electronic resource] URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2012/section28.html> (accessed: 05.02.2021). (In Russ.).
21. Ivanova, M.M. (2008). Experimental study of the concept “entrepreneur”. *Psycholinguistic issues*, 7, 97—100. (In Russ.).
22. Dolgova, E.V. (2013). Lexico-phraseological features of the speech genre “portrait of a business person” in the media discourse. *Philological sciences. Questions of theory and practice*, 3—1(21), 50—53. (In Russ.).
23. Badanyan, I.F. (2016). Cognitive stereotypes that form the concept of “business woman” in a naive picture of the world (based on the material of the Russian and German languages). *Bulletin of the Southern Federal University. Philological sciences*. P. 2. 204—213. (In Russ.).
24. Tameryan, T.Yu., Zheltukhina, M.R., Zyubina, I.A. & Buzinova, L.M. (2020). Feminine representation of the business sphere: a communicative-cultural aspect. In: *European proceedings of social and behavioural sciences. Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference “Individual and Society in the Modern Geopolitical Environment” Conference (ISMGE 2020). Social and Behavioural Sciences*. pp. 914—924.
25. Tameryan, T.Y., Popova, T.G., Redkozubova, E.A., Anikejeva, I.G., Sedliarova, O.M. & Solovyeva, N.S. (2019). Feminine perspective of ethnic business communication. *Espacios*, 40(34), 18.
26. Rogers, K.B., Schröder, T. & Scholl, W. (2013). The Affective Structure of Stereotype Content: Behavior and Emotion in Intergroup Context. *Social Psychology Quarterly*, 76(2), 125—150. doi: 10.1177/0190272513480191 (accessed: 05.02.2021).
27. Tannen, D. (1994). *Gender and Discourse*. London: Oxford University Press.

Библиографический список

1. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
2. Eriksson T., Smith N., Smith V. Gender Stereotyping and Self-Stereotyping Attitudes: A Large Field Study of Managers. Bonn: IZA Institute of Labor Economics. IZA Discussion Paper; Journal. 2017. № 10932.
3. Качмазова А.У., Тамерьян Т.Ю. Этническое пространство языковой стереотипизации «свои-чужие-свои». Владикавказ: СОГУ, 2017.
4. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ «Восток-Запад», 2007.
5. Воронцов Д.В. Гендерная социализация. Гендерная психология: хрестоматия. Иркутск: ИГУ, 2010. С. 83—87.
6. Merton R.K. Social Theory and Social Structure. New York: The Free press, 1968.
7. Murray H.A. Explorations in personality. Oxford: Oxford University Press, 1938.
8. Biddle B.J. Recent Developments in Role Theory // *Annual Review of Sociology*. 1986. Vol. 12. Iss. 1. P. 67—92.
9. Connell R.W. The Concept of Role and What to Do With It // *SAGE Journals: Journal of Sociology*. 1979. Vol. 15. № 3. P. 116—118.
10. Бодалев А.А. Личность и общение. Избранные психологические труды. М.: Международная педагогическая академия, 1998.
11. Smith G.W.H. Enacted Others: Specifying Goffman’s Phenomenological Omissions and Sociological Accomplishments // *Human Studies*. 2005. Vol. 28. P. 397—415.

12. *Turner Jonathan H.* Handbook of Sociological Theory. Dordrecht: Springer, 2006.
13. *Barrett M., Davidson M.J.* Gender and communication at work: an introduction. In M. Barrett & M.J. Davidson (Eds.), *Gender and Communication at Work*, Aldershot: Ashgate, 2006. P. 1—18.
14. *Крюков И.А.* Концепт «бизнес» в концептосфере русского языка последних (на материале национально-культурного корпуса русского языка) // Вестник Нижегородского университета имени Лобачевского. 2009. № 2. С. 266—269.
15. *Старцева Т.В.* Актуализация концепта emigrant в рамках гендерного стереотипа женщина-эмигрант. Вестник Кемеровского государственного университета. 2011. № 4 (48). С. 217—224.
16. *Гусева Э.Ю.* Гештальтное структурирование концепта БИЗНЕС как способ осмысления данного фрагмента мира в американской лингвокультуре // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2011. № 4. Том 17. С. 143—147. DOI: 10.18287/2542-0445-2011-17-4-143-147
17. *Карасик В.И.* Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009.
18. *Михайлова А.Г.* Лингвокультурный типаж «английский бизнесмен» // Аксиологическая лингвистика: коммуникативные типажы. Волгоград: Парадигма, 2004. С. 136—155.
19. *Ильяхина М.С.* Параметрические характеристики лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» // Гуманитарные исследования. 2012. № (42). С. 65—69.
20. *Чекаева В.В.* Лингвокультурный типаж «американский бизнесмен»: ценностные характеристики // Молодёжь и наука: сборник материалов VIII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных, посвященной 155-летию со дня рождения К.Э. Циолковского. Красноярск: СФУ, 2012. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2012/section28.html> (дата обращения: 05.02.2021).
21. *Иванова М.М.* Экспериментальное исследование концепта «предприниматель» // Вопросы психолингвистики. 2008. № 7. С. 97—100.
22. *Долгова Е.В.* Лексико-фразеологические особенности речевого жанра «портрет делового человека» в дискурсе СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 3—1 (21). С. 50—53.
23. *Бадаян И.Ф.* Когнитивные стереотипы, формирующие концепт «деловая женщина» в наивной картине мира (на материале русского и немецкого языков) // Известия Южного федерального университета. Филологические науки, 2016. С. 2. 204—213.
24. *Tameryan T.Yu., Zheltukhina M.R., Zyubina I.A., Buzinova L.M.* Feminine representation of the business sphere: a communicative-cultural aspect // European proceedings of social and behavioural sciences. Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference “Individual and Society in the Modern Geopolitical Environment” Conference (ISMGE 2020). Social and Behavioural Sciences. 2020. С. 914—924.
25. *Tameryan T.Y., Popova T.G., Redkozubova E.A., Anikejeva I.G., Sedliarova O.M., Solovyeva N.S.* Feminine perspective of ethnic business communication // Espacios. 2019. Т. 40. № 34. С. 18.
26. *Rogers K.B., Schröder T., Scholl W.* The Affective Structure of Stereotype Content: Behavior and Emotion in Intergroup Context // Social Psychology Quarterly. 2013. Vol. 76. Issue 2. P. 125—150. doi: 10.1177/0190272513480191 (дата обращения: 05.02.2021).
27. *Tannen D.* Gender and Discourse. London: Oxford University Press, 1994.

Information about the authors:

Tatyana Yu. Tameryan, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Foreign Languages for Non-Language Specialties, Faculty of International Relations, North Ossetian State University; *scientific interests*: general and comparative linguistics, cognitive linguistics, psycholinguistics, anthropological linguistics, theory of discourse and intercultural communication; *e-mail*: tamertu@mail.ru ORCID ID: 0000-0003-0532-2538; Researcher ID: L-1756-2018; Scopus Author ID: 57110384400.

Irina A. Zyubina, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Linguistics and Professional Communication, Southern Federal University, Department of Linguistics and Professional Communication; *scientific interests*: pragmalinguistics, theory of language, theoretical grammar, theory of speech acts, sociolinguistics, theory of discourse, semantics; *e-mail*: iazyubina@sfnu.ru ORCID ID: 0000-0002-1265-8366; Researcher ID: J-5205-2017; Scopus Author ID: 57194704279.

Alla V. Dzhigkaeva, PhD (Philology), Senior Lecturer of the Department of Humanities of the North Ossetian Republican Institute for Advanced Training of Educators; *scientific interests*: theory of language, theoretical grammar, theory of speech acts, sociolinguistics, theory of discourse, semantics; *e-mail*: kokowa.alla@yandex.ru

Сведения об авторах:

Тамерьян Татьяна Юльевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков для неязыковых специальностей факультета международных отношений, Северо-Осетинский государственный университет; научные интересы: общее и сравнительное языкознание, когнитивная лингвистика, психолингвистика, лингвокультурология, теория дискурса и межкультурная коммуникация; *e-mail*: tamertu@mail.ru ORCID ID: 0000-0003-0532-2538; Researcher ID: L-1756-2018; Scopus Author ID: 57110384400.

Зюбина Ирина Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации, Южный федеральный университет; *научные интересы*: прагмалингвистика, теория языка, теоретическая грамматика, теория речевых актов, социолингвистика, теория дискурса; *e-mail*: iazyubina@sfnu.ru ORCID ID: 0000-0002-1265-8366; Researcher ID: J-5205-2017; Scopus Author ID: 57194704279.

Джигкаева Алла Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры гуманитарных наук Северо-Осетинского республиканского института повышения квалификации работников образования; *научные интересы*: теория языка, теоретическая грамматика, теория речевых актов, социолингвистика, теория дискурса; *e-mail*: kokowa.alla@yandex.ru



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1236-1246

УДК 811.161.1:316.346.2

Научная статья / Research article

Гендерные стереотипы в учебных пособиях по русскому языку как иностранному начального уровня

Н.С. Артюхова  , О.С. Сайкина , А.А. Соловьева 

Российский государственный аграрный университет —
Московская сельскохозяйственная академия имени К.А. Тимирязева,
127550, Российская Федерация, Москва, Тимирязевская ул., 49

 artiuhova@rgau-msha.ru

Аннотация. Актуальность предлагаемого исследования связана с изменяющимися в современном обществе представлениями о гендерных ролях, в связи с чем возникает вопрос о том, как данные роли отражены в учебниках для иностранцев, а также какие представления о мужчинах и женщинах могут сформироваться у учащихся на основании текстов данных учебников. Целью исследования стало описание гендерных ролей мужчины и женщины в учебниках русского языка начального уровня. Для этого нужно было решить ряд задач, а именно: 1) зафиксировать примеры гендерно охарактеризованных единиц в учебных пособиях; 2) создать систему категорий для сравнения; 3) сравнить результаты анализа всех исследуемых учебных пособий. Методами исследования явился качественный контент-анализ, метод классификации, метод сравнения. Материалом исследования составили популярные учебные пособия по русскому языку как иностранному. Теоретическая ценность предлагаемой работы состоит в возможности изучения гендерных ролей в русской культуре через призму учебных пособий для иностранцев, что позволяет взглянуть на проблему соотношения гендерных характеристик с новой стороны. Практическая ценность исследования состоит в возможности его использования составителями будущих учебных пособий по русскому как иностранному для более углубленной проработки персонажей учебников с точки зрения их гендерных ролей. Результаты: учебники транслируют стереотипные представления о ролях мужчин и женщин, но данные образы не могут быть признаны соответствующими внеязыковой реальности, что потенциально может привести к коммуникативным неудачам у иностранных учащихся при общении с русскими.

Ключевые слова: гендерные стереотипы, русская лингвокультура, анализ учебных пособий, русский язык как иностранный

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 01.06.2021

© Артюхова Н.С., Сайкина О.С., Соловьева А.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Для цитирования:

Артюхова Н.С., Сайкина О.С., Соловьева А.А. Гендерные стереотипы в учебных пособиях по русскому языку как иностранному начального уровня // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1236—1246. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1236-1246

UDC 811.161.1:316.346.2

Gender Stereotypes in Teaching Aids on Russian as a Foreign Language for Beginners

Natalya S. Artyukhova  , Olga S. Saykina , Anna A. Solovyeva 

Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev (RSAU-MTTA),
49, Timiryazevskaya str, Moscow, Russian Federation, 127550
 artiuhova@rgau-msha.ru

Abstract. The paper brings up the issue of reflecting gender roles in textbooks for international students, investigates which concepts of men and women they can potentially form among foreign students on the basis of these teaching aids. The aim of the present study is to describe the gender roles of men and women in the textbooks of the Russian language for beginners. For that, it was necessary to solve a number of tasks, such as fixing examples of gender-characterized units in teaching aids; creating a system of categories for comparison and comparing the analysis results of all involved textbooks. The following methods of qualitative content analysis, classification method, comparison method were used in the work. Popular textbooks on Russian as a foreign language were taken for the analysis. This study makes it possible to investigate gender roles in Russian culture through the spectacle of the textbooks for foreigners, allowing us to get a new angle on the correlation of gender characteristics. The study can also be used by future textbook authors to further develop textbook characters in terms of their gender roles. The authors of the study conclude that textbook representations convey stereotypic ideas about the roles of men and women, but these images cannot be recognized as corresponding to extra-linguistic reality, which can potentially result in communication failures among foreign students when interacting with Russians.

Key words: gender stereotypes, Russian linguoculture, analysis of teaching aids, Russian as a foreign language

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 01.06.2021

For citation:

Artyukhova, N.S., Saykina, O.S. & Solovyeva, A.A. (2021). Gender Stereotypes in Teaching Aids on Russian as a Foreign Language for Beginners. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1236—1246. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1236-1246

Введение

Т.П. Дежина, ссылаясь на работы А.В. Кирилиной и М.В. Томской, выделяет три основных направления гендерных исследований, развивающихся в России: социо- и психолингвистическое, лингвокультурологическое, коммуникативно-дискурсивное. Данное исследование проводится в рамках

социо-, психолингвистического направления, которое рассматривает «русское языковое сознание через письменные и устные тексты» [1. С.78]. При таком подходе, с одной стороны, могут рассматриваться как речевые характеристики мужчин и женщин [2. С. 127—150], так и «культурные и социально-психологические факторы, которые обуславливают стереотипные представления о мужских и женских качествах, определяют отношение общества к мужчинам и женщинам, формируют механизмы построения властной системы на основе половариативных различий языка» [3. С. 35].

При исследовании роли гендера в учебных пособиях было также необходимо определить понятие гендерного стереотипа. По мнению Л. Ким, гендерные стереотипы — комплексное понятие, включающее в себя:

- качества и характеристики, с помощью которых обычно описываются мужчины и женщины;
- нормативные образцы поведения, традиционно приписываемые лицам мужского или женского пола;
- обобщенные мнения, суждения, представления людей о том, чем же отличаются друг от друга мужчины и женщины;
- влияние культурного контекста и среды [4. С. 46].

Изучение гендерных стереотипов в учебных пособиях для иностранных учащихся анализируется в лингвистике также с точки зрения выявления признаков сексизма [5]. Однако такая трактовка предполагает оценку гендерных стереотипов по шкале «хорошо/плохо», что не в полной мере отражает комплексный характер изучаемого явления.

Основная часть

Материалы и методы

Исследование состояло из двух этапов: сбора и анализа материала. На первом этапе необходимо было не только собрать языковой материал. В качестве корпуса выступали тексты популярных учебных пособий «Слово», «Диалог», «Дорога в Россию».

Данный вид корпуса можно охарактеризовать как закрытый. Исходя из вышеуказанной характеристики корпуса, решено было исследовать гендерные особенности методом качественного контент-анализа. «Качественный контент-анализ, в отличие от количественного анализа, ориентирован на идеографический подход в науке и опирается на индуктивный метод получения знаний, подчеркивающий единичность изучаемых явлений, их неоднозначность и комплексность» [6. С. 70].

В частности, были зафиксированы характеристики, связанные в пособиях с мужскими и женскими персонажами. Несмотря на то, что в основе исследования лежал качественный анализ, фиксировалось также количество упоминаний наиболее часто повторяющихся характеристик.

На втором этапе были выявлены и классифицированы категории, связанные с представлениями о мужчине и женщине в каждом из пособий. Выявлены

особенности категорий для обоих полов в каждом учебнике. Далее методом сравнения было определено ядро образов мужчины и женщины, общее для всех учебных пособий. Таким образом, были получены данные о том, как в учебных пособиях начального уровня представлены гендерные роли мужчины и женщины в современной России и какие модели гендерного поведения формируются в результате у иностранных студентов.

Анализ учебного пособия В.С. Ермаченковой «Слово»

Мы можем выделить два способа представления информации о поведении русских женщин и мужчин: в текстах (описание их поступков и реплики), а также истории в картинках (учащиеся должны составить рассказ по изображениям) с анекдотичным финалом, где один из героев остается в позиции проигравшего, неудачника, становится объектом для осмеяния. Проанализировав использование мужских и женских образов в анекдотичных ситуациях, мы можем сделать вывод, что мужчины оказываются в смешном или невыигрышном положении почти в 90% случаях, и лишь в одной ситуации из восьми мужчина выходит победителем.

В текстах образы женщин довольно разрозненные и в большинстве своем нарушающие общепринятые нормы образцового поведения: женщина опаздывает на свидания, выходит замуж несколько раз, сама делает мужчине предложение пожениться, женщины лгут мужчинам. Есть фразы-клише: «девушки всегда опаздывают». Описание мужчин не так разнообразно, но клишировано: «братья в детстве были очень неаккуратные, как и все мальчики и часто ходили в грязной одежде», «папа выглядит старше, чем мама», «папа намного выше, чем мама». При описании характера мужчин упоминаются такие качества, как «смелость», «честность», «надёжность», «умный» (для мужчин) и «заботливая», «красивая», «добрая», «спокойный характер» (для женщин). В описании внешности в приоритете стандартизированные нормы красоты: светлые длинные волосы и голубые глаза у женщин и тёмные волосы и карие глаза для описания мужчин.

Однако в пособии присутствует важный женский персонаж, описанный подробно — Анна Михайловна. Её образ встречается в текстах, завершающих одиннадцать из пятнадцати уроков. Тексты связаны между собой тремя действующими лицами: это русский студент Андрей, его мама Анна Михайловна и Джон, студент из Англии. Сюжетная линия строится на разговорах и действиях мамы и Джона. Образы русских мужчин почти не представлены в этих текстах. Мы узнаем только, что муж Анны Михайловны инженер, работает в институте, «добрый и умный, но иногда бывает серьёзный и такой скучный». Её сын Андрей студент, который «любит маму и всегда рассказывает ей обо всём». Анна Михайловна, напротив, описана подробно. Мы можем утверждать, что мама — это шаблонный и несколько идеализированный образ русской женщины, собирающий в себе типичные представления об интеллигентной женщине среднего класса, состоявшейся в профессии (учительница в

школе), счастливой в семейной жизни, имеющей увлечения и умения, приличные и одобряемые обществом (интересуется искусством, знает историю, любит ходить в музеи, рисует, фотографирует). Ей присущи типично русские и типично женские качества характера (хлебосольность, заботливость, открытость, любопытство, склонность давать советы). Не случайно в диалог с ней в текстах вступает не её сын, а именно английский студент Джон. Мама Андрея является для него проводником в мир русского языка и «одобренной обществом» русской культуры.

Можно сделать вывод, что в пособии «Слово» женский образ раскрыт более детально, чем образ мужчины. Мужчины статичны и предсказуемы, часто оказываются в позиции проигравшего, более слабого, а женщина, напротив, чаще оказывается победителем, позволяет себе нарушать существующие социальные нормы. И, параллельно с этим, образ мамы Андрея, крайне шаблонный, предсказуемый и правильный с точки зрения общественной морали, является связующим звеном между иностранцем и русской жизнью.

Анализ учебника В.Е. Антоновой, М.М. Нахабиной, М.В. Сафроновой, А.А. Толстых «Дорога в Россию (элементарный уровень)»

Учебник состоит из 15 уроков, в каждом из которых последовательно вводится лексический материал. В учебнике нет сюжетной линии, но периодически появляются повторяющиеся персонажи: русские и иностранные студенты и их семьи. В учебнике также мало сюжетных текстов, поэтому гендерные роли можно установить в основном на основании коротких текстов и диалогов. Однако этого достаточно, чтобы выделить основные черты в образах мужчин и женщин.

Общие категории для мужчин и женщин — это профессия, семья, хобби, положительная оценка, отрицательная оценка, место работы, что делают дома, куда ходят/езды. Категории только для мужчин — предпочтения в еде. Категории только для женщин — характеристика внешности.

Мужчина в «Дороге в Россию» работает инженером, журналистом или учится в университете. Он увлекается спортом и любит читать спортивные или экономические журналы. Он не любит рестораны и много курит. Он работает на фабрике, заводе или в банке. Дома он смотрит телевизор. В свободное время он ходит в театры, на выставки или на футбол.

Женщина в данном учебнике — это домохозяйка, преподаватель, врач или экономист. Она не любит спорт, любит модные журналы, музыку и стихи, любит готовить, а также театр и сериалы. Она неплохо играет в пинг-понг, неплохо понимает. Она хорошая хозяйка. Она обычно работает на почте. Дома она готовит ужин и отдыхает. В свободное время она ходит в парк или в музей.

Мужчинам в «Дороге в Россию» больше, чем женщинам, сопутствуют положительные характеристики (например, он «хорошо читает по-китайски», «хорошо говорит по-русски»).

В то же время женщинам больше сопутствуют отрицательные характеристики («ещё не читает по-русски», «плохо играет в теннис»).

Также мужчины в данном учебном пособии не занимаются домашними делами. Они не охарактеризованы по признаку внешности, в то время как женщины и девушки несколько раз описаны как «красивые».

Семейные роли (мама — папа, сестра — брат) представлены в одинаковой степени.

Таким образом, в учебнике «Дорога в Россию» можно наблюдать несовпадение некоторых социальных функций мужчины и женщины.

Анализ учебного комплекса С.Г. Коншиной, Е.С. Марьиной «Диалог» (элементарный уровень)

Учебный комплекс включает в себя учебник и рабочую тетрадь. Комплекс состоит из 10 уроков. Пособие предназначено для обучения взрослых учащихся русскому языку как иностранному с нуля. Так как в основе данного учебного пособия лежит коммуникативный принцип обучения, информацию о персонажах мы можем узнать только из диалогов или микротекстов. Анализируя материал, мы пришли к выводу, что персонажей мужчин больше, чем женщин: так, 28 персонажей мужского пола из России и еще 20 человек из других стран, а женщин 24 россиянки и 6 человек из зарубежных стран.

По профессии мужчины часто студент (5), директор фирмы (4), юрист (4), журналист (3), а женщины — секретарь (3), врач (2), студентка (2), преподаватель (2), актриса (2). Нужно отметить разнообразие профессиональных ролей: мужчины — 14 профессий, у женщин — 12 профессий, при этом встречаются такие необычные, как женщина-полицейский.

В диалогах неоднократно подчеркивается, что мужчина всегда много работает, очень устаёт от работы, если он идет в ресторан, то это обязательно деловая встреча, он работает дома даже в выходные. Женщины же, напротив, часто не работают.

В качестве положительной характеристики для мужчин отмечается, что они учатся или изучают какой-либо иностранный язык, при этом очень хорошо владея как минимум одним иностранным языком. Женщины тоже хорошо учатся, изучают иностранные языки, но если о мужчинах это сказано 14 раз, то о женщинах всего лишь 3 раза.

Интересно, чем, по мнению авторов учебника, предпочитают заниматься в свободное время мужчины и женщины. Создается впечатление, что мужчины и женщины поменялись ролями. Так, мужчины любят читать, любят классику и оперу, а женщины предпочитают сидеть в Интернете, играть в компьютерные игры, смотреть фильмы.

Рассмотрим, как выражены вкусовые пристрастия. При описании, что любят мужчины, используется конструкция «с чем» (салат с курицей, мясо с овощами), а при описании предпочтений женщин конструкция «без чего» (без сахара, без масла, без соли и т.п.). В нашем подсознании конструкция «без» воспринимается скорее как отрицательная характеристика, чем положительная.

Если сравнивать с реальным положением вещей, то можно сказать, что учебный комплекс «Диалог» формирует неправильное представление о гендерных ролях в российском обществе.

Обобщение результатов исследований по анализу трех пособий

Сравнительный анализ трех пособий позволил выделить следующие общие наиболее частотные характеристики описания женщин:

1) профессия — преподаватель (7), чуть реже (только в двух пособиях) врач (4) и домохозяйка (4);

2) место работы — в школе (2);

3) семейные роли — везде — мать (4), в двух пособиях — жена (5), подруга (5), дочь (4), сестра (4), бабушка (3);

4) внешность — красивая девушка, красавица, очень хорошенькая (5), средний возраст 34 года;

5) хобби — любит музыку, литературу, театр, занимается спортом, любит готовить;

6) куда ездит в свободное время — в музей (5);

7) что делает дома — готовит, покупает продукты (3);

8) что делает хорошо — характеристики часто связаны с учёбой (хорошо учится, хорошо говорит по-английски), с искусством и культурой (много знает об искусстве, хорошо рисует и фотографирует), с домашним хозяйством (хорошая хозяйка), немного со спортивными достижениями (хорошо играет в пинг-понг);

9) что делает плохо — подобно положительным, отрицательные характеристики разрознены и касаются тех же сфер жизни: учёба и иностранные языки (плохо понимает по-русски, не говорит по-английски, немного говорит по-итальянски), спорт (плохо играет в теннис).

Как мы видим, наиболее часто упоминаемые сферы деятельности и интересов женщин — образование, культура и искусство, домашнее хозяйство, реже — занятия спортом и компьютерные игры. Женщины ни разу не упоминаются в традиционных мужских профессиях, а также в роли директора или руководителя, лишь однажды в пособии «Диалог» встречается женщина-менеджер, а также женщина-полицейский.

Семейные роли представлены в большом разнообразии, однако нет тётки и племянницы. Возможно, это обусловлено необходимостью использовать наиболее актуальную лексику при изучении РКИ базового уровня, однако лексические единицы «тётя» и «племянница» довольно частотны и входят в лексический минимум А1.

Наиболее частотные характеристики при описании мужчин:

1) профессии — во всех пособиях — инженер (7), в двух пособиях — студент (9), журналист (7), директор (5), юрист (5), преподаватель (2);

2) место работы (учёбы) — в университете/институте (4), в банке (3), в компании (4), в офисе (3), на заводе/фабрике (2);

3) семейные роли — представлены все роли, самые частотно упоминаемые: отец, муж, брат, братья, друг, сын;

4) внешность — описана очень мало, ей почти не уделяется внимания. Обычно молодой человек, 35 лет, обыкновенная внешность (1);

5) хобби — любит спорт (футбол, баскетбол, велосипед) (6), любит читать, в том числе о спорте (5), из еды предпочитает мясо (2);

6) куда ездит в свободное время — на стадион, на футбол (6), на выставку, в театр, в музей, на балет (5);

7) что делает дома — непопулярная характеристика, лишь в одном пособии упоминается, что дома он работал, читал и писал письма (4);

8) что делает хорошо — характеристики связаны с умственными способностями (умный человек, получил Нобелевскую премию, хорошо читает, хорошо говорит, хорошо учится, изучает язык);

9) что делает плохо — характеристик меньше, чем положительных. Связаны с характером (иногда скучный, неромантичный), внешним видом (были неаккуратные в детстве), недостаточным знанием (плохо знает Москву, немного говорит и пишет по-французски).

Мужчины, представленные в анализируемых пособиях, часто занимаются интеллектуальной работой, занимают руководящие должности. Профессия преподавателя, популярная среди женщин, не так частотна среди мужчин. В свободное время они в большей мере интересуются спортом, чем искусством. Характеристика внешности почти не встречается, изредка носит негативный оттенок, но подчёркивается положительный результат занятий (например, иностранными языками).

Выводы

Пособие по лексике и разговорной практике «Слово» предназначено для иностранных учащихся и направлено на активизацию речевых умений. Для этого часто используются анекдотичные ситуации, в которых пострадавшими или осмеиваемыми оказываются почти всегда мужчины, а вот женщины ловко выходят из неудобных ситуаций. У учащихся может сложиться представление о русских мужчинах, что они слабые, скучные, подвержены влиянию женщин, а женщины ловко обманывают их и используют в своих целях. При этом женщина-мать является образцом правильного поведения и общественной морали.

Учебник «Дорога в Россию», напротив, ориентирован на студентов, однако он также не лишен стереотипных представлений о «типично мужских» и «типично женских» профессиях и занятиях. В частности, приготовление пищи — неотъемлемый навык, необходимый иностранным студентам при проживании в России — рассматривается как женское занятие, что может дезадаптивно действовать на иностранных учащихся в первые месяцы жизни в России. При этом в «Дороге в Россию» представлены все семейные роли, как мужские, так и женские, что можно отметить в качестве преимущества данного учебного пособия.

Учебный комплекс «Диалог» создан коллективом авторов языковой школы «Крэф», что, несомненно, наложило определённый отпечаток на контент. Директора крупных сетевых компаний, работающих в Москве, и их жены-домохозяйки — главные персонажи учебника, но это, скорее всего, даёт возможность учащимся идентифицировать себя в языковом пространстве, но может затруднить общение в социуме.

Заключение

Мужчины, представленные в анализируемых пособиях, часто занимаются интеллектуальной работой, занимают руководящие должности. Профессия преподавателя, популярная среди женщин, не так частотна среди мужчин. При этом женщины почти не упоминаются в традиционных мужских профессиях, а также в роли директора или руководителя.

В свободное время мужчины в большей мере интересуются спортом, чем искусством. Напротив, наиболее часто упоминаемые сферы деятельности и интересов женщин — образование, культура и искусство, домашнее хозяйство, реже — занятия спортом и компьютерные игры.

Характеристика внешности мужчин почти не встречается, изредка в негативном оттенке, но подчёркивается положительный результат занятий (например, иностранными языками). У женщин внешности уделяется чуть больше внимания, однако их неудачи в учёбе и спорте больше акцентированы.

Семейные роли обоих полов представлены в большом разнообразии, что подчёркивает важность семейных связей как для женщин, так и для мужчин.

Большое количество отрицательных оценок может негативно сказываться на формировании у учащихся представления об интеллектуальных способностях русских женщин.

