

e-ISSN: 2658-5650

Министерство науки и высшего
образования
Российской Федерации

Российская академия наук

Институт научной информации
по общественным наукам

ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**№ 3(10)
2022**

МОСКВА
2022

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки

Институт научной информации
по общественным наукам РАН

Редакция:

Главный редактор:

В.А. Пицальникова – доктор филологических наук (Москва, Россия)

Заместитель главного редактора:

Л.Р. Комалова – доктор филологических наук (Москва, Россия)

Редакционная коллегия:

Л.О. Бутакова – доктор филологических наук (Омск, Россия);
Н.Н. Германова – доктор филологических наук (Москва, Россия);
Е.Н. Гуц – доктор филологических наук (Омск, Россия);
А.В. Кинцель – кандидат филологических наук (Барнаул, Россия);
А.В. Кирилина – доктор филологических наук (Москва, Россия);
Дж. Кич-Дргас (Познань, Польша);
Е.Ф. Косиченко – доктор филологических наук (Москва, Россия);
В.В. Красных – доктор филологических наук (Москва, Россия);
Н.Ф. Крюкова – доктор филологических наук (Тверь, Россия);
Е.В. Лукашевич – доктор филологических наук (Барнаул, Россия);
А.Б. Михалёв – доктор филологических наук (Пятигорск, Россия);
Е.Ю. Мягкова – доктор филологических наук (Тверь, Россия);
В.А. Попова – доктор филологии (Шумен, Болгария);
Д.Д. Попов – доктор филологии (Шумен, Болгария);
А.Г. Сонин – доктор филологических наук (Москва, Россия);
Д.Д. Трегубова – кандидат исторических наук (Москва, Россия);
Н.Н. Трошина – кандидат филологических наук (Москва, Россия);
С.А. Чугунова – доктор филологических наук (Брянск, Россия);
Э.Б. Яковлева – доктор филологических наук (Москва, Россия);
К. Янь – кандидат филологических наук (Гуанчжоу, Китай).

Ответственный секретарь:

К.С. Карданова-Бирюкова – кандидат филологических наук (Москва, Россия)

DOI: 10.31249/epi/2022.03.00

© ФГБУН «Институт научной информации
по общественным наукам РАН», 2022

e-ISSN: 2658-5650

Ministry
of Science and Higher Education
of the Russian Federation

Russian Academy
of Sciences

Institute of Scientific Information
for Social Sciences

ETHNOPSYCHOLINGUISTICS

SCHOLARLY JOURNAL

Nº 3(10)
2022

MOSCOW
2022

Founder:
Federal State Budgetary Institution of Science
Institute of Scientific Information for Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences

Editorials:

Editor-in-chief:

Vera Pishchalnikova – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia)

Deputy editor-in-chief:

Liliya Komalova – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia)

Editorial board:

Larisa Butakova – Doctor of Science in Philology (Omsk, Russia);
Nataliya Germanova – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Elena Guts – Doctor of Science in Philology (Omsk, Russia);
Alyona Kintsel – PhD in Philology (Barnaul, Russia);
Alla Kirilina – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Joanna Kic-Drgas (Poznan, Poland);
Elena Kosichenko – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Viktoriya Krasnykh – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Natalia Kryukova – Doctor of Science in Philology (Tver, Russia);
Elena Lukashevich – Doctor of Science in Philology (Barnaul, Russia);
Andrey Mikhalev – Doctor of Science in Philology (Pyatigorsk, Russia);
Elena Myagkova – Doctor of Science in Philology (Tver, Russia);
Velka Popova – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria);
Dimitar Popov – PhD in Philology (Shumen, Bulgaria);
Alexandr Sonin – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Dinara Tregubova – PhD in History (Moscow, Russia);
Natalia Troshina – PhD in Philology (Moscow, Russia);
Svetlana Chugunova – Doctor of Science in Philology (Bryansk, Russia);
Emma Yakovleva – Doctor of Science in Philology (Moscow, Russia);
Kai Yan – PhD in Philology (Guangzhou, China).

Executive secretary:

Kseniya Kardanova-Biryukova – PhD in Philology (Moscow, Russia)

DOI: 10.31249/epl/2022.03.00

© FSBIS «Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences», 2022

Содержание

<i>Комалова Л.Р.</i> Параметры типологизации агрессии, вербализованной в письменном тексте / дискурсе	7
<i>Ли Жань, Дубкова О.В.</i> Психолингвистический анализ ценности «健康/ здоровье» в сознании китайцев	26
<i>Шестерина А.М.</i> Видеоблогинг как платформа популяризации ценностей культуры	41
<i>Морина Л.А.</i> Об эффективности пандемийного медиатекста: экспериментальные наблюдения в фокусе риторического декодирования	51
<i>Алдошина С.А.</i> Национальный менталитет и категория персуазивности (на материале испанского политического дискурса)	62
<i>Симоненко М.А.</i> «Языковая синестезия = метафора»: аксиома или лингвистическая гипотеза?	76

Contents

<i>Komalova L.R.</i> Typology parameters of aggression verbalized in written text / discourse	7
<i>Li R., Dubkova O.V.</i> Psycholinguistic analysis of the value «健康 / health» in the consciousness of the Chinese people	26
<i>Shesterina A.M.</i> Videoblogging as a platform for popularization cultural values	41
<i>Morina L.A.</i> On the effectiveness of the pandemic media text: experimental observations in the aspect of decoding rhetoric	51
<i>Aldoshina S.A.</i> National mentality and the category of persuasion (based on the analysis of Spanish political discourse)	62
<i>Simonenko M.A.</i> «Verbal synesthesia = metaphor»: axiom or linguistic hypothesis?	76

Комалова Л.Р.

**Параметры типологизации агрессии,
вербализованной в письменном тексте / дискурсе¹**

Институт научной информации по общественным наукам

Российской академии наук,

Московский государственный лингвистический университет,

Россия, Москва, komalova@yandex.ru

Аннотация. В статье представляется авторская разработка типологии агрессии, фиксируемой в вербальной модальности на материале письменного текста / дискурса в различных лингвокультурах. Постулируется требование рассматривать агрессию как комплексный феномен, который эксплицирует в языке и речи эмоционально-модальные состояния агрессивного типа, враждебную языковую картину мира, агрессивность как индивидуально-личностную характеристику человека, собственно речевую агрессию. В качестве центрального звена, вокруг которого строится типология, предлагается рассматривать действующего субъекта, «исполняющего» роль агрессора / жертвы / третьего лица. В рамках разрабатываемой типологии реализуется принцип действия с опорой на индивидуальное (субъективное) восприятие реальности (в противоположность принципу действия с опорой на реальность): реципиент текста / дискурса вырабатывает индивидуальную реакцию на физические / вербальные / ментальные действия в реальном мире на основе обобщенного в тексте / дискурсе образа; элементы семантического поля «агрессия», собираемые в связном тексте в функционирующую структуру коммуникативного акта «агрессия», генерируют в сознании реципиента стереотипное представление об агрессоре / жертве

¹ Исследование выполнено в рамках государственного задания МГЛУ (тема №FSFU-2020-0020).

агрессии / третьем лице, это представление впоследствии атрибутируется субъектам в реальной жизни. Механизм и возможный репертуар взаимодействия триады «агрессор – жертва – третье лицо» предписывается в тексте / дискурсе заранее и, как правило, ограничивается характеристикой деструктивности.

Ключевые слова: типология; вербализация агрессии; агрессогенный текст; виктимогенный текст; письменный текст / дискурс; семантическое поле; картина мира; перцептивный образ.

Поступила: 10.06.2022

Принята к печати: 16.08.2022

Komalova L.R.

Typology parameters of aggression verbalized in written text / discourse

*Institute of Scientific Information for Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences,
Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, komalova@yandex.ru*

Abstract. The paper explores original typology of aggression embedded in verbal modality in written text / discourse. It is critical to consider aggression as a complex phenomenon that explicates in language and speech aggressive emotional-modal states, a hostile image of the world, aggressiveness as a personal characteristic and speech aggression as a specific type of aggression. The person playing the role of an aggressor / victim / third party is considered to be the pivot of this typology. The typology is based upon the principle of acting through individual (subjective) perception of reality (as opposed to the principle of reality-based action): the recipient of the text / discourse produces an individual reaction to physical / verbal / mental actions in the real world based on the image generalized in the text / discourse. The elements of the semantic field «aggression» united in this text / discourse in the functional structure of the communicative act of aggression reproduce stereotypical understanding of what aggressor / victim / third party are – this understanding is subsequently attributed to real subjects in real life. The mechanism and possible repertoire of interactions between

«aggressor – victim – third party» triad is prescribed in the text / discourse and, as a rule, is characterized as destructive interaction.