Представления учебников транслируют стереотипные представления о ролях мужчин и женщин, но данные образы не могут быть признаны соответствующими внеязыковой реальности, что потенциально может привести к коммуникативным неудачам у иностранных учащихся при общении с русскими.

Библиографический список

1. Дежина Т.П. Этапы становления концепта «гендер» в зарубежной и отечественной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 4 (70). Ч. 1. С. 76—79.
2. Wodak R., Benke G. Gender as a Sociolinguistic Variable: New Perspectives on Variation Studies // The Handbook of Sociolinguistics. 2017. Ch. 8. P. 127—150. DOI: 10.1002/9781405166256.ch8
3. Белова Н.В. Гендерные стереотипы языкового сознания // Rhema. Рема. 2009. № 1. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-stereotipy-yazykovogo-soznaniya> (дата обращения: 05.03.2021).
4. Ким Л. Гендерные стереотипы // Введение в теорию и практику гендерных отношений: Межвуз. сб. науч. тр. / под ред. Е.Б. Мезенцевой, И.И. Юкиной. Ташкент, 2007. С. 44—61.

5. *Порядина Ю.В., Чернецова В.Д.* Примеры сексизма в учебных пособиях по русскому языку для иностранцев // Перевод. Язык. Культура, Санкт-Петербург, 29—30 мая 2020 года. СПб: ЛГУИ им. А.С. Пушкина. С. 363—367.
6. *Кирпиков А.Р.* Качественный контент-анализ как метод исследования // *Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования*. 2018. № 21. С. 67—74.
7. *Ермаченкова В.С.* Слово: пособие по лексике и разговорной практике. СПб.: Златоуст, 2015.
8. *Антонова В.Е., Нахабина М.М., Сафронова М.В., Толстых А.А.* Дорога в Россию: учебник русского языка (элементарный уровень). СПб.: Златоуст, 2012.
9. *Коншина С.Г., Марьина Е.С.* Диалог. Русский язык для начинающих. Практический курс (элементарный уровень). М.: КРЭФ, 2018.

References

1. Dezhina, T.P. (2017). Stages of the formation of the concept of “gender” in foreign and domestic linguistics. *Philology. Theory & Practice*, 4(70)—1, 76—79. (In Russ.).
2. Wodak, R. & Benke, G. (2017). Gender as a Sociolinguistic Variable: New Perspectives on Variation Studies. *The Handbook of Sociolinguistics*, 8, 127—150. DOI: 10.1002/9781405166256.ch8
3. Belova, N.V. (2009). *Gender stereotypes of linguistic consciousness*. Rhema. Rema, 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-stereotipy-yazykovogo-soznaniya> (accessed: 05.03.2021). (In Russ.).
4. Kim, L. (2007). Gender stereotypes. *Introduction to the theory and practice of gender relations: Inter-university collection of scientific tr.* Tashkent. pp. 44—61. (In Russ.).
5. Poryadina, Yu.V. & Chernetsova, V.D. (2020). Examples of sexism in Russian language textbooks for foreigners. *Translation. Language. Culture*. St. Petersburg, May 29—30, 2020. St. Petersburg: LGUI named after A.S. Pushkin. pp. 363—367. (In Russ.).
6. Kirpikov, A.R. (2018). Qualitative content analysis as a research method. *Culture, personality, society in the modern world: methodology, empirical research experience*, 21, 67—74. (In Russ.).
7. Ermachenkova, V.S. (2015). *The word: a manual on vocabulary and conversational practice*. St. Petersburg: Zlatoust.
8. Antonova, V.E., Nahabina, M.M., Safronova, M.V. & Tolstyih, A.A. (2012). *The Road to Russia: textbook of the Russian language (elementary level)*. St. Petersburg: Zlatoust. (In Russ.).
9. Konshina, S.G. & Marina, E.S. (2018). *Dialogue. Russian for beginners. Practical course (elementary level)*. Moscow: KREF. (In Russ.).

Сведения об авторах:

Артиухова Наталья Сергеевна, старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного и общетеоретических дисциплин Института экономики и управления АПК (ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева); *e-mail*: artiuhova@rgau-msha.ru. Идентификатор ORCID 0000-0003-0949-1902, eLIBRARY SPIN-код: 5807-4126.

Сайкина Ольга Сергеевна, преподаватель кафедры русского языка как иностранного и общетеоретических дисциплин Института экономики и управления АПК (ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева); *e-mail*: saikina-olga@yandex.ru. Идентификатор ORCID 0000-0001-7886-6769, eLIBRARY SPIN-код: 9912-5543.

Соловьева Анна Андреевна, старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного и общетеоретических дисциплин Института экономики и управления АПК (ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева); *e-mail*: yarlee@yandex.ru. Идентификатор ORCID 0000-0001-9472-5966, eLIBRARY SPIN-код: 2537-3320.

Information about the authors:

Natalya S. Artyukhova, Assistant professor of Department of Russian as a Foreign Language and General Theoretical Subjects of Institute of Economics and Management of Agroindustrial Complex (Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev); *e-mail*: artiuhova@rgau-msha.ru ORCID 0000-0003-0949-1902, eLIBRARY SPIN-код: 5807-4126.

Olga S. Saykina, Assistant professor of Department of Russian as a Foreign Language and General Theoretical Subjects of Institute of Economics and Management of Agroindustrial Complex (Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev); *e-mail*: saikina-olga@yandex.ru ORCID 0000-0001-7886-6769, eLIBRARY SPIN-код: 9912-5543.

Anna A. Solovyeva, Assistant professor of Department of Russian as a Foreign Language and General Theoretical Subjects of Institute of Economics and Management of Agroindustrial Complex (Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev); *e-mail*: yarlee@yandex.ru ORCID 0000-0001-9472-5966, eLIBRARY SPIN-code: 2537-3320.



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1247-1259

УДК [811.221.18+811.161.1]’27(470.65)

Научная статья / Research article

Языковая ситуация и статус языков в Республике Северная Осетия-Алания

Е.Б. Бесолова¹, Б.К. Закаева², В.П. Джioева³,
А.В. Денисенко⁴, Ю.М. Калинина⁴

¹Северо-Осетинский институт гуманитарных и социальных исследований им. В.И. Абаева,
362040, Российская Федерация, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ,
пр. Мира, 10

²Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(Государственный технологический университет),
362021, Российская Федерация, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ,
ул. Николаева, 44

³Юго-Осетинский государственный университет им. А.А. Тибилова,
100001, Республика Южная Осетия, г. Цхинвал, ул. Владимира Путина, 8

⁴Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6
elenabesolova@mail.ru

Аннотация. В статье обосновывается социально-экономическое и культурно-историческое приобщение осетин к русскому языку, что считается результатом естественного развития уровня жизни горцев. Целью исследования является рассмотрение истории и особенностей национально-русского двуязычия, роль взаимодействия языков в процессе формирования билингвальной личности, общества, выявление деформированных языковых процессов, приведших как к утрате функции владения языком, так и его использованием в повседневной жизни, а также мер, способствующих возрождению родного языка. В статье подчеркивается, что русский язык стал цивилизующим фактором, значительно ускорившим процесс развития духовной культуры горцев, что он, наряду с осетинским языком, признается государственным языком Республики Северная Осетия-Алания как язык межнационального общения, ему обеспечивается свободное функционирование на всей территории республики. В работе также акцентируется внимание на этнодемографическом составе населения, подчеркивается полиэтничность региона, что способствует усилению роли русского языка как языка межнационального общения. В течение XX века резкое размежевание функций русского и родного языков приводит к ослаблению роли национального языка, что подвергает его угрозе исчезновения. Потеря языка влечет за собой потерю самосознания, культуры, мировосприятия, а также утрату самоидентификации. По мнению авторов, необходима забота самой республики о широком применении и всемерном развитии родного языка в национальных государственных органах, общественных организациях науки, культуры, образования, здравоохранения и

© Бесолова Е.Б., Закаева Б.К., Джioева В.П., Денисенко А.В., Калинина Ю.М., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

сфере обслуживания. Нужна работа с теми носителями языка, которые считают не престижным общение на родном языке в семье, не стараются передавать его последующему поколению: отсутствие языковой преемственности губительно. Для сохранения языка в условиях глобализации авторы предлагают усилить роль государства и общества, консолидировать усилия ученых, государственных и общественных деятелей с целью оказания влияния на деятельность СМИ по сохранению языка и культуры; направить их усилия на гармоничный билингвизм.

Ключевые слова: осетинский язык, билингвизм, функционирование, поликультурное пространство, глобализм, многоязычие

Финансирование. Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и МОН РЮО в рамках научного проекта № 21-512-07004

История статьи:

Дата поступления: 01.06.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Бесолова Е.Б., Закаева Б.К., Джисоева В.П., Денисенко А.В., Калинина Ю.М. Языковая ситуация и статус языков в Республике Северная Осетия-Алания // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1247—1259. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1247-1259

UDC [811.221.18+811.161.1]’27(470.65)

Language situation and status of languages in the Republic of North Ossetia-Alania

**Elena B. Besolova¹✉, Bella K. Zakaeva², Varvilina P. Dzhioeva³,
Anastasia V. Denisenko⁴, Julia M. Kalinina⁴**

¹North Ossetian Institute for Humanitarian and Social Research named after V. I. Abaev,
10, Prospect Mira, Vladikavkaz, Republic of North Ossetia-Alania, Russian Federation, 362040

²North-Caucasian Institute of Mining and Metallurgy (State Technological University),
44, st. Nikolaeva, Vladikavkaz Republic of North Ossetia-Alania, Russian Federation, 362021

³South Ossetia State University named after A.A. Tibilov,
8, st. Vladimir Putin, Tskhinval, Republic of South Ossetia, 100001

⁴Peoples' Friendship University of Russia (RUDN university),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198

✉elenabesolova@mail.ru

Abstract. The article substantiates the socio-economic and cultural-historical introduction of the Ossetians to the Russian language, which is considered as the result of the natural development of the standard of living of the highlanders. The aim of the study is to consider the history and characteristics of national-Russian bilingualism, the role of language interaction in the formation of a bilingual personality, society, identification of deformed linguistic processes that led to both the loss of the function of language proficiency and its use in everyday life, as well as measures that contribute to the revival of native language. The article emphasizes that the Russian language has become a civilizing factor that has significantly accelerated the development of the spiritual culture

of the mountaineers, that it, along with the Ossetian language, is recognized as the state language of the Republic of North Ossetia-Alania as a language of interethnic communication, it is provided with free functioning throughout the republic. The work also focuses on the ethno-demographic composition of the population, emphasizes the polyethnicity of the region, which contributes to the strengthening of the role of the Russian language as a language of interethnic communication. During the 20th century, a sharp delimitation of the functions of the Russian and native languages leads to a weakening of the role of the national language, which exposes it to the threat of extinction. Loss of language entails a loss of self-awareness, culture, perception of the world, as well as the loss of self-identification. According to the authors, the republic itself needs to be concerned about the widespread use and all-round development of the native language in national government bodies, public organizations of science, culture, education, health care and the service sector. We need to work with those native speakers who do not consider it prestigious to communicate in their native language in the family, do not try to pass it on to the next generation: the lack of linguistic continuity is destructive. To preserve the language in the context of globalization, the authors propose to strengthen the role of the state and society, to consolidate the efforts of scientists, statesmen and public figures in order to influence the activities of the media to preserve the language and culture; direct their efforts towards harmonious bilingualism.

Key words: Ossetian language, bilingualism, functioning, multicultural space, globalism, multilingualism

Financing. Acknowledgement

The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research and Ministry of Education and Science of the Republic of South Ossetia, Grant № 21-512-07004

Article history:

Received: 01.06.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Besolova, E.B., Zakaeva, B.K., Dzhioeva, V.P., Denisenko, A.V. & Kalinina, Yu.M. (2021). Language situation and status of languages in the Republic of North Ossetia-Alania. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1247—1259. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1247-1259

Введение

Языковая ситуация и статус языков в Республике Северная Осетия-Алания — актуальная проблема второй половины XX—начала XXI века. В течение прошлого века шло постепенное размежевание функций русского и родного языков, что привело к резкому ослаблению роли национального языка, что подвергает его угрозе исчезновения. Потеря языка влечет за собой частичную утрату самосознания, культуры, мировосприятия, а также самоидентификации [1]. Целью проведенного исследования является рассмотрение особенности функционирования национально-русского двуязычия в республике и роль взаимодействия языков в формировании билингвальной личности; описание языковых процессов, приведших как к утрате функции владения языком, так и его использованием в повседневной жизни; определение мер, способствующих возрождению родного языка. Проблема не нова, работ, посвященных ее истории и анализу, достаточно много. Это исследования

В.И. Абаева, М.И. Исаева, Т.А. Гуриева, А.Х. Галазова, К.Е. Гагкаева, Р.З. Комаевой, Т.Т. Камболовой, Е.Б. Бесоловой, Л.Б. Гацаловой, Л.К. Парсиевой и др. В работах этих ученых акцентируется внимание на том, что язык — способ отражения внутреннего духовного и интеллектуального богатства любого народа, отличающий его от других и делающий его особенным. С потерей языка этнос теряет свою идентичность, свой национально-культурный код, свои обычаи и традиции; все, что делает его нацией [2]. В ситуации происходящих сегодня интеграционных процессов языки в частности средне- и малочисленных народов, требуют к себе особого внимания не только официальных структур, но и каждого представителя этноса. Именно язык является тем инструментом, который дает возможность сохранить нематериальные сокровища нации с надеждой передать их будущим поколениям [3. С. 10]. Это и объясняет возникший интерес к экологии языка, сохраняющей его национально-культурную специфику, включающую средства языка с сохранением его стилистических и экспрессивных особенностей, способствующих целостному и точному пониманию содержания [4. С. 10]. Означенная проблема заключается в сохранении национальной специфики и самобытности языка, в бережном отношении к языковой преемственности, языковому единству; в призыве не забывать и о том, что «имеется близкое соответствие между языковой моделью и неязыковым поведением» [4. С. 3].

Исследование выполняется авторами на материале осетинского языка, заостряется мысль на том, что двуязычие в республике — насущная и осознанная необходимость, пример тому — творчество основоположника осетинского языка и литературы Коста Хетагурова и других осетинских писателей и поэтов. Вместе с тем внушает тревогу ряд обстоятельств: 1) попытки противопоставить языки в вопросе выбора между русским и осетинским языком; 2) среди части осетинской интеллигенции «процветает» пренебрежение к родному языку, поэтому он перестает быть языком общения в семье; 3) некоторые одержимы идеей внедрить осетинский язык там, где целесообразнее пользоваться языком межнационального общения. Языковая политика в период языкового строительства допустила ситуации, при которых оказались ослабленными позиции осетинского языка: не выдержано ясное разделение сфер функционирования как русского языка, так и осетинского; родной язык был вынесен за пределы школы, так что обучение шло только на русском.

Социолингвистическая характеристика Республики Северная Осетия-Алания

Вопрос о сферах общения, функциях языка и их соотношении, как известно, неоднозначен в связи с принципами и способами определения сфер общения и функций языка. Принципы национальной политики и потребность самого народа определяют применение языка в той или иной сфере. Как часто забывают о том, что язык есть выразитель национальной идентичности, потеря которой ведет как к утрате общения на нем, так и к потере накопленной

системы символов и культурных кодов: это путь к обеднению этнического и языкового многообразия, национальной обрядности и системы духовных ценностей.

Очевидно, что в век глобализации потенциальная и реальная функции в ряде северокавказских республик скорее не совпадают: для языка межнационального общения потенциальная определяется потребностями единения в республике, но реальная функция же фактическим применением языка в сферах общения. Этот факт, к примеру, требует узаконенной программы по реализации родного языка во всех сферах общественной жизни республики согласно с особенностями сложившихся национальных традиций, обрядов, обычаев. Родной язык нуждается в защите, которая возможна лишь при личной заинтересованности самого этноса в его сохранении. Статус государственного языка осетинский язык имеет по Конституции РСО-А, но мало что делается по укреплению социальной базы его функционирования. Заметим, что нужны определенные реальные меры по поддержке родного языка — это усилит внимание к национальным проблемам, что же касается русского языка, то за ним сохранится статус межнационального языка.

Язык и культура этноса неразрывно связаны, поскольку без языка не может быть культуры. Язык является лингвокультурологическим феноменом, отражением менталитета и всей копившейся веками культуры народа. Профессор МГУ, доктор философских наук М.К. Мамардашвили считал язык неотъемлемой составной частью духовного богатства нации и склонялся к тому, что «проблема восстановления культуры есть, прежде всего, проблема восстановления языкового пространства и его возможностей» [5. С. 203—204].

По мнению Э. Сепира, «культуру можно определить, как то, что данное общество делает и думает. Язык же есть то, как думают <...>. Само собой разумеется, что содержание языка неразрывно связано с культурой» [6. С. 193—194]. В свою очередь язык, отражая самосознание, мировоззрение и характер этноса, влияет на культуру.

И язык, и культуру необходимо оберегать, развивать и защищать. Особого внимания в полиэтническом государстве требуют языки и культура малочисленных народов, неминуемо сталкивающиеся с проблемой сосуществования в доминирующем языковом и культурном пространстве титульной нации. Для сохранения и развития языка необходимо повышать культурно-образовательный уровень его носителей. Огромную роль в сохранении и поддержании жизнеспособности национального языка отводится системе образования: преподаванию и изучению языка в данный исторический период, «когда культура речевого взаимодействия упала до самой низкой отметки» [7. С. 5].

Необходимость освоения и использования родного языка, тщательного соблюдения языковых норм, устранения негативного отношения к родному языку как к неперспективному — насущные задачи настоящего времени.

В начале прошлого столетия Г.А. Дзагуров заметил, что «... любой язык любого народа составляет один из основных элементов национальной культуры. Каждый язык имеет свои особенности, свои такие способы для

выражения человеческой мысли, которых на другом языке нет» [8. С. 4]. Еще раньше барон Услар Пётр Карлович высказал свое мнение так: «Скольким бы языкам мы ни выучились, ни один не запечатлеется в целом духовном мире нашем так глубоко, как язык родной, — язык, которым непосредственно выражается своеобразный склад наших понятий. Это относится до всех народов и до всех языков в мире» [9. С. 17].

Сегодняшнее ослабленное положение национальных языков проф. М.И. Магомедов связывает с их относительно слабым функционированием по сравнению с русским языком в предыдущем столетии. Неравноправное использование и функционирование в обществе языка межнационального общения и языков этносов «породил иллюзию вытеснения национального языка русским» [10. С. 4—11].

Считаем это мнение спорным. На самом деле русский язык никогда не использовался по принуждению и по воле государства, а являлся всегда средством познания русской и мировой цивилизации. В связи с этим национально-русский билингвизм — естественное явление, продиктованное требованием времени в первой половине XX века. Следует отметить и тот факт, что «практически никогда не поднимался вопрос о русско-национальном двуязычии» [11. С. 10].

Огромное отрицательное влияние на языковую ситуацию оказала и неправильная языковая политика как со стороны федеральных властей, так и местных, региональных. По мнению А.А. Бурыкина, «в пространстве регулирования языковых процессов есть, помимо языковой политики, ещё какие-то процессы, действие которых оказывается сильнее, нежели «человеческий фактор» языковой политики, или же языковая политика оказывается на деле сложным и многомерным явлением, в котором целенаправленность и позитивность не являются определяющими характеристиками. Движущие механизмы таких неконструктивных языковых процессов могут быть только социальными, поскольку ясно, что динамика социальной эволюции языка не зависит от других (экономических или природных) факторов» [11. С. 8].

Проанализировав корни развития двуязычия в РСО-Алания, мы выяснили его причины и можем с уверенностью сказать, что активное использование осетинами русского языка, формирование национально-русского билингвизма были обусловлены социально-экономической и культурно-исторической ситуацией. Знание и использование русского языка стало объективно необходимо и востребовано реалиями жизни после присоединения Осетии к России. В.И. Абаев, всемирно известный осетинский ученый-лингвист, в своих трудах охарактеризовал уровень жизни и степень развития национального языка осетин до упомянутого выше факта в истории Осетии (присоединения Осетии к России). Он по достоинству оценивал осетинами значимости грамотности, давшей им возможность приобщиться к русской и впоследствии к мировой цивилизации. По мнению лингвиста и этнографа, известного кавказоведа XIX века П.К. Услара, уникальный и богатый русский язык является проводником в мировую культуру и цивилизацию, это должно

вывести его за рамки этнического языка, чтобы стать языком международного общения [12. С. 7]. А.М. Шёгрэн, В.Ф. Миллер, П.К. Услар и другие отечественные ученые также обусловили позицию и значение русского языка для народов Северного Кавказа. «Нельзя относиться к русскому языку как к языку, этнический фактор которого является его всеобъемлющей и исчерпывающей характеристикой. Он давно уже перерос рамки этнокреативной сущности, в то же время прочно сохранил статус родного языка, — что является одной из социолингвистических характеристик русского языка», — писал профессор М.И. Магомедов [10]. Вхождение в XVIII веке средневековой Осетии в состав Российской Империи, несомненно, положительно отразилось на развитии осетинского народа; благодаря русскому языку и культурному влиянию находившейся на этапе наивысшего уровня развития русской литературы осетинский народ быстро постигал азы великой русско-европейской культуры и цивилизации. В условиях изоляции от внешнего мира формирование достижений цивилизаций, полученных в результате присоединения к России, заняло бы у народа столетия. Таким образом, следует отметить, что присоединение Осетии к России оказало цивилизующее влияние на все сферы жизни, в том числе и на духовную. Русский язык дал путь маленькому горскому народу к просвещению и в значительной мере повлиял на его нравственно-этические и эстетические ценности. Многие русские и зарубежные исследователи, занимавшиеся бытием осетин и лингвокультурными аспектами осетинского языка, выделяли некую универсальность данного языка в выражении чувств и мыслей, присущую развитым народам [12], что, на наш взгляд, побуждало их углубляться в темы исследований. Отечественные ученые первыми отметили, что индивидуальность любого народа накладывает определенный отпечаток на его язык, понятия. Безусловно, компактное обитание этноса, его незначительная миграция, пасторальная жизнь, мононациональные семьи, общение на родном языке способствовали поддержанию и совершенствованию родного языка. В экономической ситуации, сложившейся на тот период в стране, язык и культура, лишенные внимания, уходят на последний план и приходят в упадок.

Последнее десятилетие XX и начало XXI вв. характеризуются усиленной миграцией осетинского населения, поскольку в его жизненном укладе происходят решительные перемены, связанные с разрушением традиционных для республики отраслей промышленности и сельского хозяйства. Молодежь и среднее поколение в поисках работы уезжают из республики в разные регионы страны и даже за рубеж. Отток происходит в основном из сельских поселений, где наиболее остра проблема трудоустройства. Как результат, увеличение количества интернациональных браков, что в результате привело к ослаблению позиций родного языка. Дети в смешанных семьях зачастую практически не владеют осетинским языком, поскольку не слышат его в повседневной жизни.

Пагубно влияют на языковую картину мира и наблюдаемые в постперестроечные годы интенсивные переселения и миграционные процессы, которые приводят к тому, что национальный язык в отрыве от традиционной среды обитания народа перестает моделировать должную картину.

Однако следует отметить, что миграционные процессы не ухудшили межнациональных и межэтнических отношений в РСО-Алания; национальная политика в республике направлена на недопущение этноэгоизма, этнонигилизма, этноизоляциялизма и фанатизма. Представителям разных народностей и религий, проживающим на территории Осетии, свойственна позитивная этническая и религиозная идентичность, для всех создаются равные условия для самореализации, сохранения культуры и развития своего родного языка. Созданное в 1988 году межэтническое общество «Наша Осетия», куда входят 35 национально-культурных центров республики, способствует взаимопочтению людей разных национальностей и вероисповеданий, сохранению культурного и языкового разнообразия не только на территории республики и России, но и всей планеты. На базе упомянутых центров, имеющих тесные контакты с исторической родиной, организуются курсы по изучению истории, культуры и языка этносов, проводятся дни национальных культур.

Академик Д.С. Лихачев считал, что выражением всей культуры нации является язык, поскольку национальная речевая деятельность формируется в этнической среде общения, а об общей культуре народа можно судить по уровню языковой культуры [13]. Несомненно, школа, художественная литература и языкознание являются основными источниками и балансиром языка, и, дабы не привести язык к обмелению, ему следует уделять повышенное внимание со стороны государства и самого этноса.

Сложившееся современное положение национальных языков во всех республиках Северного Кавказа идентично. Многолетняя языковая асимметрия, вызванная доминированием государственного русского языка над национальными, недостаточное внимание развитию и сохранению языкового разнообразия как на государственном, так и на региональном уровнях привели к тому, что многие миноритарные языки попали в зону риска исчезновения.

Следует учитывать и то, что в Северной Осетии полиэтнические города Владикавказ и Моздок, сёла с преобладающим осетинским населением и казачьи станицы имеют разную культурно-этническую среду. Мы не можем «игнорировать ту культурную среду, внутри которой существует данный этнос и порождением которой он является» [14. С. 56].

Обратившись к последней переписи населения, которая прошла в 2010 году, мы увидим, что этническая и языковая палитра города Владикавказ достаточно пестрая. Общая численность населения Владикавказа составила 330 148 человек. Из них: осетин — более половины, русских — четверть населения. Самыми многочисленными являются армянская и грузинская диаспоры, насчитывающие, соответственно, 3,5 и 2,2 %; ингушей на момент переписи было чуть более 1%; количество азербайджанцев, украинцев и греков составляет примерно одинаковое количество и варьируется в пределах от 0,5 до 0,7 %. Помимо этого, в графу «другие» вошли 11 275 человек, составившие в совокупности 3,4% населения города — евреи, белорусы, корейцы, татары, цыгане, представители народностей Дагестана и пр. [15]. Мультинациональный состав республики породил культурное многообразие, а культура —

это «система потребностей, и чем выше эти потребности, тем выше ответственность за их реализацию и тем развитей культура» [16. С. 134].

Издравле присущая осетинам веротерпимость и уважение к представителям других национальностей, большое количество полиэтнических семей, несомненно, способствуют сохранению стабильности в республике. В результате происходит процесс активизации внутреннего языкового и культурного взаимодействия и заимствования, поддерживаемый и подпитываемый СМИ и социальными сетями, ещё более ориентированными на разговорность и диалогичность. Взаимодействие реальных языков города: русского, осетинского, грузинского, армянского и др., оказывает огромное влияние как на нормативные литературные языки (русский и осетинский), так и на язык СМИ. Нельзя упускать из виду тот факт, что языки населения Осетии относятся к разным языковым семьям: иранской, кавказской, тюркской. Несомненно одно — существующее многоязычие значительно ослабляет позиции национального (осетинского) языка и усиливает роль русского как языка межнационального общения. Следует приложить все усилия для развития и сохранения осетинского языка, так как потеря языка означает потерю идентичности, значит, и индивидуальности нации. По словам П.К. Услара, «утрата индивидуальности, как для отдельного человека, так и для целого народа, равномерна смерти. <...> Язык живет целые тысячелетия при самых даже неблагоприятных условиях для его жизни» [19. С. 2]. К счастью, в последние годы сохранению языка уделяется большее внимание, и опасения за его судьбу больше «исходят из неверия в его жизнеспособность, а это ни в коей мере не следует из истории языка и оценки его потенциала» [17. С. 120].

Известный отечественный ученый А.А. Кибрик поддерживает мнение, что язык является важной и неотъемлемой составляющей идентичности, и этнос, перестающий использовать и передавать следующим поколениям свой национальный язык, обрекает его на исчезновение. Определенный выход из сложившейся ситуации видится в применении «методики языковых гнезд — это что-то типа детского сада или даже яслей, в которых бабушки или дедушки общаются с детьми, которые по возрасту являются их внуками», соглашаясь также с мнением учёного, что «школьный класс — это не то место, где можно возродить исчезающий язык» [19]. Думаем, нельзя не согласиться с мнением академика РАН Г.Г. Гамзатова относительно необходимости и важности учёта языковых потребностей каждого из этносов без какого-либо ранжирования; равноправие языков в социальной практике, а не предпочтение одного языка другому. Любой язык — кладёзь, и его недооценка может привести к невосполнимым издержкам духовного развития общества в целом [20. С. 14]. Определение — теоретико-методологическое и практическое — феномена двуязычия Г. Гамзатова основаны на равноправии используемых в обществе языков. Он считает, что в вопросе использования языков не должна предлагаться альтернатива, и билингвизм в обществе не может строиться за счет ущемления национальных лингвокультурных интересов какой бы то ни было нации. Не должно быть ни социальных, ни экономических,

ни политических, ни образовательных ограничений в использовании языкового богатства и разнообразия [21; 23]. Средства массовой информации, особенно радио и телевидение, могут также играть как положительную, так и отрицательную роль в сохранении, развитии и функционировании национальных языков. Игнорирование или недостаточное к ним внимание, отсутствие или незначительное количество качественных передач на национальных языках приводит к уходу языка из жизни этноса [23. С. 27—36].

Заключение

Проанализировав языковую ситуацию в Осетии, мы пришли к выводу, что причиной ослабления и попадания в зону риска любого языка, в нашем случае осетинского, являются: презрительное отношение к собственному языку, приводящее к тому, что в семьях перестают общаться на родном языке; ограниченная передача родного языка и традиционной культуры младшим поколениям; недостаточное уважение к родному языку, считая общение на нём непрестижным. Только истинное уважение к родному слову, освоение и употребление своего языка, поддержка со стороны государства и самого этноса могут привести к сохранению и развитию этнической специфики языка. Полная заинтересованность нации в сохранении своего языка, своей национальной культуры и идентичности является залогом успеха.

В условиях национально-русского двуязычия современного осетинского общества необходимо приложить все усилия для сохранения, обогащения и развития как осетинского, так и всех других языков, проживающих в Республике Северная Осетия-Алания. В современных условиях глобализации русский язык, на наш взгляд, не менее нуждается в защите от засилья иностранных слов. Сегодня главное — определить и усилить роль государства и общества в деле защиты национальных языков, в том числе и русского. Лингвистическому научному сообществу необходимо обратить больше внимания на исследование языков миноритарных народов, на разработку методики и условий их сохранения и развития. Для сохранения языкового и культурного разнообразия, одного из факторов устойчивого развития, непременно следует использовать накопленный богатый мировой опыт.

Библиографический список

1. Бесолова Е.Б. Еще раз о родном языке — факторе единства нации // Известия СОИГСИ. 2020. № 36. С. 91—103.
2. Бесолова Е.Б., Зангиева З.Н. О проблемах северокавказских языков в эпоху глобализации // Язык и литература в образовательном и культурном пространстве юга России и Кавказа: Материалы Второй международной научно-практической конференции, 22—24 ноября 2019 г. (Грозный). Грозный: Изд-во ЧГПУ, 2019.
3. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода. М.: Р. Валент, 2007.
4. Хаймс Д.Х. Этнография речи // Новое в лингвистике. Социолингвистика. Вып. VII. М.: Прогресс, 1975. С. 42—95.

5. Мамардашвили М.К. Как я понимаю философию... М.: Прогресс, 1990.
6. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 1993.
7. Комлев Н. Доведёт ли язык до Киева? Судьба языкового и общественного союза // Книжное обозрение. 1998. № 35. С. 9.
8. Дзагуров Г.А. Программа для собирания материалов по осетинскому языку и устному народному творчеству народной словесности. Владикавказ, 1926. 10 с.
9. Услар П.К. О распространении грамотности между горцами // Сборник сведений о кавказских горцах. Тифлис, 1870. Вып. III. С. 1—30.
10. Магомедов М.И. Русский язык в многоязычном Дагестане: Функциональная характеристика. М.: Наука, 2010.
11. Бурыкин А.А. Актуальные проблемы социолингвистики: учеб. пособие. Якутск: ИГИ АН РС (Я), 2007.
12. Абаев В.И. Значение ареальных контактов в истории языка // Материалы пятой региональной научной сессии по историко-сравнительному изучению иберийско-кавказских языков. Орджоникидзе, 1977. С. 5—9.
13. Лихачёв Д.С. Прошлое — будущему // Статьи и очерки. Л.: Наука, 1985.
14. Чуковский К.И. Дневник (1918—1923) Подгот. текста, публ. и коммент. Е. Чуковской; Предисл. М. Петровского // Новый мир. 1990. № 7. С. 140—177
15. Национальный состав населения Республики Северная Осетия-Алания (по данным Все-союзной переписи населения 2010 г.). Режим доступа: <http://www.kavkaz-uzel.eu/articles/220747/> (дата обращения: 10.05.2021).
16. Черчесов А.Г. «Земля величиной с почтовую марку» в контексте «глобальной деревни» // Вестник Института цивилизации. Вып. 1. Владикавказ, 1998. С. 129—137.
17. Литвин Ф.А. Почему шум? (Действительно ли русский язык нуждается сегодня в срочных мерах по спасению) // Язык и коммуникация: изучение и обучение. Орел: ОГУ, 1998. Вып. 2. С. 114—120.
18. Абаев В.И. За родную речь // Избранные труды. Общее и сравнительное языкознание. Владикавказ: Ир, 1995. Том 2. С. 294—296.
19. Газ // «Коммерсантъ» от 21.03.2019.
20. Гамзатов Г.Г. Предисловие к книге «Дагестанские языки». М., 2000.
21. Габуниа З., Гусман Тирадо Р. Малочисленные языки в третьем тысячелетии и процессы глобализации. Владикавказ: ИПО СОИГСИ, 2010.
22. Халидов А.И. Языки и народы Кавказа: вопросы истории и типологии, социо-, этно- и эколингвистики. Махачкала: АЛЕФ, 2019.
23. Краус Й. К общим проблемам социолингвистики // Вопросы языкознания. 1974. № 4. С. 27—36.

References

1. Besolova, E.B. (2000). Once again about the native language — the factor of the unity of the nation. *Izvestiya SOIGSI*, 36, 91—103. (In Russ.).
2. Besolova, E.B. & Zangieva, Z.N. (2019). On the problems of the North Caucasian languages in the era of globalization. In: *Language and Literature in the Educational and Cultural Space of the South of Russia and the Caucasus Proceedings of the Second International Scientific and Practical Conference, November 22—24, 2019 (Grozny)*. Grozny: Publishing house of ChGPU. (In Russ.).
3. Retsker, Ya.I. (2007). *Translation theory and translation practice. Essays on the linguistic theory of translation*. Moscow: R. Valent. (In Russ.).
4. Hymes, D.H. (1975). Ethnography of speech. In: *New in linguistics. Sociolinguistics*. Issue VII. Moscow: Progress. pp. 42—95. (In Russ.).
5. Mamardashvili, M.K. (1990). *As I understand philosophy ...* Moscow: Progress. (In Russ.).
6. Sapir, E. (1993). *Selected works on linguistics and cultural studies*. Moscow: Progress. (In Russ.).
7. Komlev, N. (1998). Will the language bring to Kiev? The fate of the language and social union. *Book Review*, 35, 9. (In Russ.).

8. Dzagurov, G.A. (1926). A program for collecting materials on the Ossetian language and oral folklore of folk literature. Vladikavkaz. (In Russ.).
9. Uslar, P.K. (1870). On the spread of literacy among the highlanders. In: *Collection of information about the Caucasian highlanders*. Iss. III. Tiflis. pp. 1—30. (In Russ.).
10. Magomedov, M.I. (2010). *Russian language in multilingual Dagestan: Functional characteristics*. Moscow: Nauka. (In Russ.).
11. Burykin, A.A. (2007). *Actual problems of sociolinguistics*. Yakutsk: IGI AN RS (Y). (In Russ.).
12. Abaev, V.I. (1977). The value of areal contacts in the history of language. In: *Materials of the fifth regional scientific session on the historical and comparative study of the Iberian-Caucasian languages*. Ordzhonikidze. pp. 5—9. (In Russ.).
13. Likhachev, D.S. (1985). The past is for the future. In: *Articles and essays*. Leningrad: Nauka. (In Russ.).
14. Chukovsky, K.I. (1990). Diary (1918—1923). *Novyj mir*, 7, 140—177. (In Russ.).
15. *National composition of the population of the Republic of North Ossetia-Alania* (according to the 2010 All-Union Population Census). URL: <http://www.kavkaz-uzel.eu/articles/220747/> (accessed 10.05.2021). (In Russ.).
16. Cherchesov, A.G. (1998). “A land the size of a postage stamp” in the context of a “global village”. *Vestnik Instituta civilizacii*, 1, 129—137. (In Russ.).
17. Litvin, F.A. (1998). Why noise? (Does the Russian language really need urgent rescue measures today). *Language and communication: study and teaching*, 2, 114—120. (In Russ.).
18. Abaev, V.I. (1995). For native speech. In: *Selected Works. General and Comparative Linguistics*. Vol. 2. Vladikavkaz: Ir. pp. 294—296. (In Russ.).
19. *Gas. Kommersant*, 21.03.2019. (In Russ.).
20. Gamzatov, G.G. (2000). *Preface to the book “Dagestan languages”*. (In Russ.).
21. Gabunia, Z. & Guzman, Tirado R. (2010). Small languages in the third millennium and the processes of globalization. Vladikavkaz: IPO SOIGSI. (In Russ.).
22. Khalidov, A.I. (2019). *Languages and peoples of the Caucasus: questions of history and typology, socio-, ethno- and ecolinguistics*. Makhachkala: ALEF. (In Russ.).
23. Kraus, J. (1974). To general problems of sociolinguistics. *Voprosy jazykoznanija*, 4, 27—36. (In Russ.).

Сведения об авторах:

Бесолова Елена Бутусовна, доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, заведующий отделом осетинского языкознания Северо-Осетинского института гуманитарных и социальных исследований им. В.И. Абаева — филиала ФГБУН федерального научного центра «Владикавказский научный центр РАН». *Научные интересы*: этнолингвистика; мифология; эпос; фольклор; лингвокультура; этнокультура; теория языка; этнография; религиоведение; *e-mail*: elenabesolova@mail.ru ORCID: 0000-0003-0157-9993. eLIBRARY SPIN-код: 6369-6729

Закаева Белла Константиновна, старший преподаватель кафедры иностранных языков Северо-кавказского горно-металлургического института (Государственного технологического университета). *Научные интересы*: методы преподавания русского языка как иностранного, этнолингвистика, миноритарные языки; *e-mail*: zblbella@yahoo.com ORCID: 0000-0002-6181-5882. e-LIBRARY SPIN-код: 5261-2903.

Джигоева Варвилина Павловна, доцент кафедры английского языка Юго-Осетинского государственного университета им. А.А. Тибилова. *Научные интересы*: когнитивная лингвистика, политическая лингвистика лингвоконцептология, общие вопросы терминоведения. *e-mail*: jjo.varvilina@mail.ru ORCID: 0000-0002-6341-744X. e-LIBRARY SPIN-код: 7301-2785.

Денисенко Анастасия Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка № 4 Института русского языка Российского университета дружбы народов. *Научные интересы*: методы преподавания русского языка как иностранного с применением

информационных технологий, дистанционное обучение, межкультурная коммуникация. *e-mail*: denisenko-av@rudn.ru ORCID: 0000-0002-0222-5460. eLIBRARY SPIN-код: 9567-3407.

Калинина Юлия Михайловна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка № 4 Института русского языка Российского университета дружбы народов. *Научные интересы*: методы преподавания русского языка как иностранного с применением информационных технологий, филологический анализ текста, межкультурная коммуникация. *e-mail*: kalinina-yum@rudn.ru ORCID: 0000-0002-7185-9360. eLIBRARY SPIN-код: 5499-2670.

Information about the authors:

Elena B. Besolova, Doctor of philological sciences, Professor, Head of the Ossetian Linguistics Department, North Ossetian Institute for Humanitarian and Social Studies named after V.I. Abaev — the branch of the Federal State Budgetary Scientific Institution of the Federal Scientific Center “Vladikavkaz Scientific Center of the Russian Academy of Sciences”. *Research interests*: ethnolinguistics, mythology, epos, folklore, cultural linguistics, ethnocultural studies, theoretical linguistics, ethnic studies, religious studies. *e-mail*: elenabesolova@mail.ru ORCID: 0000-0003-0157-9993. eLIBRARY SPIN-code: 6369-6729.

Bella K. Zakaeva, Senior Lecturer at the Foreign languages department of North-Caucasian Institute of Mining and Metallurgy (State Technological University). *Research interests*: methods of teaching Russian as a foreign language, ethnolinguistics, minority languages; *e-mail*: zblbella@yahoo.com ORCID: 0000-0002-6181-5882. e-LIBRARY SPIN-code: 5261-2903.

Varvilina P. Dzhioeva, Associate Professor of the English Language Department, South Ossetia State University named after A.A. Tibilov. *Research interests*: cognitive linguistics, political linguistics, linguoconceptology, terminology; *e-mail*: jio.varvilina@mail.ru ORCID: 0000-0002-6341-744X. e-LIBRARY SPIN-code: 7301-2785.

Anastasia V. Denisenko, PhD, Associate Professor of the Russian language department #4 of Russian Language Institute of the Peoples’ Friendship University of Russia. *Research interests*: methods of teaching Russian as a foreign language by means of IT, e-learning, intercultural communication; *e-mail*: denisenko-av@rudn.ru ORCID: 0000-0002-0222-5460. SPIN-code: 9567-3407.

Julia M. Kalinina, PhD, Senior Lecturer of the Russian language department #4 of Russian Language Institute of the Peoples’ Friendship University of Russia. *Research interests*: methods of teaching Russian as a foreign language by means of IT, philological analysis of the text, intercultural communication; *e-mail*: kalinina-yum@rudn.ru ORCID: 0000-0002-7185-9360. eLIBRARY SPIN-code: 5499-2670.



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1260-1275

УДК [811.161.1+811.134.281]’34:316.77

Научная статья / Research article

Использование фонологического подхода при описании вокалической системы русского языка в условиях русско-испанского языкового контакта

В.В. Бондарева 

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ bondareva-vv@rudn.ru

Аннотация. Настоящая статья посвящена описанию вокалических систем разных языков с учетом функционального подхода, основываясь на объективной языковой действительности. На сегодняшний день традиционный подход, используемый учеными-исследователями, постепенно утрачивает способность выявлять эффективные модели фонетико-фонологической системы языка, что значительно отражается на продуктивности и результатах исследований. Стремительное развитие новых направлений науки, эволюция языковой системы и всех её подуровней говорит о необходимости корректировки традиционных принципов описания фонетико-фонологических систем разных языков и предъявляет особые требования к актуальности, продуктивности, адекватности и соответствию таких описаний объективной реальности. В статье приводится анализ системы гласных звуков с фонологической точки зрения — общая классификация гласных звуков через призму фонологической систематики смыслоразличительных оппозиций — с учётом артикуляционной базы языка и современной орфоэпической нормы, также учитываются их изменения в потоке речи, неразрывная связь с консонантизмом и просодической организацией слова. Данная система является более продуктивной и актуальна для решения задач современного языкознания. Апробация вокалической системы русского языка, полученной в рамках скорректированного подхода к описанию систем, проводится в условиях языкового контакта, поскольку проблемы языкового контакта взаимосвязаны с основными задачами теории языка в рамках сравнительно-исторического описания и сопоставления языков. Фонетическая интерференция вместе с иностранным акцентом являются следствием контакта родного и изучаемого языков. Именно фонетическая интерференция, являясь неотъемлемой частью языкового контакта, становится причиной нарушения звуковой стороны языка инофонов. Проанализировав описания вокалических систем испанского и русского языков, выполненных в рамках скорректированного функционального подхода, можно выделить основные черты испанского акцента при произношении русских гласных звуков, а анализ практического материала подтверждает все выделенные черты и демонстрирует высокую эффективность вышеописанного подхода. Результаты настоящей работы могут быть использованы в различных теоретических курсах, а также для создания систем автоматического синтеза и распознавания речи.

Ключевые слова: фонология, функциональный подход, вокализм, артикуляционная база, русский язык, испанский язык, языковой контакт, фонетическая интерференция, акцент

© Бондарева В.В., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи:

Дата поступления: 01.03.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Бондарева В.В. Использование фонологического подхода при описании вокалической системы русского языка в условиях русско-испанского языкового контакта // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1260—1275. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1260-1275

UDC [811.161.1+811.134.281]34:316.77

Using the Phonological Approach to Describe the Vocal System of the Russian Language in the Context of Russian-Spanish Language Contact

Veronika V. Bondareva 

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN university),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198

✉ bondareva-vv@rudn.ru

Abstract. The article is devoted to the description of the vocal systems of different languages, considering the functional approach, based on the objective linguistic reality. Today the traditional approach used by research scientists is gradually losing the ability to identify effective models of the phonetic-phonological system of the language, which significantly affects the productivity and research results. The rapid development of new directions of science, the evolution of the language system and all its sublevels indicates the need to adjust the traditional principles of describing phonetic-phonological systems of different languages and imposes special requirements on the relevance, productivity, adequacy and compliance of such descriptions with objective reality. The article analyzes the system of vowels from a phonological point of view — a general classification of vowels through the prism of phonological systematics of meaningful oppositions — considering the articulatory base of the language and the modern orthoepic norm, their changes in the flow of speech, an inextricable connection with consonantism and the prosodic organization of the word. This system is more productive and relevant for solving the problems of modern linguistics. The approbation of the vocal system of the Russian language, obtained within the framework of the corrected approach to the description of systems, is carried out in conditions of language contact, since the problems of language contact are interconnected with the main tasks of the theory of language in the framework of the comparative historical description and comparison of languages. Phonetic interference, together with a foreign accent, is a consequence of the contact between the native language and the target language. Phonetic interference, being an integral part of linguistic contact, causes a violation of the sound side of the language of foreigners. After analyzing the descriptions of the vocal systems of the Spanish and Russian languages, made within the framework of the adjusted functional approach, it is possible to highlight the main features of the Spanish accent in the pronunciation of Russian vowel sounds, and the analysis of the practical material confirms all the selected features and demonstrates the high efficiency of the above approach. The results of this work can be used in various theoretical courses, as well as to create systems for automatic synthesis and speech recognition.

Keywords: phonology, functional approach, vocalism, articulation base, Russian language, Spanish language, language contact, phonetic interference, accent

Article history:

Received: 01.03.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Bondareva, V.V. (2021). Using the Phonological Approach to Describe the Vocal System of the Russian Language in the Context of Russian-Spanish Language Contact. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1260—1275. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1260-1275

Введение

Безусловно, опыт исследователей дает четкое представление об истории становления современной фонетической системы русского языка, как в общих, так и частных её чертах. Тем не менее, развитие новых направлений языкознания, особенно в области сопоставительно-типологического изучения языков, диктует переоценку и совершенствование принципов описания фонетико-фонологических систем разных языков и предъявляет особые требования к актуальности, продуктивности, адекватности и соответствию таких описаний объективной реальности. Отсюда следует цель настоящей статьи — скорректировать модель описания вокалических систем с учётом функционального подхода, основываясь на объективной языковой действительности, и провести апробацию настоящей модели в условиях языкового контакта. Для этого необходимо к существующим традиционным критериям и принципам фонологического описания фонетической системы языка (вокализма в нашем случае) приложить данные практического применения данной модели в условиях языкового контакта (на примере испанского языка).

Основоположителем функционального подхода к описанию фонетической системы языка является И.А. Бодуэн де Куртенэ [1. С. 353—361]. Значительный вклад в развитие фонематического подхода к анализу фонетических систем внесли Н.С. Трубецкой (разработанная им система фонологических смыслоразличительных оппозиций используется для классификации звуков) [2]; Р.О. Яковсон [3. С. 92—104]; Н.Ф. Яковлев [4]. При традиционном подходе принято выделять три вида смыслоразличительных оппозиций: вокалические — определяются мерой раскрытия рта (характеристика гласного по подъёму), местом артикуляции (характеристика гласных по ряду, характеристика гласных по наличию / отсутствию лабиализации) и подключение дополнительной полости, в большинстве случаев имеется в виду носовая полость (характеристика гласных по наличию / отсутствию назализации), консонантные и просодические.

Рассматривая традиционную классификацию гласных звуков, необходимо помнить, что с акустической точки зрения гласный звук представляет собой музыкальный тон. Шум в нём либо отсутствует, либо присутствует в незначительном количестве. Гласные различаются исходя из их тембра, или качества. Тембр, или качество, гласного звука основывается на форме и объёме двух резонаторов: носового и ротового, и их соотношении. Данные

параметры связаны с работой активных речевых органов, к которым принадлежат язык, мягкое нёбо и губы. Язык представляет собой наиболее подвижный орган. Когда он движется в полости рта, меняется форма резонатора: степень открытости гласного звука, или его характеристика по подъёму, зависит от вертикального движения языка в полости рта, а горизонтальное движение определяет ряд гласного звука. Необходимо отметить, что артикуляционный аппарат человека устроен так, что идеального соотношения между характеристиками по ряду не бывает, гласные могут продвигаться как вперёд, так и назад.

Итак, по степени подъёма языка гласные звуки делят на гласные верхнего, нижнего и среднего подъёма. Данная классификация звуков по подъёму традиционно считается наиболее универсальной, поскольку она характерна для большинства вокалических систем в различных языках мира. Однако система может либо упрощаться, либо усложняться за счёт наличия большого количества гласных звуков. При характеристике гласных звуков по ряду также выделяют три степени продвинутости языка и, соответственно, три типа гласных: гласные переднего, смешанного и заднего рядов. Подобно классификации по подъёму, возможно сокращение классификации гласных по ряду до оппозиции «передние / задние гласные», а также увеличение количества промежуточных рядов. Третья артикуляционная характеристика гласных связана с работой губ. Губы округляются и выдвигаются вперёд, при этом меняется форма, объём передней части ротового резонатора и размер выходного отверстия. В связи с наличием или отсутствием работы губ гласные делят на огубленные / лабиализованные и неогубленные / нелабиализованные.

Описанные выше три артикуляционные характеристики гласных звуков считаются основными, присущими большинству вокалических систем. К наиболее распространённым дополнительным артикуляционным характеристикам относится работа мягкого нёба, открывающего или закрывающего дополнительный носовой резонатор. Гласные, образующиеся при участии носовой полости, называются носовыми; гласные, при образовании которых задействован носовой резонатор, называются ротовыми.

При фонологическом подходе к описанию гласных выделяется особое с артикуляционной точки зрения явление сочетания двух (или более) гласных, которые составляют один слог. Дифтонг — сочетание двух гласных, которое составляет один слог [5. С. 239]; трифтонг — это сочетание трёх гласных, которое составляет один слог [6. С. 4795]. Необходимо отметить, что определение фонематического статуса дифтонга (трифтонга) и его наличия / отсутствия будет справедливо только для каждого конкретного языка [5. С. 243].

Классические принципы описания фонетической системы

Описание фонетической системы любого языка должно учитывать функциональный аспект, т.е. должно быть сделано с фонологической точки зрения. Традиционные критерии и принципы такого описания выделил А.А. Реформатский в своей работе «Фонология на службе обучения произношению неродного языка» [7. С. 512—513]. Развитие современной науки позволяет

дополнить эти принципы и определить собственный подход к описанию фонологической системы:

1) фонемы рассматриваются как единое целое (а не отдельные звуки безотносительно их взаимной противопоставленности и / или связанности) — принцип системности языка;

2) учитываются позиционные и комбинаторные изменения фонем (аллофоны, или модификации фонем), происходящие в результате попадания этих фонем в разные позиции относительно других звуков (соседство звуков друг с другом, их позиция относительно ударения) — принцип упорядоченности;

3) учитываются ударение, ритмика и интонация — принцип относительности;

4) рассматривается описание артикуляционной базы языка;

5) учитывается состояние современной орфоэпической нормы;

6) необходимо ориентироваться на реального, а не идеального говорящего.

Вопрос классификации русских гласных до сих пор вызывает дискуссии, что объясняется разной интерпретацией имеющихся данных. Описание вокалической системы русского языка осложняется тем, что для отечественного языкознания характерно наличие двух основополагающих направлений — Московская фонологическая школа и Ленинградская (Щербовская) фонологическая школа, которые имеют различные взгляды на фонему и фонологическую систему в целом. Тем не менее все классификации системы русского вокализма, представленные исследователями МФШ и ЩФШ, не отражают в полной мере основные свойства русской артикуляционной базы: наличие двух основополагающих укладов органов речи (твёрдо-задний и мягко-передний) и синхронная работа языка и губ [8. С. 92]. В настоящей работе наиболее приемлемым считается представление системы в работах И.М. Логиновой, разработанной на основе классификации гласных Л.Л. Буланина: здесь учитываются не только артикуляционные характеристики гласных, но и их сочетаемостные свойства: сочетание передних гласных с предшествующими мягкими согласными, а непредних гласных — с предшествующими твёрдыми — принцип системности языка (см. таблицу 1) [8. С. 94]:

Таблица 1 / Table 1

Система ударных гласных русского языка (по И.М. Логиновой)
The system of stressed vowels of the Russian language (by I.M. Loginova)

Ряд		Передние	Непередние	
Подъём		нелабиализованные		лабиализованные
верхние		и	ы	у
неверхние	средние	е	э	о
	нижние	а		

Следует также учитывать изменение русских гласных в потоке речи под влиянием разных причин — принцип упорядоченности. Все изменения гласных звуков в потоке речи делятся на два типа: позиционные и комбинаторные.

Позиционные изменения русских гласных связаны с природой ударения и редуцией, а комбинаторные называются аккомодацией и зависят, главным образом, от соседства с твёрдыми или мягкими согласными [9. С. 950—951].

Изменение русских гласных в потоке речи тесно связано с особенностями изменяющейся русской орфоэпической нормы. Отличительной чертой русской орфоэпии на протяжении долгого времени являлось наличие двух основных вариантов произношения: московского и петербургского (ленинградского). Это вызвало проблему орфоэпической нормы, поскольку в языке имелась не одна реализация определённых единиц, т.е. вариативность произношения. Развитие системы языка, затрагивающее все подуровни, и изменение орфоэпических норм привели к упрощению системы русского безударного вокализма, что, к сожалению, не отражено в большинстве современных учебников по теоретической фонетике русского языка.

Традиционная система безударного вокализма практически не имеет исключений, но, тем не менее, экспериментальные исследования Л.В. Бондарко [10] и Л.А. Вербицкой [11; 12] доказали, что традиционное представление системы безударного вокализма свойственно лишь при произнесении гласных в изолированных словах и в идеальных условиях (полный стиль речи [13. С. 208], произношение с ярко выраженной или утрированной артикуляцией, отсутствие дефектов речи, связанных с нарушением работы речевого аппарата). В условиях же связного текста традиционная реализация гласных возможна лишь в том случае, если слово находится под фразовым ударением, т.е. система отражает тенденции языковой системы, а не реализацию звуков в потоке речи [8. С. 100]. В потоке речи характеристики, отражённые в традиционной системе безударного вокализма, реализуются частично, это определяется отличительными чертами разговорного стиля речи — спонтанность, непринуждённость, некая небрежность — и орфоэпическими нормами, присущими языковой системе на данный момент.

Обобщив экспериментальные данные, можно сделать вывод, что количество реализаций гласных звуков, которые слышатся и произносятся в некоторых позициях, заметно сокращается. Теперь двуступенчатая качественная редуция для большинства гласных (кроме гласных [а] и [о]) сводится к одноступенчатому противопоставлению ударных и безударных [14. С. 155—156].

При реализации русских гласных в потоке речи необходимо учитывать характеристику окружающих согласных по твёрдости / мягкости, поскольку во многих позициях гласные фонемы русского языка представляют собой либо дифтонгоиды, либо трифтонгоиды [8. С. 120]. Когда гласная фонема переднего ряда стоит между мягкими согласными или, наоборот, гласная фонема переднего ряда стоит между твёрдыми согласными, такие гласные получают гласные призвуки различного характера, которые могут находиться перед фонемой, после неё или в обеих этих позициях. Данные призвуки показывают нам качество стоящего рядом (перед и / или после) согласного звука.

Таким образом, русский вокализм представляет собой сложную систему, которая «основана на игре двух резких противопоставлений: противопоставления

ударяемых гласных безударным и противопоставления мягких согласных твёрдым» [15. С. 128]. Исходя из этого, можно выделить два явления в области русского вокализма, которые играют важную роль в фонетической организации русского слова, — это аккомодация (зависит от твёрдости/мягкости согласных) и редукция (результат словесного удара — количественно-качественного, в сопровождении интенсивности).

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что необходимо рассматривать современный русский язык как реальную данность, поэтому в ходе анализа был выработан и теоретически оправдан собственный подход, основанный на разнице в характере конкретного материала.

Русский вокализм в условиях языкового контакта

Оценить систему русского вокализма, скорректированную с учётом функционального подхода и основываясь на объективной языковой действительности, наиболее целесообразно в условиях языкового контакта. Суть языкового контакта заключается в том, что два или более языка контактируют друг с другом, поскольку их использует в общении один и тот же человек или коллектив людей [16. С. 56]. Вопросы языкового контакта, по мнению И.А. Бодуэна де Куртенэ, коррелируют с основными задачами теории языка в рамках сравнительно-исторического описания и сопоставления языков. Следствием языкового контакта является интерференция — система отклонений от норм любого из языков в речи людей, знающих более одного языка [17. С. 22]. Механизм интерференции работает за счёт различий в операционной структуре контактирующих языков: во время процесса речепорождения при выборе языковых единиц неродного языка проявляются языковые единицы и правила родного языка, что приводит к наложению системы родного языка на систему неродного языка.

Интерференция охватывает все уровни языка, в том числе фонетический. Фонетическая интерференция, являясь неотъемлемой частью языкового контакта, становится причиной нарушения звуковой стороны языка. Именно поэтому её необходимо прогнозировать с целью предупреждения иностранного акцента в речи инофонов [18. С. 23].

Чтобы понять механизм интерференции, необходимо рассмотреть состав и принципы работы фонационно-артикуляторного аппарата. Акт коммуникации человека состоит из нескольких компонентов (звук; слух; структуры и процессы мозга, интерпретирующие сообщения; поведение, порождающее звуки [19. С. 609]), основным из которых считается звучащая речь. Вышперечисленные компоненты образуют единый фонационно-артикуляторный аппарат, состоящий из артикуляционной базы и речевого слуха, работа которых направлена на восприятие и создание человеком определённых звуковых рядов и определяется системой языка, являясь, таким образом, организатором потока звучащей речи. Остановимся более подробно на этих двух компонентах фонационно-артикуляторного аппарата.

Артикуляционная база — это система артикуляционных укладов, положений и движений артикуляционных органов, которые обеспечивают нормативное произношение в речи на данном языке. Рассматривая данное понятие, некоторые учёные ошибочно полагают, что это некая врождённая характеристика определённой расы или национальности. Однако с анатомо-физиологической точки зрения органы произношения у всех людей устроены одинаково, в данном случае различия в устройстве речепроизносительных органов носят исключительно социальный характер, являясь результатом некой языковой традиции [5. С. 80]. Важным моментом является определение пассивных и активных органов речи, участвующих в установлении различительных признаков звуков этого самого языка.