Keywords: typology; verbalization of aggression; aggressogen text; victimogen text, written text / discourse; semantic field; image of the world; perceptual image.

Received: 10.06.2022

Accepted: 16.08.2022

Агрессия как комплексное явление

Агрессия относится к тому ряду явлений, которые невозможно рассматривать лишь в одной плоскости познания. Многосторонность данного феномена подтверждает его сложность как объекта исследования и требует привлечения комплекса междисциплинарных знаний для решения исследовательских задач, связанных с проявлением агрессии.

Ряд социально-гуманитарных и естественных наук, объектом которых является человек, изучает феномен «агressия». К таким наукам по праву можно отнести философию, психологию, медицину, физиологию человека, нейробиологию, социологию, историю, культурологию. В это число также входит филология (лингвистика и литературоведение).

В связи с этим агрессию следует рассматривать как многоаспектный феномен в нескольких проекциях, которые, в свою очередь, эксплицируются в тексте / дискурсе / речи:

- как комплекс реализуемых и воспринимаемых деструктивных эмоциональных и эмоционально-модальных состояний, манифестируемых в наборах коммуникативных действий;
- как индивидуально-личностную особенность, проявляющуюся в предпочтении тех или иных речевых стратегий и тактик в стереотипных коммуникативных ситуациях;
- как определенный способ восприятия мира, который формируется во враждебной картине мира;
- как комплекс социально-обусловленных моделей коммуникативного поведения, определяющих виды деструктивных языковых личностей.

Экспериментальные данные подтверждают суждение о том, что в состав агрессии входит целый комплекс таких эмоциональных и эмоционально-модальных состояний, как злость, злоба, ненависть, раздражение, нервозность, гнев, бешенство, антипатия, рассерженность, страх, нетерпение, озлобленность, нервозность, крайняя неприязнь (см., например: [Дасько, 2004; Жирова, Ларионова, 2016]). Эмоции могут стимулировать проявление агрессии, однако реализация агрессивных действий требует выполнения трех условий: наличия мотива, средств и возможности. Эмоции могут способствовать формированию мотива, но индивиду необходимы средства и возможности для реализации мотива. Таким образом, «эмоции сами по себе являются необходимым, но недостаточным условием для проявления агрессии во вне» [Matsumoto, Hwang, Frank, 2013, p. 465].

Помимо мотивационной составляющей характер агрессивного поведения индивида обуславливается средовым контекстом (наличием фрустрирующих условий, депривацией, внешней агрессии по отношению к данному индивиду, ситуацией неопределенности и пр. – см., например: [Берковиц, 2001; Бэррон, Ричардсон, 2001]), подталкивающим к агрессивным действиям, в то время как индивидуально-личностные особенности индивида (тип реагирования центральной нервной системы на раздражающие стимулы, тип темперамента, определенные акцентуации личности и пр. – см., например: [Междисциплинарность ..., 2015]) «подсказывают» предрасположенность индивида к выбору определенных форм и видов агрессии в качестве способа разрешения возникшей проблемы / трудности.

Согласно Г. Олпорту, то или иное действие человека, в том числе агрессивного характера, является результатом, по меньшей мере, четырех условий [Олпорт, 2002, с. 274]: (а) стойких личностных характеристик; (б) используемой человеком психологической защиты и утаивания, степени его самораскрытия; (в) того, как он воспринимает нынешнюю ситуацию и ее релевантность для него; (г) чего на самом деле требует и ожидает от него ситуационное задание. Исследователь утверждает, что два первых условия – продукты личности, два последних – продукты ситуации. Чтобы понять любое поведение человека, необходимо знать обе группы детерминант. При этом «сituационные детерминанты наиболее важны там, где сурово предписаны обязанности и роли, задачи и

функции. Личностные детерминанты наиболее важны там, где задачи свободные, открытые и неструктурированные» [Олпорт, 2002, с. 273].