Зачастую интерференция возникает благодаря использованию произносительных навыков неродного языка на артикуляционной базе родного языка, также она может быть следствием некорректно усвоенных этих произносительных навыков в ходе обучения.

Опираясь на тезис А.А. Реформатского «...артикуляция и слуховой эффект образуют неразрывное единство...» [7. С. 506], необходимо рассмотреть понятие речевого слуха и его фонологичность в рамках фонетической интерференции. Специфика речевого слуха заключается в том, что навыки «слушания» и «слышания» [7. С. 508], которыми располагает человек, различны в разных языках. Все явления звучащей иностранной речи воспринимаются человеком с опорой на фонологическую систему родного языка. Об этом писал Е.Д. Поливанов [20. С. 79—96], С.И. Бернштейн [21. С. 5—49] и другие исследователи. Опираясь на исследования этих учёных, можно сделать вывод, что основным условием успешного овладения иностранным языком является сознательный «отказ» от родного языка. Именно опора на родной язык, поиск мнимых совпадений и создание на основе этих совпадений двусторонних моделей и формул приводит к некорректному усвоению фонетического материала и созданию в сознании иностранного индивида системы отклонений от норм языка. В целях предотвращения возникновения такой системы необходимо создать единство фонетических категорий, которое обеспечит осмысленность системности этих категорий и поможет распознать их истинную и мнимую важность.

Все фонетические нарушения системы иностранного языка в практическом общении двуязычных индивидов, объединённые в одну целостную систему, называются иностранным акцентом. Каждая система акцента характеризуется определёнными признаками, поскольку родной язык имеет свою артикуляционную базу, которая накладывает отпечаток на вторичную и последующие усваиваемые языковые системы. Изучение акцентов сегодня весьма актуально, поскольку нарушения в речи на неродном языке зачастую усложняют общение, делают его малопонятным и комичным (не всегда в пользу говорящего).

Изучая иностранный акцент, принято использовать два основных метода:

1. сопоставление фонетических систем языков, находящихся в контакте, и прогнозирование трудностей (нарушений) на основе этого сопоставления [22. С. 40];

2. исследование реальных акцентов и их объективный экспериментальный анализ [23; 24].

Таким образом, обеспечивается комплексный подход: теоретический анализ и подкрепление практическими данными, что даёт возможность наиболее полно описать интерференцию и, в дальнейшем, рассмотреть возможные способы её предупреждения и коррекции.

Все нарушения вокалической системы иностранного индивидуума можно разделить на нарушения, связанные с типологическими и фонологическими особенностями родного языка (межъязыковая интерференция); и нарушения, связанные с типологическими и фонологическими особенностями и уникальными чертами изучаемого языка (внутриязыковая интерференция). Первый тип нарушений будет характерен для носителей одного и того же языка, второй — для всех иностранцев, изучающих данный иностранный язык, в силу специфики его артикуляций.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что исследование признаков фонетической интерференции и её влияния на качество неродной речи двуязычного индивида представляет собой огромный интерес, как теоретический, так и практический [16. С. 59].

Фонетическая интерференция и иностранный акцент являются наиболее ярким проявлением контакта родного и изучаемого языков. Поэтому сопоставительный фонематический анализ инвентаря фонем, их взаимоотношения и взаимосвязанность в двух языковых системах, а также сопоставление артикуляционных баз языков позволяет выявить различия, которые приводят к нарушениям в речи инофонов, позволяют установить типичные черты различных акцентов.

Система вокализма классического варианта современного испанского языка (*Español estandar*) содержит пять гласных фонем, различающихся по ряду, степени подъёма и лабиализованности [25]:

Таблица 2 / Table 2

**Система вокализма классического варианта испанского языка
The system of vocalism of the classical version of Spanish language**

Ряд	Передние гласные	Центральные гласные	Задние гласные
Лабиализация	Нелабиализованные гласные		Лабиализованные гласные
Подъём			
Высокие	і		и
Средние	е		о
Низкие		а	

Рассматривая систему вокализма испанского языка, можно отметить следующие специфические черты:

1. испанский язык считается языком вокалического типа — гласные составляют 46,23% всего звукового состава испанского языка [26. С. 5—30];

2. неразличение ударного и безударного вокализма — отсутствие редукции;

3. несмотря на то, что испанские фонемы имеют различные аллофоны (более открытые / более закрытые, ослабленные), в потоке речи их качество практически не отличается от соответствующих фонем;

4. испанский язык располагает значительным количеством дифтонгов и определённым количеством трифтонгов. Несмотря на то, что мнения учёных относительно фонологического статуса испанских дифтонгов и трифтонгов расходятся, считается, что рассматривать дифтонги и трифтонги необходимо как полифонемные единицы, несмотря на их акустическую спаянность;

5. в сочетании с носовыми согласными испанские гласные приобретают дополнительную носовую артикуляцию, однако смыслоразличительной функции она не выполняет;

6. наличие начального опорного гласного звука перед группой согласных для удобства произношения.

Благодаря анализу вокалических систем испанского и русского языков, выполненного в рамках собственного функционального подхода, теоретически можно выделить основные черты испанского акцента при произношении русских гласных:

а) отсутствие гласной фонемы [ы] приводит к неразличению оппозиции [и] — [ы];

б) отсутствие аккомодации приводит к неразличению гласных по ряду вместе с нарушением консонантной категории твёрдости—мягкости или вставке дополнительных гласных;

в) отсутствие дифтонгоидности гласных приводит к нарушению ритмики слова и неразличению последовательностей с /j-ɨ-й-и-и-и/;

г) отсутствие редукции приводит не только к речевым нарушениям, но и орфографическим ошибкам;

д) вокалический тип испанского языка обуславливает разрушение консонантных сочетаний вставкой дополнительного или начального опорного гласного, что приводит к нарушению ритмики слова;

е) назализация русских гласных, когда гласный звук находится в позиции перед носовым согласным или между двумя носовыми согласными.

Рассмотрим примеры.

Отсутствие в большинстве языков гласной фонемы [ы] обуславливает неразличение гласных [и] и [ы] в ударной и безударных позициях. Это нарушение возникает у большинства инофонов: *мы* — [м'и] ([мы] — здесь и далее в скобках дан правильный вариант транскрипции слова), *были* — [б'ил'и] ([был'и]), *музыканты* — [муз'икант'и] ([музык'анты]), *выдавала* — [в'ид'л'а] ([выд'л'а]), *плыла* — [пл'ил'а] ([плыл'а]), *по выходным* — [п'эв'их'л'дн'им] ([п'эвы'х'л'дн'им]), *выдержат* — [в'ид'ирж'ят] ([выд'ирж'ят]), *выходили* — [в'их'л'д'ил'и] ([вы'х'л'д'ил'и]).

Аккомодация русских гласных позволяет говорить о двух укладах органов речи (мягко-переднем и твёрдо-заднем) при реализации русских гласных, а также объясняет их дифтонгоидный характер. Данное явление отсутствует в испанском языке. Неразличение гласных по ряду происходит и в ударных, и в безударных позициях. В русском языке такого рода изменения, как правило, являются значимыми: ср. *быть* — *бить*, *пыл* — *пил* и т.д. У многих иностранцев — носителей испанского языка, изучающих русский язык, наблюдается тенденция замены передних ударных гласных непредними вместе с нарушением консонантной категории твёрдости-мягкости: *часть* — [ч'асть] ([ч'асть]), *дяди* — [д'ад'и] ([д'ад'и]), *тёти* — [т'от'и] ([т'от'и]), *соседи* — [сЛс'эд'и] ([сЛс'эд'и]), *люди* — [л'юд'и] ([л'юд'и]), *с тюльпанами* — [ст'ул'пáньм'и] ([ст'ул'пáньм'и]), *наполняли* — [н'пЛлн'áл'и] ([н'пЛлн'áл'и]), *всякой* — [фс'áк'и] ([фс'áк'и]), *деньги* — [д'э́н'г'и] ([д'э́н'г'и]). Это связано с отсутствием в испанском языке категории твёрдости / мягкости согласных в том виде, в котором она присутствует в русском языке.

Мягкий согласный, предшествующий гласному, способствует формированию и-образного призвука, характерного для всех гласных переднего ряда в позиции перед мягкой согласной. В речи носителей русского языка возникают так называемые дифтонгоиды и трифтонгоиды. Для носителя русского языка этот призвук незначителен. Иностранцам инофонам он может казаться интенсивнее, они добавляют ещё один полноценный гласный звук в слово, а поскольку дифтонгов в русском языке нет, это приводит к нарушениям в ритмике слова. Особенно часто данное нарушение возникает при произношении безударных гласных: *рюкзаками* — [р'иу́гзЛкáм'и] ([р'у́гзЛкáм'и]), *деревню* — [д'ир'э́вн'иу] ([д'ир'э́вн'у]), *любимый* — [л'иуб'и́мы] ([л'у́б'и́мы]), *наблюдать* — [н'бл'иудáт'] ([н'бл'удáт']), *революционер* — [р'ив'ъл'иу́цыЛн'эр] ([р'ив'ъл'у́цыЛн'эр]), *тётю* — [т'от'иу] ([т'от'у]). Однако носители испанского языка делят таким образом и ударные гласные: *актёры* — [Лкт'ио́ры] ([Лкт'о́ры]), *себя* — [с'иб'иá] ([с'иб'á]), *гулять* — [гул'иáт'] ([гул'áт']), *спрятаны* — [спр'иáтъны] ([спр'áтъны]), *меня* — [м'ин'иá] ([м'ин'á]), *деревню* — [д'ир'иэ́вн'у] ([д'ир'э́вн'у]) *костюм* — [кЛст'и́ум] ([кЛст'у́м]). Это объясняется наличием в испанском языке большого количества дифтонгов с дифтонгообразующей [i]: *pie* — [píe], *cielo* — [θielo], *piano* — [píano], *acción* — [acθi'jon].

Звуковые последовательности с согласным [j'] и его аллофонами /j-й-и-и/ вызывают большие трудности у всех изучающих русский язык вследствие фонетико-графической интерференции и неразличения этих звуков в разных частях слова. Наблюдается типичное нарушение произносительной нормы, обусловленное фонетико-графической интерференцией. Отсутствие в большинстве языков по сравнению с русским многообразия аллофонов фонемы [j'] в потоке речи /j-й-и-и-и/ и совпадающие в материальном плане формы заударных флексий приводят к многочисленным нарушениям: *в июне* — [i'ýн'и] ([и'ýн'и]), *в июле* — [i'ýл'и] ([и'ýл'и]), *серьёзных* — [с'ир'ио́зных] ([с'ир'и'о́зных]), *своего* — [свЛ'и'вó] ([свЛ'и'вó]), *пытаясь* — [пытáй'Лс']

([пыта́й Δ с']), гуляющий — [гул'áй'үщи^н] ([гул'áй'үщи^н]), мужей — [мужэ́и] ([мужэ́и]), неизменный — [н'иизм'ённыи] ([н'иизм'ённы^н]), активный — [Акт'ívныи] ([Акт'ívны^н]), шумный — [шүмныи] ([шүмны^н]).

Необходимо отметить, что рассмотренные выше нарушения можно назвать общими, поскольку они связаны, в первую очередь, со спецификой русского вокализма, и только потом на эту специфику накладывается ещё и система родного языка.

Далее необходимо рассмотреть те отклонения от произносительной нормы, которые характерны для носителей конкретного языка, например, испанского. Такие нарушения можно назвать национальными, или частными — на их появление в речи иностранцев влияет, в первую очередь, специфическое и типическое для их родного языка.

Редукция не характерна для испанского языка, поэтому испаноговорящие инофоны зачастую произносят слова «как видят»: особенностью испанского вокализма является сохранение артикуляционных качеств гласных в любой позиции, даже безударных: *sosedi* — [сос'эд'и] ([с Δ с'эд'и]), *входили* — [фход'йл'и] ([фх Δ д'йл'и]), *выходили* — [выход'йл'и] ([вых Δ д'йл'и]), *с собой* — [ссобой] ([сс Δ бой]). *Совершенно* — [с Δ в'иршэн'ь] ([с Δ в'иршэн'ь]); *предположения* — [пр'итп Δ лжэн'и Δ] ([пр'итп Δ лжэн'и Δ]): замена позиционного аллофона [ь] гласных [а] и [о] второй степени редукции после твёрдого согласного аллофоном [Δ] первой степени редукции — более открытым и менее задним. В данном случае ритмика русского слова нарушается за счёт изменения длительности слогов — равнодлительные предупредные слоги не характерны для русского слова.

Назализация гласных в испанском языке считается дополнительной артикуляцией и не является дифференциальным признаком. Вследствие неплотного прижатия нёбной занавески к задней стенке глотки испаноговорящие студенты назализируют в той или иной степени гласные звуки, находящиеся перед конечным носовым согласным, или носовым согласным, за которым следует ещё один согласный звук: *капитан* — [кьп'итá'н] ([кьп'итá'н]), *фонтан* — [ф Δ нтá'н] ([ф Δ нтá'н]), *там* — [тá'м] ([тá'м]), *сумки* — [сү'мк'и] ([сү'мк'и]), *чем* — [ч'э'м] ([ч'э'м]), *банка* — [бá'нк Δ] ([бá'нк Δ]), *шумный* — [шү'мны^н] ([шү'мны^н]), *вагон* — [вЛгö'н] ([вЛгö'н]).

Гласные между двумя согласными становятся полностью назализованными: *самым* — [сáмы'м] ([сáмы'м]), *тюльпанам* — [т'ул'пáнь'м] ([т'ул'пáнь'м]), *нам* — [нá'м] ([нá'м]), *о нём* — [Лн'ö'м] ([Лн'ö'м]), *немка* — [н'э'мк Δ] ([н'э'мк Δ]), *романс* — [рЛмá'нс] ([рЛмá'нс]), *вагоном* — [вЛгöнь'м] ([вЛгöнь'м]). В позиции абсолютного начала, перед носовыми согласными гласный звук также подвергается назализации: *интернет* — [й'нтырн'эт] ([й'нтырн'эт]), *институт* — [й'нст'итүт] ([инст'итүт]), *амфора* — [á'мфър Δ] ([á'мфър Δ]).

В русском языке, который считается языком консонантического типа, встречаются сочетания согласных. Фонационно-артикуляционный аппарат русского человека привык к такому разбросу разноплановых явлений, однако

для иностранцев зачастую это представляет сложности. Испанский язык — язык вокалического типа, для таких языков не характерны сочетания согласных, которые часто встречаются в русском языке. Чтобы облегчить произнесение консонантных групп, испаноговорящие инофоны вставляют дополнительные гласные звуки, разбивая тем самым эти консонантные группы, при этом нарушается ритмика слова: *входили* — [в~~ы~~хЛд'йл'и] ([вхЛд'йл'и]), *пропустит* — [п~~ь~~р~~ь~~пуст'йт' / п~~ы~~р~~ы~~пуст'йт'] ([пр~~ь~~пуст'йт']), *где* — [г~~ь~~д'э / г~~ы~~д'э] ([гд'э]), *узнав* — [уз~~ь~~наф / уз~~ы~~наф] ([узнáф]), *напротив* — [нЛп~~ь~~рót'иф / нЛп~~ы~~рót'иф] ([нЛпрót'иф]), *растут* — [рЛс~~ь~~тút / рЛсытút] ([рЛстút]), *портреты* — [пЛр~~ь~~т~~ь~~р'эты / пЛр~~ы~~т~~ы~~р'эты] ([пЛртр'эты]), *отцы* — [Лт~~ь~~цы / Лт~~ы~~цы] ([Лтцы]), *каждый* — [кáж~~ь~~дыⁿ / кáж~~ы~~дыⁿ] ([кáждыⁿ]), *публику* — [пúб~~ь~~л'ику / пúб~~ы~~л'ику] / [пúбл'ику]. В случае, когда слово начинается с консонантной группы [с] + согласный / [ш] + согласный / [ч] + согласный, испаноговорящие инофоны добавляют перед такой консонантной группой опорный гласный для удобства произношения: *студенты* — [эстуд'энты] ([студ'энты]), *школьники* — [эшкóл'н'ик'и] ([шкóл'н'ик'и]), *что* — [эштó] ([штó]), *спрятаны* — [эспр'átьны] ([спр'átьны]).

Заключение

Таким образом, анализ системы гласных звуков с фонологической точки зрения — общая классификация гласных звуков через призму фонологической систематики смыслоразличительных оппозиций — с учётом артикуляционной базы языка и современной орфоэпической нормы является наиболее продуктивным и актуальным для решения задач современной лингвистики. Гласные рассматриваются не только как члены фонологической системы, но и как звуки, изменяющиеся в потоке речи и находящиеся в неразрывной связи с консонантной системой и просодической организацией слова; языки рассматриваются как реальная данность. С помощью контрастивного анализа вокалических систем, созданных с использованием функционального аспекта, выявляются основные черты различных акцентов в области русского вокализма в речи информантов—носителей разных языков, в нашем случае испанского. Результаты теоретического анализа подкрепляются примерами реальных нарушений в речи носителей иностранных языков.

Поскольку в настоящее время владение несколькими иностранными языками становится нормой для современных людей, возникает ситуация языкового контакта родного и изучаемого языка. Фонетическая интерференция вместе с иностранным акцентом являются следствием контакта родного и изучаемого языков.

Результаты настоящей работы могут быть использованы в различных теоретических курсах: общее языкознание, общая фонетика, теоретическая фонетика русского языка, методика преподавания русского языка как родного и как иностранного — а также для создания систем автоматического синтеза и для решения проблем, связанных с автоматическим распознаванием речи.

Библиографический список

1. *Бодуэн де Куртенэ И.А.* Избранные труды по общему языкознанию. Том 1. В 2-х томах. М.: Изд-во Академии наук СССР, 1963.
2. *Трубецкой Н.С.* Основы фонологии. М.: Аспект Пресс, 2000.
3. *Якобсон Р.* Избранные работы. М., 1985.
4. *Яковлев Н.Ф.* Математическая формула построения алфавита (опыт практического приложения лингвистической теории) // *Культура и письменность Востока*, кн. I. М., 1928. С. 41—64.
5. *Зиндер Л.Р.* Общая фонетика и избранные статьи: учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2007.
6. *Бондарко Л.В.* Трифтонг // *Лингвистический энциклопедический словарь*. М.: Большая российская энциклопедия, 2002.
7. *Реформатский А.А.* Из истории отечественной фонологии. М.: Наука, 1970.
8. *Логина И.М.* Описание фонетики русского языка как иностранного (вокализм и ударение): Монография. М.: РУДН, 1992.
9. *Бондарко Л.В.* Гласные // *Лингвистический энциклопедический словарь*. М.: Большая российская энциклопедия, 2002. С. 949—960.
10. *Бондарко Л.В.* Осциллографический анализ речи. Л.: Издательство Ленинградского университета, 1965.
11. *Вербицкая Л.А.* Звуковые единицы русской речи и их соотношение с оттенками и фонемами (на материале русских гласных): Дис. ... канд. филол. наук. Л., 1965.
12. *Вербицкая Л.А.* Современное русское литературное произношение (теоретические проблемы и экспериментальные данные): Дис. ... докт. филол. наук. Л., 1977.
13. *Лихтман Р.И.* К вопросу о произносительных стилях русского литературного языка // Сб. ст. к 80-летию М.В. Панова. М.: Языки славянской культуры, 2001. С. 197—210.
14. *Бондарко Л.В.* Звуковой строй современного русского языка. М.: Просвещение, 1977.
15. *Трубецкой Н.С.* Общеславянский элемент в русской культуре // *Вопросы языкознания*. 1990. № 3. С. 114—134.
16. *Малахова М.Г.* Актуальность исследования проблемы звуковой интерференции при обучении русскому произношению иностранных студентов в вузе // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2018. № 3 (110). С. 56—59.
17. *Вайнрайх У.* Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования. К: Вища школа, 1979.
18. *Будник Е.А., Логина И.М.* Аспекты исследования звуковой интерференции (на материале русско-португальского двуязычия). Монография. М.: МЭСИ, 2012.
19. *Бехтерева Н.П.* (ред.) Механизмы деятельности мозга человека. Часть I. Нейрофизиология человека. Л.: Наука, 1988.
20. *Polivanov E.* La perception des sons d'une langue étrangère // *Travaux du Cercle Linguistique de Prague*, 4: Réunion phonologique internationale tenue à Prague (18—21 Décembre 1930), Prague, 1931. pp. 79—96.
21. *Бернштейн С.И.* Вопросы фонетики и обучение произношению // *Вопросы фонетики и обучение произношению*. М.: Изд-во Московского ун-та, 1975. С. 5—49.
22. *Галева М.М.* О некоторых методах изучения иностранного акцента // *Фонетические исследования в целях обучения иностранных студентов русскому произношению*. М.: Изд-во УДН, 1977. С. 40—47.
23. *Georgiou G.P., Perfilieva N.V., Denisenko V.N., Novospasskaya, N.V.* Perceptual Realization of Greek Consonants by Russian Monolingual Speakers. *Speech Communication*, 2020. № 125. P. 7—14. DOI: 10.1016/J.SPECOM.2020.09.008
24. *Sawsan Askoul.* An acoustic analysis of the production of word-initial stop /p/ by late Arab bilinguals // *Training, Language and Culture*. 2017. № 4 (1). P. 68—83.
25. *Quilis A., Fernández Joseph A.* Curso de fonética y fonología españolas. Madrid, 1996.
26. *Navarro Tomas T.* Escala de frecuencia de los fonemas españoles // *Estudios de fonología española*. Syracuse, 1946. pp. 15—30.

References

1. Baudouin de Courtenay, J. (1963). *Selected Works in General Linguistics. Volume 1. In 2 volumes*. Moscow: Publishing House of the USSR Academy of Sciences. (In Russ.).
2. Trubetzkoy, N.S. (2000). *Principles of Phonology*. Moscow: Aspect Press. (In Russ.).
3. Jakobson, R. (1985). *Selected Writings*. Moscow. (In Russ.).
4. Jakovlev, N.F. (1928). The Mathematical Formula of the Structure of the Alphabet (the Experience of the Practical Application of Linguistic Theory). In: *Culture and Writing of the East*. Vol. I. Moscow. pp. 41—64. (In Russ.).
5. Zinder, L.R. (2007). *General Phonetics*. Moscow: Akademiya. (In Russ.).
6. Bondarko, L.V. (2002) Triphthong. In: *Linguistic Encyclopedic Dictionary*. Moscow: Bol'shaya russijskaya enciklopediya. (In Russ.).
7. Reformatsky, A.A. (1970). *From the history of domestic phonology*. Moscow: Nauka. (In Russ.).
8. Loginova, I.M. (1992). *Description of the Phonetics of Russian as a Foreign Language (Vocalism and Stress)*. Monograph. Moscow: RUDN University Publ. (In Russ.).
9. Bondarko, L.V. (2002). Vowels. In: *Linguistic Encyclopedic Dictionary*. Moscow: Bol'shaya russijskaya enciklopediya. pp. 949—960. (In Russ.).
10. Bondarko, L.V. (1965). *Oscillographic Speech Analysis*. Leningrad: Publishing House of Leningrad University. (In Russ.).
11. Verbitskaya, L.A. (1965). *Sound Units of Russian Speech and Their Relationship with Shades and Phonemes (Based on Russian Vowels)* [dissertation]. Leningrad. (In Russ.).
12. Verbitskaya, L.A. (1977). *Modern Russian Literary Pronunciation (Theoretical Problems and Experimental Data)* [dissertation]. Leningrad. (In Russ.).
13. Likhtman, R.I. (2001). On the Issue of Pronunciation Styles of the Russian Literary Language. In: *Collection of articles on the 80th anniversary of M.V. Panov*. Moscow: Yaziki slavyanskoj kul'tury. pp. 197—210. (In Russ.).
14. Bondarko, L.V. (1977). *The sound system of the modern Russian language*. Moscow: Prosveshchenie. (In Russ.).
15. Trubetzkoy, N.S. (1990). Common Slavic Element in Russian Culture. In: *Topics in the study of language*, 3, 114—134. (In Russ.).
16. Malakhova, M.G. (2018). The relevance of the study of the problem of sound interference in teaching Russian pronunciation to foreign students at the university. In: *Actual Problems of Natural Sciences and Humanities*, 3 (110), 56—59. (In Russ.).
17. Weinreich, U. (1979). *Languages in Contact: Findings and Problems*. Kyiv: Vishcha shkola. (In Russ.).
18. Budnik, E.A. & Loginova, I.M. (2012). *Aspects of the Study of Sound Interference (Based on Russian-Portuguese Bilingualism)*. Monograph. Moscow: MESI. (In Russ.).
19. Bekhtereva, N.P. (ed.) (1988). *Mechanisms of Human Brain Activity. Part I. Human Neurophysiology*. Leningrad: Nauka. (In Russ.).
20. Polivanov, E. (1931). La perception des sons d'une langue étrangère. In: *Travaux du Cercle Linguistique de Prague*, 4. Réunion phonologique internationale tenue à Prague (18—21 décembre 1930). Prague. pp. 79—96.
21. Bernshtein, S.I. (1975). Questions of Phonetics and Teaching Pronunciation. In: *Questions of Phonetics and Teaching Pronunciation*. Moscow: Publishing House of Moscow University. pp. 5—49. (In Russ.).
22. Galeeva, M.M. (1977). On Some Methods of Learning a Foreign Accent. In: *Phonetic Research for Teaching Foreign Students Russian Pronunciation*. Moscow: Patrice Lumumba Peoples' Friendship University Publ. pp. 40—47. (In Russ.).
23. Georgiou, G.P., Perfilieva, N.V., Denisenko, V.N. & Novospasskaya, N.V. (2020). Perceptual Realization of Greek Consonants by Russian Monolingual Speakers. *Speech Communication*, 125, 7—14. DOI: 10.1016/J.SPECOM.2020.09.008

24. Sawsan Askoul (2017). An acoustic analysis of the production of word-initial stop /p/ by late Arab bilinguals. *Training, Language and Culture*, 4 (1), 68—83.
25. Quilis, A. & Fernández Joseph, A. (1996). *Curso de fonética y fonología españolas*. Madrid.
26. Navarro Tomas, T. (1946). Escala de frecuencia de los fonemas españoles. In: *Estudios de fonología española*. Syracuse. pp. 15—30.

Информация об авторе:

Бондарева Вероника Валерьевна, ассистент Института русского языка РУДН, сфера научных интересов: сравнительное и типологическое языкознание, теоретическая фонетика, исследования в области испанского языка (фонетика, морфология, лексика, фразеология); *e-mail*: bondareva-vv@rudn.ru

Information about the author:

Veronika V. Bondareva, (RUDN University), Assistant at the Institute of Russian Language, RUDN, *research interests*: comparative and typological linguistics, theoretical phonetics, research in the field of Spanish (phonetics, morphology, vocabulary, phraseology); *e-mail*: bondareva-vv@rudn.ru



СЕМИОТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ SEMIOTIC STUDIES

DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1276-1284

УДК [811.161.1+811.111]'22:316.77(47+57+410)"19"

Научная статья / Research article

Семиофоры в мультимодальной коммуникации: вербальная и визуальная репрезентация культурных ценностей на материале конфетных этикеток СССР и Великобритании второй половины XX века

К.О. Ветрова , С.Л. Мишланова  

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
614990, Российская Федерация, Пермь, ул., Букирева, 15

 mishlanovas@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена комплексному анализу конфетных этикеток советских и британских кондитерских фабрик, рассматриваемых авторами в качестве семиофоров, актуализирующих социально-культурные особенности развития российского и британского общества на определенном временном этапе. Новизна исследования заключается в обращении к нетривиальному материалу, определении понятия «семиофор» и разработке комплексной методики изучения семиофоров. Под семиофорами в данном исследовании авторы понимают мультимодальные семиотические объекты производной природы, которые позволяют представить разные способы внутренней и внешней репрезентации исторической, политической и культурной идентичности представителей общества. Материалом исследования послужили 53 конфетных этикетки. 30 конфетных этикеток были произведены на советских кондитерских фабриках, а 23 конфетных этикетки были изготовлены на кондитерских фабриках Великобритании. И советские, и британские конфетные этикетки датируются второй половиной XX века. Поскольку данные объекты наблюдения представляют собой сложную организацию множества ассоциативных, функционально-прагматических и логико-семантических связей, необходимо разработать комплексную методику для их анализа. В статье представлена комплексная методика анализа семиофоров (КАС), с помощью которой были изучены и выявлены особенности советских и британских конфетных оберток второй половины XX века. Установлено, что в большинстве случаев вербальный и визуальный компоненты в структуре конфетного этикетки соответствуют друг другу и актуализируют образ, представленный на конфетном этикетке. Все образы на советских конфетных этикетках можно объединить в различные тематические группы, например, изображения исторических событий, героев национальной литературы, культурных явлений и архитектурных объектов городов России. Образы и сюжеты, представленные на советских конфетных этикетках, выполняют

© Ветрова К.О., Мишланова С.Л., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

просветительскую функцию, вносят вклад в формирование культурной, национальной, политической идентичности и самоидентичности граждан российского общества. Британским конфетным этикетам свойственен лаконичный дизайн и представление названия и изображения изделия. Название изделия при этом имеет четкую структуру и информирует потребителя о производителе и составе изделия. Было установлено, что в отличие от советских конфетных этикеток британские конфетные этикетки в первую очередь нацелены на передачу информации о товаре и рекламу изделия. Разработанную комплексную методiku можно применять для анализа других видов семиофоров.

Ключевые слова: семиофор, комплексный анализ семиофора, конфетный этикет, мультимодальность, культурные ценности, семиотика

История статьи:

Дата поступления: 19.11.2020

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Ветрова К.О., Мишланова С.Л. Семиофоры в мультимодальной коммуникации: вербальная и визуальная репрезентация культурных ценностей на материале конфетных этикеток СССР и Великобритании второй половины XX века // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1276—1284. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1276-1284

UDC [811.161.1+811.111]22:316.77(47+57+410)"19"

Semiophores in Multimodal Communication: Verbal and Visual Representation of Cultural Values. Soviet and British Candy Wrappers of the Latter Half of the 20th Century as a Case Study

Kristina O. Vetrova^{ID}, **Svetlana L. Mishlanova**^{ID}✉

Perm State University,
15, Bukireva St., Perm, Russian Federation, 614990
✉mishlanovas@mail.ru

Abstract. The article considers complex semiophore analysis of Soviet and British candy wrappers representing social and cultural development of Soviet and British society in a certain period of time. Examination of non-trivial research material, definition of the term “semiophore” and the development of a complex method of semiophore analysis make the presented research relevant. Semiophores are indicated by the authors as derivative multimodal semiotic objects that represent historical, political and cultural identity in different ways. The authors have examined 53 candy wrappers, among which 30 candy wrappers are of a Soviet and 23 ones are of a British origin. All of them were produced in late 20th century. Candy wrappers being semiophores are considered as a complex of associated, functional, pragmatic, logical and semantic connections. This causes a necessity to develop a complex methodology of semiophores analysis. As a result, a complex method of semiophore analysis has been elaborated. The method has been applied in research of Soviet and British candy wrappers of the latter half of the twentieth century. The authors have concluded that in most cases the verbal and visual components that form the structure of a candy wrapper correspond to each other and actualize the image presented on it. All images presented on the Soviet wrappers can be thematically divided into various groups, for example, some candy wrappers represent crucial historical events, literary characters, cultural phenomena and architectural objects

of Russian cities. In general, the images presented on the Soviet candy wrappers perform an educational function, contribute to the formation of cultural, national, political identity and self-identity of Russians. British candy wrappers are characterized by a simple design and usually present the name and look of the product. At the same time, the name of a product has a clear structure and informs the consumer about the manufacturer and the content of the product. Unlike the Soviet candy wrappers, the British candy wrappers were found to be primarily aimed at providing product information and advertising the product. The authors are eager to apply the developed complex methodology to the analysis of other types of semiophores in their further research.

Key words: semiophore, complex semiophore analysis, candy wrapper, multimodality, cultural values, semiotics

Article history:

Received: 19.11.2020

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Vetrova, K.O. & Mishlanova, S.L. (2021). Semiophores in Multimodal Communication: Verbal and Visual Representation of Cultural Values. Soviet and British Candy Wrappers of the Latter Half of the 20th Century as a Case Study. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1276—1284. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1276-1284

Введение

Изучение культурной и общественной жизни общества можно проводить на основе различных источников информации. Как правило, исследователи отдают свое предпочтение традиционным объектам наблюдения, однако нельзя исключать ту роль, которую играют предметы повседневного быта в предоставлении информации о жизни общества на разных исторических этапах.

Для представленной работы характерно обращение к нетривиальному материалу исследования — конфетному этикету, или конфетной упаковке. Выбор данного источника наблюдения обусловлен тем, что в настоящее время конфетный этикет как объект лингвистического и семиотического анализа не подвергался детальному изучению. Будучи частью повседневной жизни, конфетный этикет отражает характерные культурные особенности общества, в котором он нашел широкое распространение. Конфетные упаковки разных исторических периодов широко представлены на различных интернет-аукционах. Особо ценными среди коллекционеров считаются конфетные этикетки дореволюционного и советского времени. Популярность подобных конфетных этикеток может быть обусловлена тем, что на протяжении долгого времени товары советского производства ценились за высокое качество, а их упаковка отличалась особым дизайном. Кроме того, советский период в истории России стал значимым и определяющим с точки зрения культуры, поэтому предметы повседневной жизни советских граждан, дошедшие до настоящего времени, могут дать детальную картину советского быта и культуры советского общества.

Семиофоры определяются как мультимодальные семиотические объекты производной природы, позволяющие представить разные способы внутренней

и внешней репрезентации исторической, политической и культурной идентичности представителей общества. Проблема семиофоров и семиосферы нашла отражение в работах Р. Барта о встраивании мифа в знак [1], в исследованиях о семиосфере Ю.М. Лотмана [2], работах о музейной деятельности К. Помьяна [3], М.С. Кагана [4], Т.П. Калугиной [5], О.В. Беззубовой [6] и др. Мы полагаем, что все семиофоры представляют собой граничные объекты. Понятие граничных объектов впервые было введено для анализа музейных экспонатов. Музейные экспонаты представляют интерес как для научных сотрудников музея, так и для его посетителей. Данные объекты находятся на границе между сферой научного знания и сферой обыденного знания и имеют ценность для представителей обеих сфер. Впоследствии понятие граничных объектов стало широко применяться для анализа объектов, находящихся на границе различных социальных сфер.

Цель данного исследования — проанализировать структуру семиофоров и охарактеризовать образы, представленные при помощи вербального и визуального компонентов семиофора. Гипотеза исследования заключается в том, что семиофоры, помимо своей первичной функции, репрезентируют образы, по которым можно определить социокультурные особенности общества, в котором эти семиофоры существуют.

Основная часть

Конфетный этикет представляет собой комплексный объект наблюдения, в структуре которого выделяется текстовый компонент. Для текста конфетного этикета характерно наличие вербального и визуального компонентов, которые в своей совокупности составляют мультимодальные текстовые компоненты семиофора. Первичная функция конфетного этикета — упаковка кондитерского изделия, обеспечение его сохранности во время перемещения, употребления и использования. Вторичная функция — выражение культурно значимых функций, которые актуализируют факт превращения объекта потребления в объект, обладающий культурной ценностью и репрезентирующий социокультурные особенности развития общества. Кроме того, еще одной вторичной функцией конфетного этикета является функция рекламы кондитерского изделия. Вторичные функции конфетного этикета реализуются благодаря мультимодальному тексту. Ввиду того, что конфетный этикет представляет собой сложную организацию множества ассоциативных, функционально-прагматических и логико-семантических связей, обладает первичной и вторичными функциями, его можно считать семиофором.

В данном исследовании особое внимание уделяется семиофорам, представленным конфетными этикетками советских и британских кондитерских фабрик второй половины XX века. Для их изучения была разработана комплексная методика анализа семиофоров (КАС). Поскольку выбранный объект наблюдения представляет собой соединение нескольких структурных компонентов, данная методика насчитывает ряд этапов, которые взаимно дополняют друг друга и позволяют изучить каждый из структурных компонентов.

Этапы методики позволяют обнаружить принципы и закономерности соотношения структурных частей объекта наблюдения, что создает условия для детального анализа семиофоров. Методика анализа позволяет выявить, какие ценности, традиции, события, идеология, взгляды стоят за данным мультимедальным объектом наблюдения.

Анализ визуального компонента семиофора проводится в два этапа (идентификация и интерпретация) и начинается с описания репрезентативного значения изображения (с того, что мы видим), после чего мы должны описать его символическое значение (то, что оно означает). При этом заметим, что поскольку обертка изделия выполняет функцию рекламы товара, можно говорить о том, что для нее характерны такие же принципы организации визуального компонента, как и для баннерной рекламы. По наблюдению Е.Н. Пищерской, «визуальный компонент баннерной рекламы функционирует как на уровне графического оформления текста, так и через образ, иллюстрацию, размещаемую на щите. Общий стиль любого вида рекламы (наружная, печатная, видеоролик), как правило, соответствует стилю других видов рекламы этого товара. Это обеспечивает эффект накопления у потребителей отдельных рекламных воздействий. Повторение эмблем, слоганов и образов в разных видах рекламы в рамках рекламной кампании — один из способов реализации стратегии напоминания в рекламном дискурсе» [7. С. 61]. Итак, анализируя изображение, необходимо описывать как визуальные, так и невидимые элементы внутри его пространства, при этом нужно учитывать возможное наличие нескольких планов на одном изображении, расположенном на конфетной упаковке. На первоначальном этапе анализа визуального компонента семиофора выявляются все образы, фигурирующие на изображении (идентификация). На втором этапе необходимо интерпретировать все полученные результаты и выделить тематические группы (интерпретация). Важно идентифицировать все визуальные единицы, изображенные на упаковке.

На этапе анализа вербального компонента семиофора необходимо интерпретировать данные, полученные в ходе сопоставления контекстуального и базового значения для каждой лексической единицы в отдельности. Контекстуальные и базовые значения единиц в составе советских конфетных этикетов определяются на основе «Толкового словаря русского языка»¹. Для анализа вербальной составляющей британских конфетных этикетов используется Macmillan Dictionary. Далее определяется, имеет ли лексическая единица более конкретное базовое значение и насколько оно отличается от контекстуального значения.

На заключительном этапе проводится анализ полученных данных как для вербальных, так и для визуальных компонентов семиофора, и выявляется соотношение вербального и визуального компонентов друг с другом. Это позволяет определить, как актуализируется задуманный образ на конфетном этикете.

¹ С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова.

Для апробации разработанной методики было отобрано 53 конфетных этикета. 30 конфетных этикетов были произведены на советских кондитерских фабриках, 23 конфетных этикета были изготовлены в Великобритании. Все конфетные этикеты были созданы во второй половине XX века. Сбор материала исследования осуществлялся из открытых интернет-источников: сайтов интернет-аукционов, блогов и фотохостингов. Проанализировав визуальный и вербальный компоненты каждого конфетного этикета нашей подборки согласно разработанной методике, мы установили, что в большинстве случаев оба компонента мультимодального текста конфетного этикета актуализируют определенный образ. Выявленные образы могут быть классифицированы по тематическим группам. Среди советских этикетов можно выделить такие тематические группы, как архитектурные объекты (например, фонтаны Петергофа), литературные произведения и их персонажи (Княжна Мери — героиня повести М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени»), научно-технические достижения (портреты героев космоса); памятные события (победа в Великой Отечественной войне, Рысёнок — символ VIII Зимней Спартакиады народов РСФСР 1985 г.). Образы и сюжеты, представленные на советских конфетных этикетах, выполняют просветительскую функцию, вносят вклад в формирование культурной, национальной, политической идентичности и самоидентичности граждан российского общества.

Анализ британских конфетных этикетов позволил выявить следующие особенности: во-первых, наблюдается тенденция использовать простые образы, которые представляют внешний вид изделия и тип начинки. В сочетании с вербальным компонентом и названием изделия такое изображение позволяет потребителю представить, как выгладит изделие под упаковкой и каким вкусом обладает. Во-вторых, дизайн упаковки отличается лаконичностью и минималистичностью. Что касается вербального компонента, то доминирующей для большинства британских этикетов оказывается структура *название компании в притяжательном падеже + название изделия + указание на состав/ингредиенты/тип изделия*. Например, этикет британского печенья с мятной начинкой *Mint Cracknel*, изготовленного компанией *Mackintosh*, имеет следующую структуру: *Mackintosh's* (название компании) — *Mint Cracknel* (название изделия) — *Milk chocolate-two pieces* (указание на состав и количество изделия в упаковке). Также для британских фантиков не характерно использование изображения культурно значимых объектов. Британские конфетные этикеты главным образом нацелены на информирование потребителя о качествах изделия и рекламное продвижение изделия в условиях рыночной конкуренции.

Проведенный комплексный анализ вербального и визуального компонентов советских и британских конфетных этикетов позволил получить следующие результаты. Во-первых, для советских конфетных этикетов характерно наличие детально проработанного и культурно обусловленного образа. Вербальный и визуальный компоненты в своей совокупности составляют цельный образ, который не только привлекает внимание потребителей,

но и реализует просветительскую функцию и функцию формирования национальной идентичности. Для британских конфетных этикетов свойственен лаконичный дизайн и тенденция к представлению названия изделия как доминирующего компонента этикета. Название изделия при этом имеет четкую структуру и информирует потребителя о производителе и составе изделия. Британские конфетные этикетки в первую очередь нацелены на передачу информации о товаре и рекламу представляемого изделия. Можно утверждать, что британские конфетные этикетки репрезентируют культуру потребления, которая характерна для капиталистического общества. Ведущими функциями упаковки в таком случае оказываются информирование потребителя и реклама товара. Образы, которые актуализируются при помощи гармоничного сочетания вербального и визуального компонентов мультимодального текста конфетного этикета, позволяют добиться эффективного воздействия на потребителя и склонить его приобрести определенный товар.

Заключение

Конфетный этикет относится к предмету повседневной жизни и представляет собой ценный источник информации. Конфетный этикет есть комплексный объект, который сформирован элементами различных знаковых систем. Мультимодальный текст, носителем которого является конфетный этикет, состоит из вербального и невербального компонентов, которые в своем единстве актуализируют определенный образ. Было установлено, что представленные образы репрезентируют социокультурные особенности общества, в котором бытует данный источник наблюдения. Будучи предметом повседневного быта, конфетный этикет помимо своей первичной функции реализует просветительскую функцию и вносит вклад в формирование идентичности потребителя. Благодаря конфетному этикету потребитель получает информацию не только о свойствах изделия, но и о культурно значимых объектах, культурных ценностях общества.

Комплексный анализ советских и британских конфетных этикетов второй половины XX века показал, что советские конфетные этикетки помимо первичной функции упаковки реализуют просветительскую функцию и вносят вклад в формирование культурной, национальной, политической идентичности и самоидентичности граждан российского общества, в то время как британские конфетные этикетки в первую очередь нацелены на передачу информации о товаре и рекламу изделия. Представленная методика комплексного анализа носит универсальный характер и может быть применена для изучения разных семиофоров.

Таким образом, советские конфетные этикетки реализовывали функцию просвещения и формирования национальной идентичности посредством приобщения граждан к образам из истории и культуры. Британские конфетные этикетки реализовывали функции информирования потребителя и рекламы товара, что актуализирует формирование культуры потребления, нежели культуры просвещения.

Библиографический список

1. *Барм Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика / сост., общ. ред. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989.
2. *Лотман Ю.М.* Семиотика культуры и понятие текста. Избранные статьи. Т. 1. Таллинн: Александра, 1992. С. 129—132.
3. *Pomian K.* *Collectors and Curiosities. Paris and Venice, 1500—1800.* Cambridge: Polity, 1990.
4. *Каган М. С.* Музей в системе культуры // Вопросы искусствознания. 1994. № 4 (94). С. 445—460.
5. *Калугина Т.П.* Художественный музей как феномен культуры. СПб: Петрополис, 2008.
6. *Беззубова О.В.* Музей и политика памяти // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3 (24). С. 76—84.
7. *Пищерская Е. Н.* Роль вербальных и визуальных компонентов баннерной рекламы в реализации стратегии убеждения // Вестник ИГЛУ. 2012. № 1 (17). С. 58—63.
8. *Цветкова Н.В.* Принцип иконичности и его реализация в поликодовом рекламном дискурсе: автореф. дисс...к. филол. н.: 10.02.04. Барнаул, 2012.
9. *Чернявская Е.В.* Визуальность в социокультурной проекции // ПРАЭНМА. 2021. Вып. 2 (28). С. 96—109.
10. *Ворошилова М.Б.* Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. 2006. № 20. С. 180—189.
11. *Новоспасская Н.В., Цзоу Х.* Становление теории поликодового текста // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 2. С. 501—513. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-2-501-513
12. *Adami E., Jewitt C.* Special Issue: Social media and visual communication // Visual Communication. 2016. № 15 (3). С. 263—270.
13. *Andersen T.H., Boeriis M., Maagerø E., Tonnessen E.S.* *Social Semiotics. Key Figures, New Directions.* Abingdon: Routledge, 2014.
14. *Devyatkova M. I.* Methods applied for analysis of creolized texts // Педагогическое образование в России. 2016. № 4. С. 31—34.
15. *Halliday M.A.K.* *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning.* London: Edward Arnold, 1978.
16. *Hodge, B. (R. I. V.).* *Social Semiotics for a Complex World: Analysing Language and Social Meaning.* U.K.: Polity Press, 2017.
17. *Oprishch N.S.* Functioning of English language social advertising creolized texts // Russian Linguistic Bulletin. 2020. № 2 (22). P. 41—44.

References

1. Bartes, R. (1989). *Selected works. Semiotics. Poetics*, G.K. Kosikov (ed.). Moscow: Progress. (In Russ.).
2. Lotman, Yu.M. (1992). *Semiotics of culture and text. Selected articles.* Vol. 1. Tallinn: Aleksandra. (In Russ.).
3. Pomian, K. (1990). *Collectors and Curiosities. Paris and Venice, 1500—1800.* Cambridge: Polity.
4. Kagan, M.S. (1994). Museums in culture. *Voprosy iskusstvoznaniya*, 4(94), 445—460. (In Russ.).
5. Kalugina, T.P. (2008). *Art museum as a phenomenon of culture.* St. Petersburg: Petropolis. (In Russ.).
6. Bezzubova, O.V. (2016). Museum and the Memory Policy. *International Journal of Cultural Research*, 3(24), 76—84. (In Russ.).
7. Pischerskaya, E.N. (2012). Verbal and visual means of persuasion in banner advertising. *ISLU Philological Review*, 1(17), 58—63. (In Russ.).
8. Tsvetkova, N.V. (2012). *The principle of iconicity in polycode advertising discourse [dissertation].* Barnaul. (In Russ.).

9. Chernyavskaya, E.V. (2021). Image and visibility in sociocultural dimension. *PRAXEMA*, 2(28), 96—109. (In Russ.).
10. Voroshilova, M.B. (2006). Creolized text: aspects of study. *Political Linguistics*, 20, 180—189. (In Russ.).
11. Novospasskaya, N.V. & Zou, H. (2021). The Formation of Polycode Text Theory. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(2), 501—513. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-2-501-513
12. Adami, E. & Jewitt, C. (2016). Special Issue: Social media and visual communication. *Visual Communication*, 15(3), 263—270.
13. Andersen, T.H., Boeriis, M., Maagerø, E. & Tonnessen, E.S. (2014). *Social Semiotics. Key Figures, New Directions*. Abingdon: Routledge.
14. Devyatkova, M.I. (2016). Methods applied for analysis of creolized texts. *Pedagogicheskoe Obrazovanie v Rossii*, 4, 31—34.
15. Halliday, M.A.K. (1978). *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold.
16. Hodge, B. (R.I.V.). (2017). *Social Semiotics for a Complex World: Analysing Language and Social Meaning*. U.K.: Polity Press.
17. Orpishch, N.S. (2020). Functioning of English language social advertising creolized texts. *Russian Linguistic Bulletin*, 2(22), 41—44.

Сведения об авторах:

Ветрова Кристина Олеговна, преподаватель кафедры лингводидактики факультета современных иностранных языков и литератур Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; *сфера научных интересов*: мультимодальный текст, теория метафоры, семиотика, межкультурная коммуникация; *e-mail*: vetrova_ko@mail.ru ORCID: 0000-0002-1421-1170. eLIBRARY SPIN-код: 3572-5062.

Мишланова Светлана Леонидовна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой лингводидактики факультета современных иностранных языков и литератур Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; *сфера научных интересов*: теория языка, семиотика, теория дискурса, теория метафоры, мультимодальная метафора, межкультурная коммуникация; *e-mail*: mishlanovas@mail.ru ORCID: 0000-0003-3332-9753. eLIBRARY SPIN-код: 4043-5532.

Information about the authors:

Kristina O. Vetrova, Lecturer of the Department of Linguodidactics of the Faculty of Modern Languages and Literatures at Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Perm State University”; *Research interests*: multimodal text, theory of metaphor, semiotics, intercultural communication; *e-mail*: vetrova_ko@mail.ru ORCID: 0000-0002-1421-1170. eLIBRARY SPIN-code: 3572-5062.

Svetlana L. Mishlanova, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Linguodidactics of the Faculty of Modern Languages and Literatures at Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Perm State University”; *Research interests*: theory of language, semiotics, theory of discourse, theory of metaphor, multimodal metaphor, intercultural communication; *e-mail*: mishlanovas@mail.ru ORCID: 0000-0003-3332-9753. eLIBRARY SPIN-code: 4043-5532.



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1285-1298

УДК 81'22:659.1:004.7

Научная статья / Research article

Семиотика рекламной коммуникации в сетевых социальных сервисах web 2.0

А.С. Зотова 

Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского,
109004, Российская Федерация, Москва, ул. Земляной Вал, д. 73

✉ annazot@bk.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию семиотики в рекламной коммуникации сетевых социальных сервисов web 2.0. Целью статьи является анализ публикаций различных брендов на социальных интернет-сервисах, ориентированных на коммуникацию с потребителем и последующее исследование особенностей применения инструментов семиотики. Актуальность представленной статьи обусловлена тем, что в современном информационном обществе возрос интерес к семиотическим системам, в том числе и в области интернет-коммуникации. Современное видение семиотики вышло за традиционные рамки и определило ее как часть глобальной и локальной коммуникации в сетевых социальных сервисах web 2.0, не только между интернет-пользователями, но и в сферах B2B и B2C. Исследование возможностей семиотики в рекламной коммуникации на социальных площадках web 2.0, на примере приложений поисковых систем, соцсети Instagram, сайтов компаний, в данной статье опирается на работы Р. Барта, Ж. Бодрийера, Ю. Лотмана, У. Эко. Данный материал содержит подтверждения нашей гипотезы о том, что сегодня, особенно с начала пандемии, коммуникация на сервисах web 2.0 не ограничивается только текстом с картинкой/фото или видео, все чаще встречаются визуализированные сюжеты, созданные с помощью графического дизайнера с применением символов и иконических знаков, хорошо знакомых потребителю, которые он легко декодирует, поскольку они вписаны в его социокультурную систему координат. Новаторство исследования основывается на фиксации современных критериев рекламной интернет-коммуникации: поликодовость, интертекстуальность и мультимедийность, используемых как способ работы с целевыми аудиториями. Новизна материала складывается из понимания того, что семиотика сегодня — это новый взгляд не только на отрасль научного знания, но и на практические возможности знаковых систем в цифровую эпоху, когда знак становится частью социокультурного пространства, трендом глобального мира, инструментом трансляции информации, знания, позиционирования, инструментом манипуляции, воздействия, привлечения внимания. Таким образом, бренды, работающие с аудиторией в сегодняшних реалиях, должны учитывать не только product-предпочтения потребителей, но и транслировать свою социальную/гражданскую активность.

Ключевые слова: семиотика, рекламный дискурс, коммуникация, информационное общество, сервисы web 2.0, общество потребления, брендинг

© Зотова А.С., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Зотова А.С. Семиотика рекламной коммуникации в сетевых социальных сервисах web 2.0 // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1285—1298. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1285-1298

UDC 81'22:659.1:004.7

Semiotics of Advertising Communication in WEB 2.0 Network Social Services

Anna S. Zotova 

Moscow State University of Technology and Management named after K.G. Razumovsky,
Zemlyanoy Val, 73, Moscow, Russian Federation, 109004

✉ annazot@bk.ru

Abstract. The article is devoted to the study of semiotics in the advertising communication of web 2.0 network social services. The purpose of the article is to analyze the publications of various brands on social Internet services focused on communication with the consumer and the subsequent study of the features of the use of semiotics tools. The relevance of the article is due to the fact that the modern information society has increased interest in semiotic systems, including in the field of Internet communication. The modern vision of semiotics has gone beyond the traditional framework and defined it as part of global and local communication in web 2.0 social network services, not only between Internet users, but also in the areas of B2B and B2C. The study of the possibilities of semiotics in advertising communication on web 2.0 social platforms, using the example of search engine applications, the social network Instagram, and company sites, in this article is based on the works of R. Barthes, J. Baudrillard, Y. Lotman, and U. Eco. This material confirms our hypothesis that today, especially since the beginning of the pandemic, communication on web 2.0 services is not limited only to text with a picture/photos or videos, more and more often there are visualized scenes created with the help of graphic design with the use of symbols and iconic signs that are familiar to the consumer, which he easily decodes, since they are inscribed in his socio-cultural coordinate system. The innovation of the research is based on the fixation of modern criteria of advertising Internet communication: polycode, intertextuality and multimedia, used as a way of working with target audiences. The novelty of the material consists of the understanding that semiotics today is a new look not only at the branch of scientific knowledge, but also at the practical possibilities of sign systems in the digital age, when the sign becomes a part of the socio-cultural space, a trend of the global world, a tool for transmitting information, knowledge, positioning, a tool for manipulation, influence, and attracting attention. Thus, brands working with the audience in today's realities should take into account not only the product preferences of consumers, but also broadcast their social / civic activity.

Keywords: semiotics, advertising discourse, communication, information society, web 2.0 services, consumer society, branding

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Zotova, A.S. (2021). Semiotics of Advertising Communication in WEB 2.0 Network Social Services. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1285—1298. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1285-1298

Введение

Новый период в развитии информационного общества, сконцентрированного на e-Номо, его интересах и потребностях, разработка и функционирование сервисов web 2.0, а также их активное и повсеместное использование в личной и профессиональной коммуникации, развитие цифровой экономики, информатизация различных сфер деятельности, глобализация производственных, коммуникационных, социокультурных процессов оказывают серьезное влияние не только на мировое сообщество, но и на области, сопряженные с практическим применением психолингвистических и лингвокультурологических инструментов.

Так, в частности, новое цифровое общество повлияло на область семиотики, обозначив ее существенную роль в сфере интернет-коммуникации, ее новые возможности и перспективы. Сегодня понимание семиотики вышло за традиционные рамки, когда семиосфера ассоциировалась с театром, кинематографом, искусством, литературой, рекламой. В новых реалиях семиотика стала неотъемлемой частью сетевого пространства, проецируя символы и смыслы на жизнь реальную, действительную. В настоящее время семиотика — это не только область языкознания, не только сфера научных интересов лингвистов, филологов, социологов, культурологов и т.д., это еще и средство коммуникации в современном обществе, в интернет-среде, часто не ограниченное пределами одного языка, народности или менталитета, а, напротив, интернациональное, глобальное.

Так, новое коммуникационное пространство рекламного дискурса полностью построено на семиотических знаках, входящих в разные системы (вербальная, визуальная, аудиальная, графическая, смешанная). Такая особенность позволяет по-новому использовать возможности социальных сервисов web 2.0, более четко сегментировать целевую аудиторию и формировать инструментарий в условиях функционирования ведущих критериев рекламного дискурса: поликодовости, мультимедиальности и интертекстуальности. Наша гипотеза дает возможность исследовать механизмы семиотики как актуальный и перспективный инструментарий в рекламной интернет-коммуникации.

Краткий обзор истории развития семиотики

Знаки и символы окружают людей с древних времен и имеют важное значение в формировании социального и личностного сознания. Один из основоположников теории знаковых систем, Ч. Моррис, утверждал, что «человеческая цивилизация невозможна без знаков и знаковых систем, человеческий разум неотделим от функционирования знаков, — а возможно, и

вообще интеллект следует отождествить именно с функционированием знаков» [1]. Человек способен использовать самые разные знаковые системы, замещать ими вербальные элементы, объекты действительности, выражать психоэмоциональные состояния, рефлексировать с помощью знаков (например, эмоджи), выстраивать целые знаковые модели для отображения жизненных реалий.

История семиотики как самостоятельного научного направления начинается в конце XIX — начале XX века, когда у ее истоков стояли философ Ч. Пирс и лингвист Ф. де Соссюр, заложившие основы прагматизма, семиотики и структурной лингвистики. Однако период расцвета и популяризации семиотики приходится на вторую половину XX века, когда в область научных интересов ряда ведущих исследователей-семиотистов попадают культура, текст, массовая коммуникация, мифология (Р. Барт, Э. Бенвенист, Ч. Моррис, У. Эко и др.).

В XX веке семиотика стала популярна не только в лингвистике, но и в психологии (Ж. Пиаже, Л.С. Выготский и др.), в педагогике (А.К. Гастев, В.И. Шевелева, М.В. Редюхина и др.), в антропологии и культурологии (К. Леви-Стросс, Д.С. Лихачев и др.), в социологии, экономике, информационных технологиях и т.д.

Отечественное направление семиотики представлено трудами крупных ученых XX века: школа «русских формалистов» (Ю.Н. Тынянов, Б.М. Эйхенбаум, В.Б. Шкловский), Московский лингвистический кружок (Р.О. Якобсон, Г.О. Винокур, А.А. Реформатский и др.), школа психологов (Л.С. Выготский, А.Р. Лурия и др.) и т.д.

Один из фундаментальных и важнейших вкладов в развитие семиотики как науки внес Ю.М. Лотман, его ученики и последователи, в особенности в период работы московско-тартуской школы. Ю.М. Лотман ввел понятие «семиосфера», которое послужило началом нового взгляда на семиотику и изменило подход к этому направлению с точки зрения научной и исследовательской работы, так же, как и понимание текста как особого структурированного пространства дало возможность по-новому рассматривать тексты. Семиосферу Ю.М. Лотман определяет как семиотическое пространство в рамках определенной культуры, в котором функционируют разные элементы: знаки, семиотические акты, вербальные и невербальные языковые системы [2]. Такой подход дает новые возможности исследователям для дальнейшего изучения семиотики, которая сегодня ассоциируется не только с областью языкознания, но и с современными реалиями и практиками (медиадискурс, коммуникация, искусство, рекламный дискурс, интернет-коммуникация и проч.).