В свете средового подхода следует рассмотреть условиях, тормозящие и стимулирующие агрессивные импульсы. Под «ингибиорами агрессивного поведения» понимаются «факторы, предупреждающие агрессивные действия и включающие в себя в основном личностные структуры, подавляющие агрессивные импульсы» [Налчаджян, 2000; Сафуанов, 2003]. Среди тормозящих агрессию личностных структур выделяют ценностные, социально-нормативные, диспозиционные, эмоциональные, коммуникативные, интеллектуальные сдерживающие структуры и психологические защитные механизмы [Калашникова, 2009; Сафуанов, 2003]. Данные структуры являются неотъемлемой составляющей «нормального» неаггрессивного поведения, а их неразвитость или ситуативный дефицит в сочетании с выраженностью проаггрессивных (провоцирующих агрессию) личностных факторов приводят к более легкой реализации агрессивного поведения [Сафуанов, 2003; Anderson, Carnagey, 2004; Ross, Fontao, 2008; DeWall, Anderson, Bushman, 2011; Denson, DeWall, Finkel, 2012; Implicit theories, 2013].

Проведенный нами на основе научной и методической литературы анализ индивидуально-личностных особенностей языковой личности деструктивного типа, средовых и ситуативных факторов взаимодействия позволяет систематизировать проаггрессивные и ингибирующие агрессию факторы (табл. 1).

Вербализация агрессии обнаруживается на разных языковых уровнях (фонетическом, лексическом, семантическом, грамматическом, синтаксическом и прагматическом – см., например: [Апресян, 2003; Ларионова, 2008; Черкасова, 2011; Якимова, 2012; Ениколопов, Кузнецова, Чудова, 2014; Жирова, Ларионова, 2016; *The grammar of hate ...*, 2022]) и коммуникации (межличностной, внутргрупповой и массовой). В пределах одного текста / дискурса индикаторы агрессии реализуются практически на всех уровнях языка одновременно. Следует отметить, что наиболее разработанным инструментарием при идентификации агрессии по речи располагают лексика, семантика, стилистика и прагматика, в то время как фонетические и фонологические исследования в этом направлении затруднены в силу отсутствия разработанных эталонов (в случае с лексикой таким эталоном выступает словарная статья, определяющая круг значений той или иной лексемы).

Таблица 1

**Соотношение факторов,
предрасполагающих и тормозящих агрессию
[Комалова, 2017; Комалова, 2020, с. 90]**

Тип фактора	Факторы, ингибирующие (тормозящие) агрессию	Факторы, провоцирующие агрессию
Индивидуально-личностные	Самообладание. Волевой самоконтроль. Нацеленность на результат. Высокая осмысленность жизни. Следование общепринятым нормам и правилам поведения и др.	Аффективная ригидность. Тревожность. Низкая способность к эмпатии и обратной взаимосвязи с такими особенностями как навязчивость, отсутствие самообладания и самоконтроля и др.
Средовые	Воспитание культуры толерантности. Табуированность гендерно нестереотипного поведения. Асимметрия социальных статусов и ролей. Близкие отношения с потенциальным объектом агрессии и др.	Воспитание в среде агрессоров. Наблюдение за агрессивными моделями поведения. Поощрение культуры индивидуализма, конкурентной борьбы, стремления к лидерству и др.
Ситуативные	Отсутствие ресурсов для реализации агрессивного поведения и др.	Наличие физической агрессии и внешнеобвиняющих высказываний в свой адрес. Фактор оружия и др.

Итак, агрессия может проявляться на всех уровнях жизнедеятельности человека, начиная от межличностных конфликтов в семье и на работе и заканчивая кровопролитными войнами между государствами. Деструктивная сторона агрессии считается едва ли не самым трудно поддающимся контролю аспектом человеческого поведения. В связи с этим агрессия как объект исследования нуждается в глубоком и детальном изучении не только при помощи психологических и социологических методов, фокусирующихся на негативных установках субъектов акта агрессии, мотивах и видах агрессии, но и, бесспорно, с позиций лингвистики в отношении исследования языковых средств вербализации различных видов и форм агрессии и речевых особенностей, индицирующих речевую агрессию как особый вид агрессии, в целях диагностики и предупреждения реализации крайних форм проявления агрессии.

На межличностном и внутригрупповом уровнях взаимодействия одним из ведущих признаков вербализации агрессии выступ-

пает наличие в речи коммуникантов так называемых речевых актов конфликтного типа (см. подробнее в