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что серьезная научно-исследовательская база семиотики проложила дорогу к различным гуманитарным, философским, естественным научным направлениям, а также к практическому применению семиотического инструментария, который мы анализируем в данной статье.

Мысли о теории семиотики Р. Барта в современной рекламной коммуникации

В нашем исследовании семиотического пространства рекламной коммуникации на социальных сервисах web 2.0 мы ориентируемся на работы Р. Барта и У. Эко, которые по праву признаны мировым научным сообществом одними из ведущих семиотистов. Р. Барт, изучавший множественные культурные явления как знаковые системы, подходит к семиотике не с позиции структуры языка и речи, а анализируя то, как социум наделяет смыслами разные предметы и явления, существующие в реальной жизни. С точки зрения Р. Барта [3], все сущее обладает полисемичностью и потому может интерпретироваться по-разному. Так, к примеру, сфера культуры функционирует как универсальная знаковая система, все элементы которой входят в социум, а значит, могут быть отражением исторической (постоянной) или временной действительности, формируя тем самым представления общества о различных событиях, явлениях и предметах с проекцией на конкретную эпоху, отрезок времени.

Р. Барт отмечает, что семиотические знаки и символы способны оказывать активное влияние на общественное сознание, определяют условия принадлежности к той или иной социальной группе, определяют необходимость владения социокультурным кодом каждому, кто хочет быть частью общества. Основываясь на работах Р. Барта и специфике времени, в котором он жил, в качестве примера можно привести семиотику буржуазной культуры, культуры горожан и семиотику деревни, коды новой аристократии, коды феминизма и эмансипации и проч. Все эти мини-социумы обладают своей семиосферой, своими кодами и символами, которые они используют в своей среде и которые понятны всем представителям каждой отдельно взятой социальной группе. Аналогичную особенность мы наблюдаем и сегодня в разных общностях и группах, характеризующихся не только общепринятыми социокультурными кодами, но и своими, понятными и популярными только среди таких представителей группы.

Ценность работ Р. Барта для нашей темы заключается в предложенной им идее понимать семиотику социума как совокупность знаковых систем, которые «обществом могут не осознаваться, но которые господствуют над ним» [4. С. 94]. Эти знаковые системы обладают определенной идеологией, способной формировать общественное сознание, в том числе подменять истинную поведенческую мотивацию на ложную, иллюзорную, выгодную конкретному социальному классу или человеку. То есть идеология социальной семиотики по Р. Барту — это «коллективно вырабатываемая ценностно-смысловая сетка, помещенная между индивидом и миром и опосредующая его отношение к этому миру» [4. С. 95]. Согласно этой концепции Р. Барта также интересовала структура идеологических знаков, их возможности и принципы действия с целью влияния на общественное сознание, т.е. он задавался вопросом, как это работает, какова функциональная природа семиотических знаков?

Сегодня ответами на эти вопросы могут служить особенности применения семиотических знаков в социокультурном аспекте функционирования общества потребления, который соотносится с концепцией Ж. Бодрийара [5], рассматривающего в основе процессов жизнедеятельности демократического общества миф, иллюзорность демократии, сферу потребления, оперирующую знаками и общепринятыми кодами. Исторически эта идеология складывалась в рамках финансово благополучного класса, о котором писал Р. Барт, и со временем стала идеологией «социальной игры», в основе которой лежит иллюзия равноправия, созданная через потребительство. То есть потребительство как входной билет в мир богатых и успешных людей, когда каждый желающий может стать частью избранных, при условии приобретения «нужного» бренда, сигнализирующего об успешности, уверенности, высоком социальном статусе. Приведем пример, подтверждающий участие семиотики в распространении идеологии социальной игры (см. Рисунок 1/Picture 1 URL: <https://yandex.ru/images/> дата обращения: 01.03.2021).

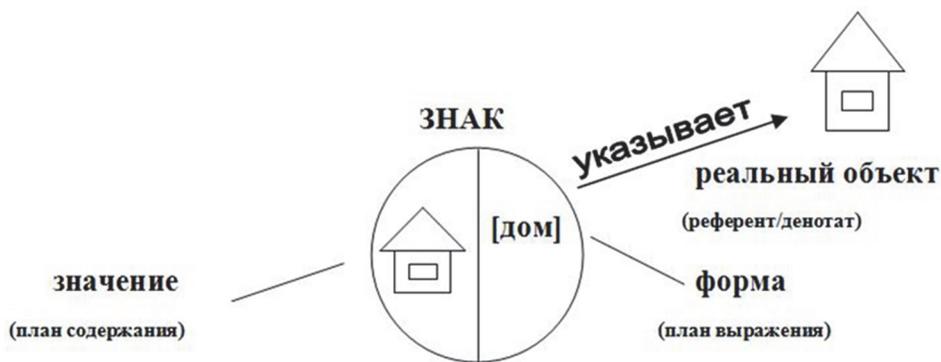


Рис. 1. Семиотический концепт знака «дом»
Picture 1. Semiotic concept of the “house” sign

На рисунке мы видим:

1) Иконический знак «дом», который сегодня имеет разные графические варианты, например (см. Рисунок 2/Picture 2 URL: <https://yandex.ru/images/> дата обращения: 01.03.2021):

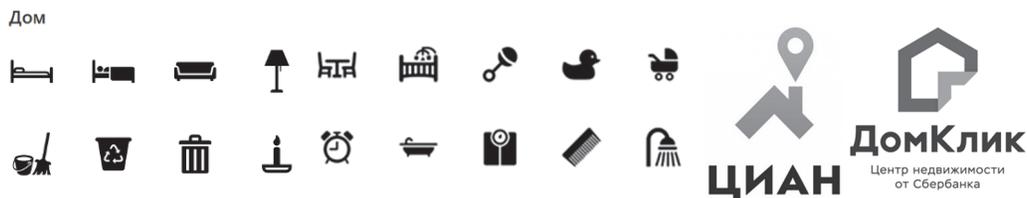


Рис. 2. Иконки концепта «дом» в Microsoft Word // ДомКлик-Сбер // Циан // Яндекс_Недвижимость
Picture 2. Icons of the “house” concept in Microsoft Word // DomClick-Sber // Cyan // Yandex_needability

2) Концепт «дом», который в рекламной и социальной коммуникации трансформируется в социальный конструкт, становится явлением конкретного общества, в котором действуют определенные условные правила, т.е. «бартовская социальная игра», позиционирующая «дом», например, как красивый интерьер, дружная семья (причем, как правило, мама—папа—ребенок/или дети, часто разнополые), счастье, уют, новоселье, домашние животные, праздник и т.д. Здесь мы наблюдаем общество, которое хочет играть в эту игру, общество, в котором сознание потребителя «заточено» именно под такое позиционирование дома. Приведем примеры из Instagram (см. Рисунок 3/Picture 3 URL: <https://www.instagram.com/> дата обращения: 01.03.2021):



Рис. 3. Концепт «дом» как социальный миф. Дом_Клик // Zara_Home // IKEA // Сбербанк
Picture 3. The concept of “home” as a social myth. Dom_click // Zara_Home // IKEA // Sberbank

Итак, мы видим, что концепт «дом» в рекламной коммуникации мифологизируется с помощью семиотических знаков/символов и их кодов, известных потребителю. Семиотика мифа в рекламной коммуникации в сетевых социальных сервисах web 2.0 выражена с помощью фотографий, графических изображений, видео, а также текстов (мы не приводим их в пример, однако их очень много). Таким образом, в сознании общества потребления дом — это место с красивым/практичным/умным дизайном (интерьером), место для семейного уюта, счастья и радостей, общения, место для человека и его домашнего питомца и т.д. Ради владения таким домом потребитель готов следовать этим условным правилам и приобретать недвижимость и предметы, которые сделают его частью этого концепта и этого современного общества, он будет в тренде (упоминания об ипотеке, кредитах, финансовых обязательствах и проч. никогда не входят в этот миф, более того, они противоречат ему).

Таким образом, исследуя мифы общества потребления, Р. Барт предположил, что мифы «представляют собой совокупность коннотативных означаемых, а значит, образуют скрытый уровень идеологических иллюзий, которые «властные структуры общества потребления транслируют посредством «мягких» семантических механизмов. Основной функцией мифа является изменение действительности, создание такого образа реальности, который совпадал бы с ценностными ожиданиями людей — носителей мифологического сознания» [4. С. 97]. Мы разделяем эту мысль Р. Барта, и наше исследование показало, что эти семантические механизмы в структуре мифа работают через

семиотику, когда суть концепта, бренда, товара или услуги раскрывается посредством взаимосвязи знак — означаемое — означающее.

Мысли о теории семиотики У. Эко в современной рекламной коммуникации

В нашей работе мы нашли точки соприкосновения теории Р. Барта и У. Эко — одного из ведущих семиотистов современности, в некотором смысле, последователя Р. Барта и других ученых: Ф. де Соссюра, Л. Ельмслева, Ч. Пирса и т.д. Большинству У. Эко известен как писатель, однако он внес существенный и оригинальный вклад в развитие семиотики.

Основные труды У. Эко появились в период, когда в научном семиотическом поле было сформировано понимание того, что такое знак и методология работы с ним. Так, знаки рассматривались «не изолированно, не взятые по отдельности, а как входящие в особую систему знаков — язык или код, обладающий своими законами функционирования и развития. Характер построения системы знаков, ее внутренняя структура, соотношение между элементами системы, подсистемами различных уровней и всей системой в целом...» [6. С. 33—37]. В свою очередь, У. Эко дополнил эту позицию наличием подсистем, которые назвал субкоды и лексикоды, что нашло свое выражение в действительности, т.к. мы оперируем разными субкодами: политические, культурные, юридические, религиозные, медицинские, спортивные и т.д. Мы также разделяем мысль автора о том, что между кодами и иконическими знаками есть различия, выраженные тем, что коды используются для интерпретации знаков, а «иконки» транслируют ситуации восприятия человеком различных предметов и явлений действительности, т.е. они социокультурно обусловлены, в отличие от первых, которые универсальны. Это мы встречаем и в рекламной коммуникации, которая делает акцент на социокультурную обусловленность мифа, о которой мы говорили выше, а если учесть утверждение У. Эко о том, что язык участвует в конструировании реальной действительности, то этим подтверждается наша мысль о том, что семиотические знаки (вербальные и другие) сегодня являются инструментом этого конструирования.

Научную концепцию семиотики У. Эко представил в книгах «Trattato di semiotica generale» [7] и «Semiotica e filosofia del linguaggio» [8]. Согласно этой концепции семиотика выходит за рамки структурализма и обретает новые формы, т.к. знак обладает интерпретативностью и семиотику можно исследовать с когнитивно-интерпретативной точки зрения. Из этого положения следует, что элементы семиосферы организуют динамичное активное поле, трансформирующееся под влиянием внешних реалий.

Интересна идея У. Эко о том, что семиотику нужно рассматривать как сферу культуры со множеством кодов, так и как сферу функционирования иконических знаков, которые существуют в рамках коммуникации и за ее пределами. То есть в двустороннюю природу семиотики автор включил такие

понятия, как «обозначение» и «коммуникация», соединив их в семиосфере, но разграничив в характеристиках: обозначение (*significazione*) есть абстрактный процесс, где один предмет отсылает к другому предмету или событию, а коммуникация (*comunicazione*) есть процесс общения, основанного на системе обозначений. Например, логотипы брендов как обозначения (иконические знаки-символы) являются частью фирменного стиля компании, могут отражать миссию и философию бренда, стратегию позиционирования, повышают узнаваемость бренда в конкурентной среде, транслируют ассоциации с компанией, товаром, являются частью визуализации бренда. Для донесения этой информации целевой аудитории не нужна традиционная коммуникация, она может быть, а может и отсутствовать, при этом у потребителей сохраняются возможности декодировать обозначение (иконический знак — логотип).

В этом месте мы подошли к тому, как У. Эко определяет знак: он дает ему двустороннюю природу: графический элемент среди множества других (иногда похожих) графических элементов, с другой стороны — пункт взаимодействия двух графических элементов, которые взаимодействуют с другими в других пунктах. Такая своеобразная матрица, подвижная, где элементы находят друг друга в одной точке, но потом расходятся и перемещаются в другую, образуя, таким способом, семиосферу и используя разные коды, маркированные и вторичные.

Однако знак не существует без значения, он должен быть как-то «материализован», поэтому У. Эко определяет его как «семантическую единицу, находящуюся в определенном месте в рамках определенной семантической системы» [9]. То есть такая «материализация» представляет собой некую социокультурную единицу, отличную от множества других единиц в едином семиотическом пространстве социума. Под социокультурной природой знака понимается наличие несколько критериев, способных создавать коды и декодировать их, а именно: речевые практики и компетенции коммуникантов, понимание ими языковой картины мира, их участие в разных речевых ситуациях, сферы применения кодов. Это означает, что коды, заключенные в семиотических знаках, не являются статичными единицами, напротив, они регулируют взаимосвязь содержания и выражения знака/символа в процессе коммуникативных практик (в том числе и в области рекламной коммуникации).

Исследуя феномен современного потребителя относительно рекламного дискурса, мы ориентировались на концепцию У. Эко, обращенную к образу читателя — это некий обобщенный идеальный образ по мнению автора, обладающий перечисленными выше речевыми практиками и компетенциями. Идеальный читатель потребляет контент, понятный ему, с тем инструментарием, который он использует сам в процессе коммуникации: язык, лексические средства, стилистическое обрамление речи и т.д. Этот набор позволяет читателю разносторонне понимать текст или образ, домыслить или добавить воображения при «взаимодействии» с автором, которого сам читатель тоже идеализировал, выбрал как подходящего под свои коммуникативные предпочтения. Так устанавливается взаимосвязь, рождается невидимый диалог

читателя и автора, как участников одного коммуникативного процесса с помощью текста. Текст У. Эко рассматривает как возможность интерпретации кодов, знаков, отношений и смыслов, которые помогают автору взаимодействовать с читателем и воздействовать на него.

Современная семиосфера рекламного дискурса web 2.0

В современных коммуникативных практиках и текстах такой подход остается актуальным и востребованным, но теперь не только в литературе или театре/кино, но и в медиадискурсе, пиар-коммуникации, в рекламном дискурсе и т.д. Сегодняшний читатель, почти всегда eНомо, с набором цифровых компетенций, в коммуникативном арсенале которого: визуализация коммуникации, применение языковых и графических «маркеров» эпохи (эмодзи, неологизмы, окказиональные слова [10. С. 752], цитация, инфографика, иконические знаки и др.), информационная грамотность, свободный доступ к информации и информационно-коммуникационным технологиям и многое другое.

Так, например, в соцсетях «идеальный читатель У. Эко» в сфере рекламной коммуникации — это потребитель, обладающий техническими возможностями для работы с информацией (создание, получение, обработка, распространение, отбор информации и т.д.), владеющий цифровой грамотностью, способный декодировать текстовый, речевой или визуальный посыл за очень короткое время, потребитель, у которого всегда есть выбор и поэтому его сложно удержать. Так, например, бренды находятся сегодня в постоянной борьбе за свою целевую аудиторию. Вербально-визуальная семиотика рекламного дискурса нашего времени сделала довольно большой шаг вперед с точки зрения возможностей взаимодействия с потребителями, с помощью компьютерных технологий, с одной стороны, а также нового типа поколений eНомо, которые активно применяют сервисы web 2.0 (Z и Альфа), с другой.

Как, например, нам понимать бренд с позиций теории семиотики У. Эко? Рассматривать его с точки зрения вербально-визуального единства, то есть видеть в нем не только знак, созданный с помощью словесных и графических элементов, но и определенный социокультурный код, образ, символ, в которых заключена философия бренда, его сущность. Однако наши наблюдения показывают, что сегодня большинство брендов не ограничиваются только уникальными знаками, а принимают новый тренд в коммуникации — упрощение, выраженное в прямом соотношении знака и кода, графики и кода, образа и кода с одним смыслом, который понятен потребителю и входит в принятую им (и обществом в целом) модель восприятия картины мира. Причем эта тенденция отмечается в рекламной коммуникации, бренд-коммуникации, а также в дизайне упаковки, территориальном брендинге и т.д. Приведем несколько примеров (см. Рисунок 4/Picture 4 URL: <https://yandex.ru/images/> дата обращения: 01.03.2021).

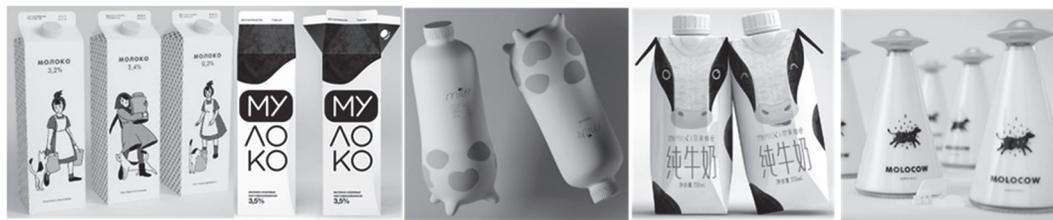


Рис. 4. Семиотика упаковки как часть стратегии бренд-коммуникации
Picture 4. Semiotics of Packaging as part of brand communication strategy

Дизайн-коммуникация приведенных в пример упаковок транслирует и образ продукта, и упаковку, и образ бренда. Здесь сочетается уникальность и понятность визуальной и вербальной концепции, картинка не просто дополняет текст, а содержит ассоциативные ряды, выраженные семиотическими знаками: цветом, формой, иконическими знаками, графическими изображениями. Например, на 1-й картинке изображена серия молочница и кошка, каждая картинка относится к определенному типу молока, с тем или иным % жирности, но помимо информации о продукте, мы видим и юмористическую ноту в том, как показана девушка и ее кошка — это те самые понятные и прямые ассоциации, о которых мы говорили выше. Каждая из упаковок представлена оригинальным дизайном, расцветка коровы (черно-белая или с коричневыми пятнами), вымя или голова — все то, что соотносится с представлением покупателя о том, как выглядит корова.

Также представленный вариант с конусообразными бутылками и плоскими крышками показался нам очень необычным с точки зрения коммуникации посредством семиотических знаков и заключенных в них кодов. «Идея обыгрывает известный интернет-мем о похищении коровы инопланетянами, а концепт рассчитан на детскую аудиторию. Форма бутылки имитирует световой луч, который исходит от инопланетного корабля, и похищает корову. Крышка бутылки выполнена в виде «летающей тарелки» пришельцев» [URL: <https://willad.ru/brending/poxishhenii-korovy-inoplanetyanami-v-koncepte-upakovki> дата обращения 03.03.2021].

Мы полагаем, что данные примеры подтверждают нашу мысль о том, что современный бренд с точки зрения семиотики рекламного дискурса — это синергия вербально-визуального комплекса с прямым соотношением образа и кода в современном социокультурном пространстве, в котором живет потребитель. В доказательство нашего вывода сам У. Эко в своих работах отмечал, что «иконический знак выражает <...> нечто общее, а не конкретное явление и требует закрепления вербально <...> Таким образом в иконическом знаке мы видим сходство не с объектом, а со структурой его восприятия» [11. С. 165—169].

Как воспринимает потребитель семиотический знак? Полагаясь на теорию У. Эко, а также на современные исследования, в том числе и наши, мы сделали вывод о том, что восприятие и процесс декодирования находится в социокультурном поле. Это означает, что чем более высокий уровень вовлеченности

человека (потребителя) в социальную и культурную среду, тем точнее и глубже понимание знака. Мы полагаем, что таким же образом работает процесс восприятия бренд-коммуникации в семиотическом пространстве. Однако следует учитывать тот факт, что, например, произведениям культуры или искусства не нужен массовый «потребитель» (есть любители оперы, андеграунда, поп-арта и т.д.), тогда как бренды «охотятся» на массового потребителя, за исключением брендов неэластичного (особого) спроса (элитное жилье, элитные автомобили и др.).

Интерес к семиотике и знаковым системам в области рекламной коммуникации сегодня объясняется свойствами знаков (по У. Эко):

- операциональность (минимализм знака способен транслировать информацию);
- социокультурность (знак существует в социокультурном поле);
- системность (знаки функционируют в системах, создают различные связи, матрицу пересечений смыслов, кодов);
- воспроизводимость (в коммуникационном пространстве знаки повторяются в разных областях, часть знаков прочно закрепилась в общественном сознании, а другая часть состоит из новых знаков, которые только появились в результате какой-либо деятельности).

Резюмируя наши рассуждения о теории семиотики У. Эко в области современной рекламы, завершим тем, что семиотика рекламной коммуникации/бренд-коммуникации заключается в передаче потребителю смысла бренда, с помощью знаковых систем в том социокультурном поле, в котором он (потребитель) живет. Работы У. Эко являются важными и значимыми не только в научной среде, но и в практической коммуникации.

Заключение

В нашей статье мы предприняли попытку исследовать семиотические знаки как феномен современного информационного общества, функционирующего в рамках информационно-технического и социокультурного прогресса. Частично — это новое прочтение элементов семиосферы, а также анализ особенностей применения семиотических знаков и их кодов в рекламной интернет-коммуникации нашего времени через призму научных подходов Р. Барта и У. Эко, а также исследований Ж. Бодрийяра и Ю. Лотмана, являющихся одними из центральных фигур в области семиотики.

Наши наблюдения в вопросах истории развития семиосферы и знаковых систем подтверждают мнение целого ряда представителей научного сообщества о том, что знаки — это примета времени, которое влияет на знаковые системы, добавляя одни знаки и коды, созвучные определенной эпохе, и уничтожая другие. Так, Г.Г. Почепцов отмечает, что знаковые системы задают определенные модели мира, которые позволяют человеку осуществлять более эффективное поведение, они упорядочивают мир вокруг нас и делают его более предсказуемым [12].

Исходя из утверждения о том, что картина мира полисемична, а знаки есть отражение реальной действительности, мы наблюдаем их способность формировать в обществе представление и понимание событий, явлений, процессов и предметов, окружающих нас. Поскольку общество развивается и технический прогресс идет непрерывно, знаки делятся на постоянные и новые, которые являются приметой времени. Так, постоянные знаки понятны разным поколениям, они составляют ядро социума (традиции, ментальность, семья, праздники, дети, природа, народная культура и т.д.), новые же знаки появляются для новых событий, ситуаций или для новых поколений, таких как Z и Альфа, они содержат новые коды, известные не всем представителям общества.

В истории общества существует множество социокультурных знаков и символов, образующих единой обширное семиотическое пространство, потому что свидетельства существования и развития различных социальных культур, явлений, трендов, событий находятся в семиотике, в ее иконических знаках, символике, содержащих определенный коды, обозначающие ценности и смыслы эпохи, времени, той или иной сферы деятельности, социума и индивида. Этот же принцип действия семиосферы мы наблюдаем и в рамках современной рекламной коммуникации, которая развивается параллельно с обществом, идет в ногу с потребительскими запросами, часто даже опережая, прогнозируя эти запросы, формируя новые тренды уже не только в пределах бизнес-коммуникации, но и с учетом социокультурных веяний и потребностей целевой аудитории.

Концептуальная природа информационного общества представляет собой социокультурную сферу с футурологической направленностью, где фундаментом выступает информация и ее производство, а также знания и цифровые технологии. Эти критерии не только определяют перспективы развития государства и его позиции в мировом глобальном пространстве (политическом, экономическом, научном, культурном и т.д.), но и общества, и индивида.

Современные коммуникационные процессы есть трансляция того, что мир находится на новом этапе развития человеческой цивилизации, где с приходом сетевых социальных сервисов web 2.0 кардинально изменился подход к жизнедеятельности и сферы производства, и сферы услуг, а также социального общения, бизнес-коммуникаций и проч. Актуализация семиотических систем в новой цифровой коммуникации усилилась еще и в период пандемии, когда мир более чем на год «ушел» в онлайн и обострилось всеобщее новое понимание сути и роли информации в нашей жизни, выявились новые потребности, произошла трансформация образа жизни, резко вырос спрос на электронные сервисы, услуги и мобильные приложения, способные удовлетворять запросы современного e-Номо. Таким образом, мы продолжаем развиваться в направлении активного применения цифровых технологий в новой информационно-коммуникационной среде, расширяя тем самым возможности семиотики и делая ее доступной разным возрастным категориям (как мы попытались показать на примерах рекламной коммуникации на площадках web 2.0).

Библиографический список

1. Моррис Ч.У. Основания теории знаков // Семиотика. М., 1983.
2. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров // Семиосфера. СПб., 2000.
3. Барт Р. Основы семиологии // Нулевая степень письма. М.: Академ. проект, 2008.
4. Кокорева Е.А. Семиология Р. Барта: письмо, идеология, мифология // Вестник Пермского университета. Сер. Философия. Психология. Социология. 2014. № 2 (18). С. 94—99.
5. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика; Культурная революция, 2006.
6. Арутюнян С.М. Основные этапы становления семиотики // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2008. № 2. С. 33—37.
7. Eco U. Trattato di semiotica generale. Milano: La nave di Teseo, 2016.
8. Eco U. Semiotica e filosofia del linguaggio. Torino: Einaudi, 1984.
9. Лутеро Т. О концепции У. Эко и его вклад в семиологические исследования // Язык и культура. 2015. № 18. С. 129—133.
10. Зотова А.С. Коммуникативные стратегии в современном медиадискурсе и деривационные способы их реализации // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6. С. 752.
11. Пашкевич Т.В. Семиотические идеи У. Эко в подготовке бакалавров по рекламе и связям с общественностью // Ползуновский альманах. 2015. № 3. С. 165—169.
12. Почепцов Г.Г. Семиотика. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2002.

References

1. Morris, Ch.U. (1983). The foundations of the theory of signs. In: *Semiotics*. Moscow. (In Russ.).
2. Lotman, Yu.M. (2000). Inside the thinking worlds. In: *Semiosphere*. Saint-Petersburg. (In Russ.).
3. Barthes, R. (2008). Fundamentals of Semiology. In: *Zero degree of writing*. Moscow: Akadem. project. (In Russ.).
4. Kokoreva, E.A. (2014). Semiology of R. Barth: writing, ideology, mythology. *Vestnik permskogo universiteta. Seriya filosofiya psikhologiya sotsiologiya*, 2(18), 94—99. (In Russ.).
5. Baudrillard, J. (2006). *Consumer Society. Its myths and structures*. Moscow: Republic; Cultural Revolution. (In Russ.).
6. Arutyunyan, S.M. (2008). The main stages of semiotics formation. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*. Moscow, 2, 33—37. (In Russ.).
7. Eco, U. (2016). *Trattato di semiotica generale*. Milano: La nave di Teseo. (In Ital.).
8. Eco, U. (1984). *Semiotica e filosofia del linguaggio*. Torino: Einaudi. (In Ital.).
9. Lutero, T. (2015). About the concept of U. Eco and its contribution to semiological research. *Language and culture*, 18, 129—133. (In Russ.).
10. Zotova, A.S. (2013). Communicative Strategies in Contemporary Media Discourse and Word-Formative Devices for Their Implementation. *Modern problems of science and education*, 6, 752. (In Russ.).
11. Pashkevich, T.V. (2015). Semiotics Ideas of Humberto Eco in Training of Bachelors on Advertising and Public Relations. *Polzunovskij al'manah*, 3, 165—169. (In Russ.).
12. Pocheptsov, G.G. (2002). *Semiotics*. Moscow: Refl-buk, K.: Wakler. (In Russ.).

Сведение об авторе:

Зотова Анна Сергеевна, доцент кафедры общественных процессов, СМИ и рекламных технологий, ФГБОУ ВО Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского; *сфера научных интересов*: семиотика, словообразование, рекламный дискурс, медиадискурс, бренд-коммуникации; *e-mail*: annazot@bk.ru ORCID 0000-0002-0025-5332, eLIBRARY SPIN-код: 5383-8707.

Information about the author:

Anna S. Zotova, Associate-Professor of the Department of Public Processes, Mass Media and Advertising Technologies, Moscow State University of Technology and Management named after K.G. Razumovsky; *research interests*: semiotics, word formation, advertising discourse, media discourse, brand communication; *e-mail*: annazot@bk.ru ORCID 0000-0002-0025-5332, eLIBRARY SPIN-code: 5383-8707.



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1299-1313

UDC [811.581+811.161.1]’373.612.2’22:133.522.2

Research article / Научная статья

Twelve Chinese Zoosigns of Zodiak: Tradition and Modernity

Vladimir N. Denisenko  , Zheng Yu XuPeoples' Friendship University of Russia (RUDN university),
6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198denisenko-vn@rudn.ru

Abstract. The work is devoted to the origins and peculiarities of zodiac signs in the ancient Chinese tradition. The study is carried out within the frames of linguocultural approach towards interpreting animalistic metaphors, namely, the zoonyms of the twelve zodiac signs which in China, are used to characterize people concerning their date of birth and are passed on from generation to generation. Chinese zodiacs are based on the astronomic theory of constellations and human worship (idolatry) of totems. It focuses on the comparison of zoonym metaphors reflected as Chinese zodiac signs both in the Chinese and Russian languages proceeding from the theory of metaphor in modern cognitive aspect to detect similarities and differences, and as well, the study of cultural roots of zoonym metaphors revealed in the Chinese zodiac signs. The object of the study concerns zoonyms of zodiac signs possessing the relevant meaning in the Chinese zoological lexis. The work elaborates the definition of the notion “zodiac”, describes the processes of the genesis, formation and development of the Zodiac culture and its specific cultural relevance; according to the analysis undertaken, the means to differentiate twelve animals of the Chinese Zodiac, and those of Chinese fairy tales, on the one hand, and, on the other hand, in Russian — animals were discussed and verified as to I.A. Krylov’s fables. The conclusion states that metaphors are determined by the language itself, and linguocultures of various nations are reflected in specific metaphors and other peculiarities.

Key words: metaphor, zoonymic metaphor, origins, Chinese zodiac, zodiac culture, contrast

Article history:

Received: 01.03.2021

Accepted: 15.09.2021

For citation:

Denisenko, V.N. & Xu, Zheng Yu. (2021). Twelve Chinese Zoosigns of Zodiak: Tradition and Modernity. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1299—1313. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1299-1313

© Denisenko V.N., Xu Zhenyu, 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

УДК [811.581+811.161.1]’373.612.2’22:133.522.2

Двенадцать китайских знаков зодиака: традиция и современность

В.Н. Денисенко  , Чжэньюй Сюй

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6
 denisenko-vn@rudn.ru

Аннотация. Работа посвящена проблеме происхождения и особенностей знаков зодиака в древней китайской традиции. Данное исследование выполнено в рамках лингвокультурного подхода к изучению метафор животных, связанных с двенадцатью знаками зодиака, которые в Китае используются для характеристики людей в зависимости от даты рождения и передаются из поколения в поколение. Китайский зодиак также основан на астрономической теории созвездия и поклонении людей перед тотемами. Цель исследования — сравнить метафоры животных из китайских знаков зодиака в китайском и русском языках на основе теории исследования метафоры в современном когнитивном аспекте, выявить сходства и различия, а также культурные корни метафор животных в китайских знаках зодиака. В качестве объекта исследования выбраны животные знаков зодиака, имеющие репрезентативное значение в китайской зоолексике. В работе дано определение понятия «зодиак», описаны процессы зарождения, становления и развития зодиакальной культуры и ее специфическое культурное значение, проанализировано, чем двенадцать животных из китайского зодиака отличаются от русских животных на материалах басен И.А. Крылова и китайских народных сказок. Делается вывод о том, что между языком и метафорами очень тесная связь: лингвокультура разных народов отражается в специфических метафорах и других особенностях.

Ключевые слова: метафора, метафора животных, происхождение, китайский зодиак, культура зодиака, контраст

История статьи:

Дата поступления: 01.03.2021

Дата приема в печать: 15.09.2021

Для цитирования:

Denisenko V.N., Xu Zhenyu. Twelve Chinese Zosigns of Zodiac: Tradition and Modernity // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1299—1313. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1299-1313

Introduction: Peculiarities of the Chinese Zodiac

The relevance of the study’s issue is determined by the fact that the description of the signs of the Chinese Zodiac 生肖 (shengxiao) is also known as “The Calendar of Zodiac Signs marking the Man’s Year of Birth” and includes symbolic animals: a rat, an ox, a tiger, a rabbit, a dragon, a snake, a horse, a goat (sheep), a monkey, a rooster (hen), a dog and a pig [1]. The word-hieroglyph «生» (Sheng) means ‘the year of birth’, and «肖» (Xiao) denotes ‘resemblance and similarity’ which makes

生肖 (Shengxiao) meaning ‘zodiac sign of the year of birth’. It also means that the birth of a man is connected with a certain animal symbol.

The Chinese Zodiac develops on the basis of worshipping animals and totems of the ancestors, and long time ago it has become conventional and universal for the Chinese people. Each zodiac animal has gradually acquired its own unique metaphorical meaning.

Twelve zodiac signs are visual representatives of the twelve Earthly Branches, namely: 子 [shǔ] ‘a rat’; 丑 [niú] ‘an ox’; 寅 [hǔ] ‘a tiger’; 卯 [tú] ‘a rabbit’; 辰 [lóng] ‘a dragon’; 巳 [shé] ‘a snake’; 午 [mǎ] ‘a horse’; 未 [yáng] ‘a goat’; 申 [hóu] ‘a monkey’; 酉 [jī] ‘a rooster’; 戌 [gǒu] ‘a dog’; 亥 [zhū] ‘a pig’. In course of history, national beliefs gradually formed a conception of mutual emanation and mutual inhibition, which is revealed in human life, in marital relations, a yearly well-being, etc. Each animal of the Chinese Zodiac has got an opulent history, and many legends are told of it. It’s formed the systemic base to interpret the notions which has become the philosophy of images in the folk culture, e.g., zodiac signs for marriage, prayers and devotions and dates of birth. Nowadays more and more people consider a Chinese zodiac sign to be an amulet of the coming new year and the symbol of cultural events and entertainments.

Zodiac signs have been quite close to everyday and social life of people since long time ago. And those twelve animals one can tentatively divide into three categories.

The first category involves six domestic animals which were tamed by a man long time ago. Those are: an ox, a goat, a horse, a pig, a dog and a rooster as the people have domesticated them for the household and other purposes.

The second category concerns five wild animals as a tiger, a rabbit, a monkey, a rat and a snake. Among those, there are some who are in fear and tremble in front of people, and the other ones, on the contrary, intermeddle in human lives, e.g., tigers and snakes. People used to hate rats, as well. The greater part of people like rabbits and monkeys, though these animals are not domesticated yet, they are closely connected with people in their everyday life, so they were included in the list of zodiac signs.

The third category makes a traditional amulet of the Chinese nation. A dragon is the only imaginary, mythical animal of the Zodiac and the result of the totem human worship in the ancient society. A dragon evokes a particular feeling among the Chinese. In the Chinese national consciousness a dragon is a kind of God who can cause the wind and rain, who can levitate in the sky, and banish the fog and mist. It has got the highest status. Although a dragon is a sort of a spiritual fabulous creature, it makes the symbol of the Chinese nation. A dragon incarnates wealth and is the most symbolic merciful animal, so the dragon’s presence in the Zodiac is typical and natural.

The Zodiac culture proposes the relations between people, nature and society. It contains deep ideas, conceptions and is closely connected with the real world, to

the full extent, reflecting customs, models of thinking, values, ethics and aesthetical tastes of different types and places.

Zodiac represents an ancient symbol of the folk culture. There are a great many of poems, couplets, pictures, calligraphic patterns and folk trades depicting the zodiac sign images. Both in China and in many countries worldwide, as well, there are published postal stamps devoted to Chinese zodiacs, and the Chinese New Year is celebrated [1].

Reasons and motives of the Chinese Zodiac culture genesis and linguocultural significance of the Chinese zodiacs

The genesis and origins of any culture have their own imminent historic reasons, and particularly but not exclusively, it concerns the Zodiac culture. Already at the times of the Han dynasty, the people of China started to use the Calendar of the Heavenly Stems and Earthly Branches. The complete Calendar of the Heavenly Stems and Earthly Branches was found even in the inscriptions on the oracle bones. Ye Shu-Xiang was the first one to draw the conclusion that “to write down and fix the span of twelve years, the notion of the twelve Earthly Branches is abstract, complicated and not comfortable to remember, so the twelve zodiac signs are used to fix the year span” [2]. Actually, there exists a certain link between the zodiac culture and astronomy; there also exists a certain link between the origins of zodiac animals and the Jupiter cycle. The influence of the Totem culture on the Zodiac culture is also quite evident.

The primary significance of the Zodiac culture might possibly be revealed in the writing down of a year, month and day, so that they might be connected with “the Heavenly Stems and Earthly Branches” to form a new type of dating. With the evolution of “Yin and Yang” theory, the appearance of five elements and a number of fatalistic approaches, the Zodiac culture gradually started to be connected with the year of birth and human destiny thus becoming widespread. In “王红旗. 神妙的生肖文化与游戏. 北京: 三联书店 (‘A Wonderful Culture and the Chinese Zodiac Games’) [3], Wang Hong-Ji wrote that the genesis of the Chinese Zodiac culture has got its own imminent cultural significance: as soon as on the Earth there exists a twelve-year cycle of biological development, each one of those twelve years suits the growth of a certain animal. If the people born in a year of a certain animal can model themselves on this animal, it’s useful for their development, too. Which is why, the zodiac sign of a man is denoted by a definite animal which becomes his symbol. This year is called by the name of the animal whose imitation would help a man develop and grow. Wang Hong-Ji assumes that the essence of the Zodiac culture lies in connecting the time of birth of a man with a definite animal and to a certain extent, in foretelling the behavior of some people.

Chang Hao wrote in the work “Twelve Chinese Zodiac Signs”: “According to the astronomic calendar, in fact, any Chinese Zodiac visually denotes the time of the Heavenly Stems and Earthly Branches [4]. It confirms that the relations between Chinese Zodiacs and Earthly Branches are inseparable.

The Origins of Zodiacs

The Chinese theory of the origins of zodiacs could be explained by the following assumptions.

Chinese zodiacs descended from worshiping totems

Main scholars studying Chinese zodiacs are Ha Sing Lang, Dong Zi Jian, Lu Yao Hang. So, Dong Zi Jian assumes that the ancient surname and the zodiacs have a common origin. According to the text studies by Gu Yanwu (born Gu Jiang), in the time of “Spring and Autumn”, there existed only 22 Chinese surnames. Proceeding from this historic datum, Dong Xi Jian believes that the most ancient surnames are just twelve family names which originated from the names of 12 animals — the totems of the ancient society. In “The Study of Ancient Family Names and the Chinese Zodiacs as Totems”, he wrote that twelve animals came into being from the totems. Ha Sing Lang in his study “Totems Culture and the Origins of Human Cultures” refers to the articles by Dong Zi Jian “Ancient Family Names and Zodiac Totems” (1946) and “The Calendar of ‘Twelve Animals’”, which emerged from “The Legends of Totem Worships of the Primitive People” collected by Lu Yao Hang (1979). Comparing the ideas of both scholars, Ha Sing Lang made a conclusion that “from different points of view, these articles explain that all the twelve animals and zodiac signs of ancient Hang people and ethnic minorities arose from totems”. Ha Sing Lang also approves the assumption that the Zodiac culture originated from the totem worship, which is partially reasonable” [5].

Chinese zodiacs were stimulated by animal worship

Mao Zemin and Fang Zhou make a remark in “The Great Opinion of the Chinese Zodiac Words”: “The correlation between the twelve Earthly Branches and animals appeared due to the worshiping animals in ancient times” [8].

As to the interconnection between the twelve branches of animals and the year of a man’s birth, in the times of the “Southern and Northern Dynasties”, there were references to such zodiac signs of people as “Dun Hung was born in the year of a pig”, “Zhui Hua Zing was born in the year of a horse” [Southern tzi-five elements; the author is Ban Gu also called Mengjian (AD 32–92), a Chinese historian and poet, the creator of ‘dynasty history’ genre.

In his study “Twelve Zodiac Signs and Life” (2005), Zhuhou stated that “twelve branches were skillfully used in Yin and Shang dynasties, and zodiac signs appeared only in the times of “Spring and Autumn”. Zodiac signs were created later than the twelve Earthly Branches, and they were attached to the twelve branches. Twelve kinds of animals were chosen. As symbols of the twelve Earthly Branches, the Zodiac emerged from the psychology of worshiping animals by ancient people” [7]. But his assumption is not approved academically. Modern studies don’t let

accept the definite conclusion concerning the correlation between zodiacs and the Heavenly Stems and Earthly Branches.

The ancestors of the primitive society often used like a totem some definite animal, an inanimate object or natural phenomenon as the protector or symbol of the clan. Mixed pictures of people and animals in “Shang Hai Zin” (one of the three great books of ancient China) are totems of gods of ancient times except for a dragon, which is an illusion, and one can see zodiac signs every day. They can also be divided into two categories: six domestic animals (a horse, an ox, a goat, a rooster, a dog, a pig) and six wild animals which were feared by our ancestors (a rat, a tiger, a rabbit, a dragon, a snake, a monkey) [8]. Those animals were worshiped as the name of the clan.

Ethnologist Lu Yao Hang proceeded from the assumption of totem relics of the nation and changed the idea of the origin of “The Twelve Animals Calendar”. In “Mao Dao Y” and “Guy Shi Y” — the twelve animals calendars — there are listed together a man and twelve animals to describe the chronology of the tome between the years of 1922—2012. Until now, people use twelve animals to register the date, and to give the names of streets, e.g., Tiger street or Rabbit street, as well. In “Historic Chronicles of Five Emperors” (known as ‘Shiji’), Sima Qian, a writer and historian of the Han Dynasty, wrote that the Yellow Emperor (206 BC—24 AD) “tamed a brown bear, panther and tiger and with them, he fought against the Yan Emperor in the Ban Xuan jungle” [4]. Those three animals could be referred to as totems of different ethnos. Thus the Chinese Zodiac originated from the worship of totems of the primitive society and became a solid theory.

The goal of the totem classification is the division of ethnic groups. Let’s discuss the totem of a bird, for example. The bird Phoenix is connected with the Shijiahe culture: the totem “Bird” is connected with the Liangzhu culture, and the totem “Eagle” belongs to the Longshang and Liangjitang cultures. So different systems could be mentioned. Those few cultural systems are mainly parallel, but their basic cultural structure has got similarities which demonstrate the obvious proximity of cultural ties. Both regional character and similarities in the so-called Jade culture are the results of irregular and unbalanced development, convergence and emanation of the early Chinese cultural variety which adequately correlates with the general evaluation of the ancient Chinese civilization in the cultural archeological studies. The “Jade Bird” and “Jade Phoenix” were widely spread in the times of Shang and Zhou. The piece of handiwork as a jade handle, or “Phoenix pattern” is a typical decoration for the Western Zhou dynasty. The Shang dynasty had also got “Phoenix pattern” which inherited the tradition of the Shijiahe culture and differed from the Western Zhou Phoenix. The birds of the Shang dynasty actually differ from the birds of the Liangzhu culture; the Zhou dynasty Phoenix differs from that one of the Shijiahe culture. But all those images could have naturally reproduce distinct general features of the configuration which means they rest upon the cultural continuity.

The Chinese Zodiac resulted from the astronomic theory of constellations

As to the origin of the Chinese Zodiac, modern academic studies principally focus on the two periods of the prehistoric epoch and the Zhou dynasty. It's worth precisising here that the Zodiac isn't formed at a single stage, it doesn't make a single step, as its formation and development is a long and flexuous process.

Zhang Hao put forward the following conclusion in his work "The Twelve Zodiac Signs": "The Shang dynasty has already used "Stems and Branches" symbols, as well as a few zodiac symbols of animals. By the time of the Spring, Autumn and Fighting Kingdoms, the names of the Zodiac were mainly formed, and they were finalized in the times of the Han dynasty, since when the Zodiac became popular" [10]. Sill, other points of view seem more rational.

Ancient people distinguished stars and constellations, arranged near to the ecliptic and the Equator, into 28 constellations, or "houses". Accordingly, twenty-eight "houses" represent the animal varieties. In ancient times, a week and the Heaven were divided into 12 equal parts, represented with 12 Earthly Branches, and 12 governors belonged to a certain zodiac sign; between a zodiac sign and 28 stars there was established the adequate correlation [7]. A scholar of the Min dynasty — Wan Hua believed that 28 kinds of animals belonged to the 28 constellations, and they were united by "the seven looks" thus forming the image of "the Earthly Bat female species, virtual Solar Rats, dangerous Moon Swallows" [7]. Ling Chen Qíng of the Quin dynasty believed in "Sun Xia Guan Zou Yan", which means that 28 animals-residents existed, e.g., "the first twelve houses doubled" (28 kinds of archeological animals according to the Chinese Zodiac). However, the concomitant association is inevitable, and the record of the 28 stars with corresponding animals appeared later then the twelve zodiacs.

The Chinese Zodiac originated due to the Jupiter Theory

Number 12 was obtained on the basis of ancient observations of the heaven, and it was firstly used in the Chinese calendar of the 613 BC. Ancient people discovered that the Sun and the Moon rotate in ecliptic way during a week and meet each other exactly 12 times a year. The ancestors of the Chinese people established the period of 12 years as the first epoch, because the Jupiter could be seen just one day out of all the 12 years of the heavenly phenomenon. Zoon-ho wrote in "The Twenty Signs of Zodiac and Life": "Ancient astronomy divides the Heavens 12 times. The stars move once a year, and one day of the twelve years is called the first period. The first period equals twelve years" [10]. In China, the twelfth day of the Sun and the Moon means they meet in the East, which actually is the twelfth hour. In spring, summer, autumn and winter a month is determined by the Baidu navigation (the Chinese satellite navigation system), and there exist twelve "houses". This helps draw the conclusion that ancient people viewed the astronomy and calendar system under the umber "twelve".

“Twelve is the great Heaven number” — this is the result of the observations of ancient people. There is no discord on the issue. The Heaven itself also reflects the birth of the Chinese Zodiac and the harmony of the stars, establishes the connections of calendars.

The Jupiter moves just one day and appears once in 12 years, and the yearly sequence of the Branches could be determined according to the Jupiter’s position. Thus, the source of “The Collection of the Lost Books in the house of Yu Han Mountain” tells us that every 12 years one can observe: “Rang devastated at the age of three, Kang at the age of three, and the draught of the three years running, and hunger of each year” [11].

The rise and fall of the plants and the animal life environment develop in cycles. Life habitat of the herbivores (rats, cows, horses, goats) and fleshy-eaters and omnivores greatly vary from year to year. If people born in different years can assume the examples of wild animals in that very year, the formation of zodiac animals is taking place to agree that the rise and fall of animals is connected with the Jupiter year, and the Zodiac and 12 heavenly years are united.

Comparison of the metaphors of zoonyms of the Chinese and Russian Zodiacs

A pig is the most ancient domestic animal, raised by people; it gives to them a great many of meat. In ancient China, pigs were considered to be the symbol of wealth, due to the limited production and low economic development. Pigs lived in the man’s house. The skills to breed pigs was the symbol of family and property. The Chinese hieroglyph 家 ‘a house’ means a pig « 豕 » under the roof «宀». However, with the economic and cultural development, with changes in human mentality the image of a pig has gradually changed. So far as people used to keep pigs in captivity, the pigs eat and drink in a small paddock, the man’s impression of pigs has gradually changed as of a lazy, stupid, greedy, ugly animal. And its metaphorical meaning also became pejorative.

In Russian culture, the image of a pig is similar. For example, in I.A. Krylov’s fable “The Pig under the Oaktree”, the Pig is characterized negatively. The Crow tells the Pig: “If you lay the roots bare, the tree could wither”, and the Pig answers: “Though it doesn’t exist for a century, I wouldn’t pity it. Let just the acorns stay: I’m getting fat on them”.¹ It speaks for the Pig’s stupidity and ingratitude.

The Pig in the I.A. Krylov’s fable “The Pig is also illiterate and stupid. Without seeing god and new around itself, it can see just bad: “I haven’t seen any wealth at all — just dung and litter”.

In ancient times the snake was considered the dragon’s prototype, so in the Chinese the name of a snake is also a “little dragon”. In the Chinese culture snake were treated as spiritual relics, they were worshiped since long ago. In legends and

¹ The translation is literally to render the meaning of phrases. — The authors.

myths of the Chinese people, the forerunners of humanities — Fusi and Nuva had human faces but snake's bodies, and their interaction helped to move up to the people. The idea that a snake could become dangerous, was born in the times of the Western Han dynasty. Since then, the number of folk legends about snakes torturing people, has grown; they started to play the role of monsters, and the snake at sight meant misfortune and disaster. Besides, snakes are cold-blooded animals of strange exterior, who creep on their own body; they are aggressive towards people, so they cause even greater disgust and fear among the people. Some snakes are also very venomous, so a snake is called “the head of five venoms”. In Chinese, the word-collocation of “snake's heart” is often used to describe evil and angry people. Thus in Chinese, the metaphoric meaning of a snake mainly symbolizes something vicious, evil and cunning.

In the Russian culture, a snake is also angry and bloodthirsty. In the fable «The Boy and the Snake» by I.A. Krylov, the Boy seized the Snake, and the Snake said: “This time, the God would excuse you, but take care for the future and learn who you may play jokes with”, and then it ate the Boy.

According to Charles Darwin's theory, human beings got their origin from primates, and many of their habits are similar to the monkey's ones, so people are much more closer to monkeys than any other animals. The word 猴 (hou) — ‘a monkey’ is a homonym to the word 猴 (hou), denoting the rank and title in ancient China. Which is why in the traditional Chinese culture the Monkey zodiac symbolizes good luck. Monkeys have got a highly-developed brain, so they are clever, so people think that they are mainly clever, disobedient and sweet. In the narrative “A Dream in Red Mansions” (traditionally 紅樓夢 ‘Hongloumeng’), one of the four great Chinese masterpieces, the author always uses the theory of body moves, e.g., guessing a riddle, the character Baoyu ran up to the Sky lantern (‘kongming’) and “gave instructions right and left with ample criticism, saying, it was no good one, the other one was broken and unhappy like a dismembered monkey”. He literally used an expression “towards he-monkey” and “the bowel of he-monkey” (both bearing grammatical masculine gender!) to describe disobedient and mischievous Jia Baoyu (the main character of the narration “A Dream in Red Mansions”). And though monkeys are clever and quick of foot, they are also cunning and restless. In the masterpiece “Journey to the West” (西遊記 1592) by Wú Chengen (1500—1582) the King of Monkeys demonstrated typical monkey features to the full extent and deeply impressed people. But in the Chinese language, the metaphoric significance of monkeys is mostly negative.

In the fable “Monkeys” by I.A. Krylov the Monkey is hypocritical and shortsighted. The monkey catcher was purposely rolling in the net on the grass, and the monkeys mindlessly started to follow his suit — in nets, “somersaulting, rolling, shouting, screaming — terrific fun!” without noticing any danger for themselves. When monkeys had to get out of the nets, “no one could have disentangled, and were taken with man's hands” [13. P. 50].

A goat is a passive animal by nature, and for the majority of Chinese it personify lenience and kindness. The word “good” of the first version of 三字经 — “Three Character Kanoon” (lit. ‘three, a hundred, a thousand’), or “The ABC of the Chinese language” says that “The human origins is ‘good’” and it comes from the word ‘goat’. To a certain extent, it also reflects the strife of ancient Chinese governors to make the people passive, obedient and easy to be governed. In Chinese, the expression “obedient little goat” is often used to describe obedience and timidity of people. From time to time, the zoonym ‘goat’ is used to denote honest and noble people, e.g., the Chinese fable

«神羊盗五谷的传说» (‘The Legend of the God and the Goat Stealing Grain’) told that the goat stole grain from the God to save people from hunger, but finally, 玉帝知道这件事之后十分生气, 他命天神将羊拉到人间屠宰 (the Jade Emperor was very angry when he learnt about this and ordered gods to bring goats to the Earth to slaughter them) [11].

In I.A. Krylov’s fable “The Wolf and the Lamb”, Lamb is naïve and weak. The little Lamb went to the stream to drink water, but “there was the trouble”. The Lamb wasn’t guilty at all, but the Wolf still dragged the Lamb to the forest saying: “You are guilty because I want to eat”.

Just because goats are quite obedient, they used to make an object of intimidation and fear. So the goat-metaphor means weakness, cowardice and obedience.

When one speaks of oxen, the Chinese often think of “hardworking” and “earnestness”. Due to breeding the cattle, the Chinese become closely attached to cattle species, and they render to those such nice qualities as honesty and hardworking [12].

China is a vast agrarian country. In ancient times, agriculture was there was the base and the cornerstone of the economic development. And cattle made the important element of the agriculture. People use to think of cattle as hardworking, selfless, devoted help in hard work. According to the famous legend “The Shepherd and the Weaver”, the Cow fully devoted itself to the Shepherd Boy, which to the full extent embodies selfless and hard work. In the fable «牛神被贬的传说» (‘The Legend of Demoting the God-Ox’) the Ox is really hardworking. After the demoting, the God-Ox’ had truly to help people turn up the soil in the fields (‘牛神只好老老实实帮助人们犁田耕地’) [12].

In the fable “Animal Pest” by I.A. Krylov, the Ox is obedient and sincere. For his honest confession that he “had stolen a clump of hay of the priest’s haymow”, he was punished: “the Ox was put on fire”.

In ancient China a horse was the main driving force as to transport and military activity, which is why it plays an important role in history. Metaphoric significance is multifaceted. Horses might be useful not only for crop farming, but to transport

people and loads, to wage wars. They move fast, so people consider horses be a symbol of speed and talent.

A tiger is the King of animals, and in ancient China it is denoted by two hieroglyphs — 寅 ('Yin') and 虎 ('tiger'). The word 寅 ('Yin') as an inscription on the oracle bones looks like an arrow, and this image combines both cruelty and virility. If cannibalism of the Bronze Tiger of the Sheng dynasty period reflects the ancient people's fear of tigers, the sign of tiger during the war symbolizes the intention to gain a victory. In battle, "the White Tiger Flag" means 'a brave man', or 'tiger's general' — simultaneously a tiger amulet and a weapon of tiger stripes color [11]. Tiger's forehead is broad and resembles the Chinese hieroglyph 王 ('Wan'), symbolizing strength and courage. Tiger's appearance means powerful, and its character is both brave and cruel, so the image of a tiger has got two absolutely different significances.

In Chinese fables, the Tiger personifies strong, powerful, heroic and decisive people. As in the Chinese fable 狐假虎威 (lit. 'Fox uses the Tiger's Power') the Tiger is powerful, influential and strong: 野兽们见了老虎, 纷纷跑开了 ('Animals saw the Tiger and ran away').

In Russian fables, tiger's place is occupied by a lion. So in I.A. Krylov's fable "The Lion and the Wolf" the Lion is the King of animals, extremely strong and powerful. When during breakfast a small dog stole some meat from him, the Lion "didn't pay any attention and had no regret", but when the Wolf stretched the paw towards the Lion's dish, the Lion didn't let it off and tore the Wolf to pieces. This is the revelation of the Lion's strong and cruel character.

In ancient China the main use of dogs was to protect the house; their status was not high, and much more attention was paid to dogs' obedience. Moreover, in ancient times only powerful people could breed dogs, so in the traditional Chinese culture dogs are the symbol of obedience and power and are often horrible villain. In modern China dogs are usually fed as domestic animals. As dogs are devoted to people, they are not just those mostly beloved domestic animals, but are also considered to be true partners and good friends. Many people even consider dogs as the family members.

For example, in the fable 义犬救主的故事 ('The Story of the Holy Dog-Life Savior') the Dog is a devoted and brave animal: "船上的黄狗见商人遇险, 便毫不犹豫地跳入了河水中, 想要救起商人" ('Having seen that the owner is in danger, without any doubt, the Dog jumped into the river and saved him').

In I.A. Krylov's fable "The Dog, the Man, the Cat and the Falcon" the dog's image is similar to its image in the Chinese culture. So, when "the Bear opened his mouth widely", the Falcon and the Cat ran away, and the Man could have lost his life. Only the devoted Dog stayed and "fought the angry Bear". It speaks in favor of the dog being the loyal and brave character [13. Vol. III. P. 181].

In the Chinese mythology a dragon is a magic animal that could fly in the rain, and in the floating clouds, and in the thick fog. In the traditional Chinese culture dragon is always the symbol of well-being. Together with Phoenix, Unicorn and Turtle, Dragon is known as one of the four great animals of China. Dragons were invented by people proceeding from various animals' graphics, but actually they don't exist in reality. However it doesn't influence on the human admiration and worshipping them. In the traditional Chinese culture dragon is the symbol of Imperial power.

The Rooster (or Hen) is the only bird of the Chinese Zodiac. Besides the fact that it represents the immediate source of food for a man, a hen lays eggs, and rooster is an alarm clock in the morning, so the bird is closely connected with people.

The Rat (or Mouse) occupies the first place in the Chinese list of twenty Chinese zodiacs. The Rat steals food, which is contained in the following Chinese saying: "A hamster has food in plenty". It proves the house is rich, and rats in the house symbolize wealth.

Because of their humble appearance, a tiny body, the know-how to hide and escape, in human perception, rats (mice) are at most thievish and cunning, and their ability to reproduce themselves is highly strong, people used to repugn these animal creatures. In China, rats (mice) are thought to be infestant along with cockroaches, butterflies, mosquitos and flies. Taking into consideration rats' (mice's) appearance, their life patterns and habits and relations with people, In the Chinese language the greater part of words and idioms, referring to rats (mice), contain pejorative meaning, and the metaphor meaning could also be pejorative.

See the fable «玉皇大帝选生肖» ('The Jade Emperor Chooses the Zodiac'): among zodiacs, the Rat took the first place thanks to the Ox. So one can see that the Rat is cunning and wild.

In the Russian Literature the Rat (Mouse) is an honorable and honest animal. As in the fable "The Lion and the Mouse" by I.A. Krylov, one can read: "The Mouse asked the Lion to make suit to her" as if "at times to be of service to him" [13].

The Rabbit character has got a longtime history in the traditional Chinese culture. When Rabbits are the point of issue, the Chinese used to think of 玉兔 ('Yutu') or Jade Rabbit, who accompanied 嫦娥, ('Chang'e') in the Guanghan (广汉) Palace. According to the folklore sources, the Emperor saw that Chang'e lived alone in the cold and empty Guanghan Palace, so he let Yutu, the Jade Rabbit to reduce medicine to powder under the laurel tree in the Guanghan Palace, and accompany Chang'e. In ancient China the Rabbit was also called 'the Moon'. Besides denoting the Moon, in Chinese, rabbits often symbolize prettiness, gentleness and smartness. Lively and pretty children are often associated with rabbits. In the Chinese language there are many metaphoric expressions connected with rabbits, e.g., the fable «玉兔的传说» ('The Legend of the Rabbit') reads: «我家也没有什么吃的能分给你们, 所以你们就把我吃掉吧» ('I have nothing to

eat at my home, so you may eat me’). So the Rabbit’s kindness and generosity is demonstrated. And in the I.A. Krylov’s fable the Rabbit is cunning and boastful [13].

Conclusion

Finally, due to its specific role in the traditional Chinese culture, the Zodiac culture has become an important integral part of the Chinese tradition attracting much attention.

Proceeding from studying of a great number of historic and literary materials, we came to the conclusion that the development of the Zodiac culture was a really very longtime process, starting from the period of its genesis (until the Zhou dynasty), the period of development and changes (periods of Zhou and Qing dynasties), the period of maturity (the times of the Southern and Northern dynasties of Wai and Qing). At all those stages the Zodiac culture was developing and progressing from the start towards gradual formation, from uncertainty to gradual definiteness, from a single meaning to complexity. At present, this process is no longer a secret or riddle. Moreover, one may conclude, that in course of its formation the Zodiac culture experienced the influence of many factors, including everyday life of ancient people, their worshiping totems, their relations with animals, astronomy, calendar, production and so on. Thus, the process didn’t depend on any single factor, the background of its formation was extremely complex. Still, finally, the Zodiac culture was formed and shaped, and we inherited it.

References

1. Encyclopedia of China (2009). Beijing: Chinese publishing House “Encyclopedia”. pp. 20—162. (In Chinese).
2. E, Shuxiang (1998). The Zodiac Culture and its origins. In: *Search of the Roots*. Beijing. (In Chinese).
3. Wang, Hong-Qi (1992). *Remarkable Culture and the Chinese Zodiac Games*. Beijing: Sangliang. (In Chinese).
4. Zhang, Hao, Yao, Wei-Jun & Ju, Hangqian. (2001). The Chinese Zodiac. In: *Education of Hubei Province*. Wuhan. (In Chinese).
5. He, Xing-Liang (1985). *Totemic Culture and The Origins of Human Cultures*. Beijing: Chungo Shehui Kesue. (In Chinese).
6. *The Beautiful Pictures of the Chinese Zodiac Signs and Words* (1990), Mu Tziming & Fan Zhou (Eds.). Beijing: “Blue Sky” Publishing House. pp. 3—9. (In Chinese).
7. Zhon, Hoe (2005). Twelve Signs of the Zodiac and Life. In: *Chinese Business Press*. pp. 1—15. (In Chinese).
8. Li, Shijia (2005). *The Mysterious culture, Numbers and Zodiac Signs*. Hainan: Hainan University Press. (In Chinese).
9. Lu, Yaohang (1986). *The October Calendar of the Civilized China*. Yunnan: The Yunnan Peoples’ Publishing House. (In Chinese).
10. U, Yujchen (2004). The Culture of the Chinese Zodiac. Tianjin: The Tianjin Peoples’ Publishing House. pp.19—25. (In Chinese).
11. Series: “The Chinese Zodiac Culture” (2010). Beijing: Foreign Languages Press. pp. 4—30. (In Chinese).

12. Li, Tziming (2008). *The Ox as a Zodiac Sign*. Beijing: “Slon” Publishing House. pp. 35—40. (In Chinese).
13. Krylov, I.A. (1945). *Complete Works*. Vols. I—III. Moscow: Goslitizdat Publishing House. (In Russ.).

Библиографический список

1. 中国大百科全书编委会. 中国大百科全书: 中国大百科全书出版社, 2009: 20—162. [Энциклопедия Китая. Китайское издательство «Энциклопедия», 2009. С. 20—162].
2. 叶舒宪. 生肖文化及其起源. 寻根. 1998. [Е Шусянь. Зодиакальная культура и ее происхождение. Поиск корней. Пекин, 1998].
3. 王红旗. 神妙的生肖文化与游戏. 北京: 三联书店, 1992. [Ван Хунци. Замечательная культура и игры китайского зодиака. Пекин: Санлиан, 1992].
4. 张皓,姚伟钧,余和祥. 十二生肖. 武汉: 湖北教育出版社, 2001. [Чжан Хао. Яо Вэйцзюнь, Ю Хэсян. Китайский Зодиак. Ухань: Пресса для образования провинции Хубэй, 2001].
5. 何兴良. 图腾文化与人类文化的起源 1992. [Хэ Синлян. Тотемная культура и происхождение человеческих культур. Пекин, 1992. С. 329—333].
6. 穆子敏,方舟. 生肖珍闻词语大观. 蓝天出版社. 1990: 3—9. [Му Цзыминь и Фан Чжоу. Великолепный вид китайских знаков зодиака и слов / Под ред. Му Цзыминь и Фан Чжоу. Пекин: Издательство «Голубое небо», 1990. С. 3—9].
7. 仲候. 十二属相与人生. 中国商业出版社. 2005: 1—15. [Чжунхоу. Двенадцать знаков зодиака и жизнь // Китайская деловая пресса. 2005. С. 1—15].
8. 李时佳. 神秘文化数生肖: 河南大学出版社, 2005: 11. [Ли Шицзя. Таинственная культура, числа и знаки зодиака. Хэнань: издательство Хэнаньского университета, 2005].
9. 刘尧汉. 文明中国的彝族十月历: 云南人民出版社 1986. [Лю Яохань. Октябрьский календарь цивилизованного Китая. Юньнань: Народное издательство Юньнань, 1986].
10. 吴裕成. 中国生肖文化: 天津人民出版社, 2004: 19—25 页 [У Юйчэн. Культура китайского зодиака. Тяньцзинь: Народное издательство Тяньцзинь, 2004. С. 19—25].
11. 丛书编委会. 中国生肖文化: 外文出版社, 2010: 4—30. [Серия «Культура китайского зодиака». Пекин: Пресса на иностранных языках. 2010. С. 4—30.]
12. 李子鸣编著. 十二生肖 牛: 大象出版社, 2008: 35—40. [Ли Цзыминь. Знак Зодиака Бык. Пекин: издательство «Слон», 2008. С. 35—40].
13. Крылов И.А. Полное собрание сочинений в 3 т. М.: Гослитиздат, 1945.

Сведения об авторах:

Денисенко Владимир Никифорович, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой общего и русского языкознания, филологический факультет ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»; *сфера научных интересов*: теория языка, лингвистическая семантика, прагматика и семиотика, сопоставительные исследования языков; *email*: denisenko-vn@rudn.ru Scopus Author ID: 57193133860; ResearcherID: A-6522-2017; ORCID: 0000-0001-6021-4068.

Сюй Чжэньюй, аспирант кафедры общего и русского языкознания, филологический факультет ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»; *сфера научных интересов*: лингвистическая семантика и прагматика, теория текста, стилистика языка и речи; *email*: 1042198008@rudn.ru

Information about the authors:

Vladimir N. Denisenko, Prof. Dr.Sc. (Philology), Professor, Professor-Consultant of the General and Russian Linguistics Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia — RUDN University. *Research interests*: theory of language, linguistic semantics, pragmatics and semiotics, comparative linguistic studies; *email*: denisenko-vn@rudn.ru Scopus Author ID: 57193133860; ResearcherID: A-6522-2017; ORCID: 0000-0001-6021-4068.

Xu Zheng Yu, PhD student of the General and Russian Linguistics Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia — RUDN University. *Research interests*: theory of language, linguistic semantics and pragmatics, language and speech stylistics; *email*: 1042198008@rudn.ru



РЕЦЕНЗИИ BOOK REVIEW

DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1314-1322

УДК [811.161.1+811.111]:165:159

Коммуникативные компетенции: три пособия кафедры речеведения и теории коммуникации МГЛУ, Минск, Беларусь

Е.А. Красина , Е.С. Рыбинок 

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6
 rybinok-es@rudn.ru

История статьи:

Дата поступления: 29.08.2021

Дата приема к печати: 15.09.2021

Для цитирования:

Красина Е.А., Рыбинок Е.С. Коммуникативные компетенции: три пособия кафедры речеведения и теории коммуникации МГЛУ, Минск, Беларусь // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1314—1322. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1314-1322

UDC [811.161.1+811.111]:165:159

Communicative Competences: Three Manuals of the Chair of Speech-Studies and Theory of Communication, MGLU University, Minsk, the Republic of Belarus

Elena A. Krasina , Eugene S. Rybinok 

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6, Miklukho-Maklay str., Moscow, Russian Federation, 117198
 rybinok-es@rudn.ru

Article history:

Received: 29.08.2021

Accepted: 15.09.2021

© Красина Е.А., Рыбинок Е.С., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

For citation:

Krasina, E.A. & Rybinok, Eu.S. (2021). Review: Communicative Competences: Three Manuals of the Chair of Speech-Studies and Theory of Communication, MGLU University, Minsk, the Republic of Belarus // *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1314—1322. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-1314-1322

Два основных свойства языка — членораздельность и символичность — ярко проявляются в процессе общения, в ходе реализации коммуникативных тактик и стратегий, которые формируют коммуникативное поведение в речевой деятельности в целом и в каждом отдельном речевом акте. Они непосредственно влияют на языковую форму и содержание: если членораздельность обуславливает интерпретацию и понимание содержания высказывания-сообщения с точки зрения языковой формы, то символичность целиком и полностью принадлежит языковой и внеязычной семантике, опирается на факты и факторы универсальной и специфической природы общения, на лингвистические и экстралингвистические условия передачи и приема содержания сообщения, наконец, на индивидуальные свойства коммуникантов.

В любом коммуникативном акте сообщение отличают две характерные черты — конвенциональность и интенциональность. При этом конвенциональность определяется, в первую очередь, лексическим и грамматическим аспектами отдельного языкового кода и общепринятых нелингвистических кодов (например, графические знаки дорожного движения, цветовые и звуковые сигналы, пиктограммы, логотипы, эмоджи и др.), а интенциональность в полной мере принадлежит говорящему лицу — адресанту. Несимметричность этих признаков сказывается на несимметричности ролей коммуникантов, на их реальной и потенциальной активности в речевом акте и, безусловно, на интерпретации высказывания, — в этом заключается, на наш взгляд, основная причина успешности/неуспешности коммуникации и обнаруживаются причины понимания/непонимания сообщения со стороны адресата.

Проблема понимания-непонимания была обозначена еще в античной философии: так, стоики, вводя понятие лектона (собственно языкового содержания) утверждали, что «варвары нас не понимают», тогда как философы и филологи XIX века, например, В. фон Гумбольдт и А.А. Потебня убедительно показали, что не бывает абсолютного понимания, а возможно только со-понимание, которое и свидетельствует об успешности коммуникации. Российский ученый А.А. Потебня, определяя язык как одну из форм мысли, понимая язык как постоянный переход от бессознательного к сознанию, и, далее, к самосознанию, и подчеркивал его абсолютно творческий характер [1]. Полагаем, что именно в этой плоскости целесообразно обсуждать проблемы коммуникативных компетенций, коммуникативных тактик и стратегий и коммуникативного поведения как неотъемлемого компонента речевой деятельности.

Три пособия, созданные на кафедре речеведения и теории коммуникации (МГЛУ, г. Минск, Беларусь) д.ф.н. проф. Т.В. Поплавской и к.ф.н. доц. Т.А. Сысоевой, «Пойми меня правильно: Интерпретация коммуникативного поведения» (Москва: Флинта: Наука, 2017 г.); «Successful Communication: Problem

Solving» («Успешная коммуникация: проблемы и решения»; Гриф УМО Минобрнауки Республики Беларусь; г. Минск: МГЛУ, 2019 г.) и «Онлайн и оффлайн коммуникация: секрет успешного переключения = Online vs. Offline: Don't Forget to Switch» (Гриф УМО Минобрнауки Республики Беларусь; г. Минск: МГЛУ, 2020 г.) [2—4] разрабатывают стратегии и тактики успешной коммуникации и формируют соответствующие компетенции, включая прикладные навыки и умения.

Цель пособия «Пойми меня правильно: Интерпретация коммуникативного поведения» — объединить теоретические знания о повседневном и профессиональном коммуникативном поведении, обратив особое внимание на его стратегии и тактики, чтобы сделать коммуникацию успешной. В центре внимания участники коммуникации с точки зрения их психологических, социальных и даже физических (биологических) параметров. Теоретически значимые компоненты коммуникации опираются на акт речи в концепциях Р.О. Якобсона [5] и К. Бюлера [6]. В фокусе акта коммуникации находится триада *адресант — сообщение — адресат*, которая проявляется посредством языка как общего кода, создает проекцию действительности и реализует ряд функций — от познавательной (репрезентативной) до метаязыковой, не сводимой исключительно к понятию языкового кода.

Современное общение реализуется с использованием целого ряда кодов: вербальных лингвистических и невербальных нелингвистических, по Г.Г. Слышкину и др. [7], и таким образом оно становится поликодовым [8; 9]. В этом отношении коды сохраняют двойственность: конвенциональность собственно кодов и интенциональность сообщения как выбор активного коммуниканта-адресанта, так и средств успешной коммуникации.

По справедливому мнению авторов пособия, успешность коммуникации формируется на основе «триады успешной коммуникации», включающей восприятие, понимание, эффективность [2. С. 10].

Пособие удачно сочетает теоретический и прикладной подходы. Теория ограничивается кратким обобщением и далее предстает в вопросно-ответной форме в каждом из разделов (см., например, первый раздел «**Восприятие, понимание, эффективная коммуникация**»), а практикум представляет собой проверку полученных знаний на конкретных ситуациях общения. Особое внимание: уделяется неоднозначности понимания, что естественным образом сказывается на обратной связи (от адресата) и понимании сообщения. Как правило, предлагаемые ситуации общения представлены в виде мини-диалогов; фрагментов художественных и публицистических текстов, текстовых объявлений, эмоджи, пиктограммы и идеограммы рекламных материалов, комиксов (рисунки), и др. Степень формирования умений и навыков проверяется творческими заданиями в ходе ролевых игр, в процессе написания заметок, статей и эссе, создания рекламного слогана и др.

Контраргументы и трудности рассматриваются в каждом разделе, начиная со с. 20, и обозначаются как **Первое «НО»**, **Второе «НО»** (с. 27) и т.д. Эти «НО» включают так наз. «коммуникативный шум» (с. 20), избыток либо

недостаток информации (с. 27), несовпадение вербальных и невербальных кодов (с. 38), как, например, на с. 64 несовпадение анализируется посредством минимального текста и рисунка (источник: http://vk.com/by_duran?w=wall-25336774_9101). Трудности обусловлены не только средствами и каналам общения, но и экстралингвистическими факторами: влиянием социальных, этнокультурных, психологических и отчасти биологических (физических) параметров, связанных с различными дефектами речи, слуха, с ограниченной мобильностью реципиента.

В социокультурном отношении раздел **«Иммунизация против зомбирования»** (с. 145) детально рассматривает приемы зомбирования, или манипулирования адресатами-реципиентами. Здесь анализируются факторы рекламы, разнообразные формы интернет-общения и вовлечения в различные процессы сотрудничества, когда адресат становится потребителем предлагаемых товаров и услуг, вовлекается в некую ситуацию, симулирующую реальную непосредственную коммуникацию с использованием как лингвистических, так и нелингвистических триггеров, соответственно, доминирует только мейоративная лексика, обозначаются только интересы потребителя-коммуниканта, замалчиваются возможные негативные последствия и т.п.

Наконец, о наиболее творческой части пособия. **«Диагностика собственной интерпретационной деятельности»** (с. 161—170). Это своего рода многоцелевой тест с выбором единственного варианта ответа из нескольких (!), позволяющий обобщить полученные знания и самостоятельно выполнить задания с целью выявить приобретенные навыки и умения успешной коммуникации. Тест завершается комментарием по количеству и качеству набранных баллов (с. 170).

Структура каждого раздела пособия целесообразная и четкая. Два раздела «Теория в вопросах и ответах» и «От теории к практике» взаимодействуют друг с другом, а практика раскрывается как трехступенчатый цикл от **I. Разминки** через **II. Интерпретацию** к **III. Творческим заданиям**. Очевидно, что ядром прикладного аспекта является интерпретация, которая, главным образом, отражает сходства и различия коммуникативного поведения адресанта и адресата и формирует их коммуникативные компетенции. Последующая самостоятельная проверка полученных теоретических и прикладных знаний предполагает владение тремя уровнями интерпретации (с. 171—191): а) интерпретация с проверкой по предложенным ответам (с. 171—178); б) интерпретация с подсказками (с. 178—184) и в) интерпретация без подсказок с. 184—191).

Итогом всей работы с использованием пособия становится **«Шкала интерпретационной компетентности»** (с. 192—193), в которой в компактной форме отражены коммуникативные компетенции успешной коммуникации.

Рассмотренное выше пособие, написанное на русском языке, становится базой для двух последующих комплексов уже на английском языке: «Successful Communication: Problem Solving» («Успешная коммуникация: проблемы и решения») и «Онлайн и оффлайн коммуникация: секрет успешного

переключения = Online vs. Offline: Don't Forget to Switch». Естественно, что основные цели модифицируются как «развитие навыков и умений анализировать свое и чужое коммуникативное поведение, вносить своевременно необходимые коррективы и решать возникающие проблемы» [3, Preface]. Структура пособия «Успешная коммуникация: проблемы и решения» состоит из четырех частей, в которых распределены проблемы, требующие решения на основе соответствующих компетенций коммуникативного поведения. Так, три первые части – это, по сути, практикум, задачник, включающий самостоятельные задания для аудиторной и внеаудиторной работы студентов, владеющих английским языком уровня “advanced”, при этом теория обобщенно и кратко представлена как введение к практическим заданиям. Освоение материала направлено на осознание условий успешной коммуникации, на понимание и использование факторов, влияющих на успешность коммуникации, особенно на технологии манипуляции (**зомбификации** — в терминологии авторов) в публичной и индивидуальной речи, иначе говоря, на эффективные способы решения проблем успешной/неуспешной коммуникации в целом.

Каждый раздел включает три группы упражнений и заданий: 1) Warming-up («Разминка»//«Разогрев»); 2) Interpretation («Интерпретация») и 3) Follow-up («Творческие задания»). Очевидно, что раздел «Интерпретация» является не просто связующим звеном, но фокусом самостоятельной творческой и критической деятельности обучающихся. Комплекс заданий и упражнений трех названных групп обнаруживает разнообразное и интересное сочетание текстовых материалов (отрывки из книг, медийные публикации, электронная переписка, диалогические единства и др.); материалов сайтов и соцсетей в сочетании с визуальными кодами, например, с эмоджи (с. 26—27) и другие. Завершает каждый раздел глоссарий “Things to Remember”, который перечисляет и толкует основные термины и понятия. Далее следуют итоговыми вопросы для самопроверки и закрепления компетенций

Последняя Часть IV “Communicative Diagnostics” (с. 115) представляет собой тест-анкетирование, который студенты или слушатели курса «Интерпретация коммуникативного поведения» выполняют с целью проверки освоенных компетенций самостоятельно, в первую очередь, в области интерпретации ситуаций и успешности/неуспешности коммуникации. В итоге формируется самооценка приобретенных навыков и умений (с. 124).

Пособие завершается руководством по навыкам и умениям интерпретации с примерами анализа образцов (Sample Analysis). Такое руководство, на наш взгляд, становится важным инструментом коммуникативных компетенций.

Наконец, третье пособие «Онлайн и оффлайн коммуникация: секрет успешного переключения = Online vs. Offline: Don't Forget to Switch» [4], в котором речь идет не о переключении языковых кодов, но о переключении кодов с учетом канала общения и соответствующих ему средств и способов реального и виртуального общения [10].

В Предисловии [4, Preface] авторы формулируют цели и задачи как необходимое условие развития навыков и умений, чтобы осуществлять эффективное

переключение с реального общения на виртуальное (и наоборот) с учетом специфики канала связи, используемых коммуникативных кодов, ролей участников процесса, их уровня коммуникативных компетенций.

По структуре перед нами комплекс задания для аудиторной и самостоятельной работы по темам дисциплины «Культурный контекст профессионального общения», состоящий из шести уроков-блоков, или case-studies. Структура каждого блока соответствует основными шагам процесса разрешения проблем, а именно:

1) **Идентификация проблемы** (Problem identification) предполагает обсуждение сходств и различий, преимуществ и недостатков непосредственного и виртуального общения, роли Интернета как новой коммуникативной площадки.

2) **Анализ проблемы** (Problem analysis) продолжает обсуждение проблематики виртуального общения авторских текстов тематической направленности, преимущественно текстов медийной сферы и цифровых платформ (Internet, Instagram, Twitter).

3) Поиск решения (Solution generation) напрямую связан с эффективностью онлайн общения в различных сетевых источниках и новых социально значимых медийных средств, например, хэштэгов, их функций, ролей, достоинств и недостатков онлайн и оффлайн (в рекламе на уличных экранах, билбордах, пилларах).

4) **Применение решения** (Solution implementation) реализуется в творческих заданиях по созданию блога, поста, твита, написанию медийных текстов, в ролевых играх.

Эта информация представлена в блоке **Unit I. Online and Offline. Same or Different?**. Он выполняет двуединую функцию: содержит теоретическое обобщение применительно к сфере коммуникативного поведения онлайн и предлагает методологические и методические приемы для выявления сходств и различий в прикладном аспекте в форматах онлайн и оффлайн.

Приведем примеры с кратким комментарием последующих блоков. Так, блок **Unit II. Encoding and Decoding Online Messages: Verbal and Non-verbal Code** (с. 37) фокусирует внимание на специфических средствах онлайн общения, в частности, на соотношении слов и средств невербальных кодов (визуальные, «реальные» и символические коды; роль эмоджи и их интерпретация, создание новых эмоджи на с. 48); на интернет-слэнге, который наряду со словами использует буквы как графические знаки, наполненные смыслами (с. 52); в поле зрения также попадают аббревиатуры как акронимы, их функции и роли в виртуальном общении, наконец, обратную связь как влияние «интернет-языка» на естественный язык.

Блок **Unit III. Social and Cultural factors of online communication** (с. 56) рассматривает такие особенности интернет-общения, как вневременность, повсеместность, отказ от индивидуального подхода, гендерное равенство и др.; они порождают безграничную свободу и вседозволенность общения, исключая так наз. privacy.

Блок **Unit IV. Psychological and Biological Factors of Online Communication** (с. 67) анализирует индивидуальные типы коммуникантов и социальные сообщества (группы, сети); рассматривает коммуникацию людей с физическими недостатками. Достоинства и недостатки Интернета обусловлены тем, что он не только «благо», но порождает зависимость и даже депрессию от общения в социальных сетях, и даже нарушения мозговой деятельности. Рассматриваются эмоции и их выражение в Интернете с помощью лингвистических и нелингвистических кодов (с. 92) и пр. Объективность обсуждению придает обращение к аутентичным материалам, например, к публикациям, типа: *The Eight Types of Social Media Personality* by F. Middleton (p. 70); *Different Online Types and their designing* by I. Margalit. — a web psychologist (с. 73); *Internet Addiction Disorder — signs, symptoms, diagnosis and treatments* by Ch. Gregory (с. 80). Завершают этот блок вопросы для самопроверки и прогностический тест (с. 85).

В блоке **Unit 5. Etiquette and Netiquette. Compare Literacy** (p. 95) сопоставляется этикет повседневного и профессионального общения и интернет-этикет — Netiquette = Etiquette online, что хорошо иллюстрируется такими привлеченными материалами, как: *10 Rules of Netiquette* by K. Tranter (с. 96—97) ; *Proper Internet Etiquette. E-mail, Social Media, and Texting Guidelines* by D. Maune (с. 97). При этом общими и единообразными становятся исходный принцип и итоговый вывод по решению проблемы: в современном мире: цифровая (виртуальная) грамотность необходима и обязательна.

Наконец, блок **Unit VI. Effective and Safe Online Communication: Influencing Others vs. Being Influenced** (p. 118) включает обзор экстралингвистических параметров в онлайн общения, например: Secure Internet surfing, manipulation on the Internet, Internet marketing, Internet fraud, Endless Robocalls, Clickbait Techniques, **4 Ps of marketing: product, price, place, promotion**. Отметим, что эти факторы и параметры характеризуют медийное общение как таковое, откуда они, по всей вероятности, и пришли в интернет-общение.

Завершающая ступень обучения предполагает выполнение самостоятельной творческой работы в форме проектов, ролевых игр, включая разработку их тематики и сценариев, написание эссе, проведение экспериментов и др.

Итоговым является тест «Competence Diagnostics. Test Your Online/Offline Communication Skills», состоящий из 30 заданий с ключами для самооценки, которая осуществляется в терминах «всегда, иногда или никогда» с последующей суммарной оценкой в баллах.

Особо отметим библиографические списки в конце всех трех пособий: они немногочисленны (до 20 позиций), но целесообразны, актуальны и современны.

Общий итог обзора и анализа трех пособий кафедры речеведения и теории коммуникации, в фокусе которых компетенции успешности коммуникативного поведения и речевой деятельности, позволяет отметить их актуальность и востребованность не только в сфере университетского образования, но и в различных и многообразных сферах профессиональном общения.

Коммуникативные тактики и стратегии оказываются взаимообусловленными и эффективными, поскольку они базируются не исключительно на вербальных средствах и техниках, но и на технологиях многообразных невербальных кодов и средств общения. Единый проблемный подход и общность структуры пособий позволяет предложить их авторам проф. Т.В. Поплавской и доц. Т.А. Сыроевой объединить их материалы в комплексные пособия на двух языках — русском и английском.

Библиографический список

1. *Потебня А.А.* Эстетика и поэтика. М.: Искусство, 1976.
2. *Поплавская Т.В., Сыроева Т.А.* Пойми меня правильно: Интерпретация коммуникативного поведения. М.: ФЛИНТА: Наука, 2017.
3. *Поплавская Т.В., Сыроева Т.А.* Успешная коммуникация: проблемы и решения (на англ. яз.). Минск: МГЛУ, 2019 г.
4. *Поплавская Т.В., Сыроева Т.А.* Онлайн и оффлайн коммуникация: секрет успешного переключения = Online vs. Offline: Don't Forget to. Минск: МГЛУ, 2020.
5. *Якобсон Р.О.* Язык и бессознательное. М.: Гнозис, 1996.
6. *Бюлер К.* Теория языка. Репрезентативная функция языка. М.: Прогресс, 1993.
7. *Слышкин Г.Г., Ефремова М.А.* Кинотекст. М.: Водолей, 2004.
8. *Сонин А.Г.* Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. 2005. № 6. С. 115—123.
9. *Максименко О.И.* Поликодовый vs. креолизованный текст: проблемы и терминология // Вестник Российский университет дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 2. С. 93—102.
10. *Красных В.В.* Виртуальная реальность или реальность виртуальная // Актуальные проблемы современной лингвистики. М., 2009. С. 214—217.

References

1. Potyebn'a, A.A. (1976). *Aesthetics and Poetics*. Moscow: Iskusstvo Publishing House. (In Russ.).
2. Poplavskaya, T.V. & Sysoyeva, T.A. (2017). *Correct Understanding: Interpreting Communicative Behaviour*. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russ.).
3. Poplavskaya, T.V. & Sysoyeva, T.A. (2019). *Successful Communication: Problem Solving: Manual in Linguistic Studies*. Minsk: MGLU Publishing House.
4. Poplavskaya, T.V. & Sysoyeva, T.A. (2020). *Online vs. Offline: Don't Forget to Switch: Manual in Linguistic Studies*. Minsk: MGLU Publishing House.
5. Jakobson, R.O. (1996). *Language and the Unconscious*. Moscow: Gnosis Publishing House. (In Russ.).
6. Bühler, K. (1965). *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Stuttgart: Gustav Fisher Verlag. (In German).
7. Slyshkin, G.G. & Yefremova, M.A. (2004). *Film text*. Moscow: Vodolej Publishing House. (In Russ.).
8. Sonin, A.G. (2005). Experimental Studies of Polycode Texts: Main Trends. *Voprosy yazykoznanija*, 6, 115—123. (In Russ.).
9. Maximenko, O.I. (2012). Polycode vs. Creolized Text: Issues and Terminology. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2, 93—102. (In Russ.).
10. Krasnykh, V.V. (2009). Virtual Reality or Reality Virtual. In: *Relevant Issues of Modern Linguistics*. Moscow. pp. 214—217. (In Russ.).

Сведения об авторах:

Красина Елена Александровна, доктор филологических наук, профессор, профессор-консультант кафедры общего и русского языкознания, филологический факультет ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (г. Москва, РФ); *сфера научных интересов*: теория языка, лингвистическая семантика, прагматика и семиотика, синтаксис текста, сопоставительные исследования языков.

Рыбинок Евгений Сергеевич, кандидат филологических наук, ассистент кафедры общего и русского языкознания, филологический факультет ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (г. Москва, РФ); *сфера научных интересов*: лингвистическая семантика и прагматика, теория текста, стилистика языка и речи.

Information about the authors:

Elena A. Krasina, Prof. Dr.Sc. (Philology), Professor, Professor-Consultant of the General and Russian Linguistics Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia — RUDN University (Moscow, Russia). *Research interests*: theory of language, linguistic semantics, pragmatics and semiotics, text syntax, comparative linguistic studies.

Eugene S. Rybinok, PhD in Philology, Assistant of the General and Russian Linguistics Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia — RUDN University (Moscow, Russia). *Research interests*: theory of language, linguistic semantics and pragmatics, language and speech stylistics.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК
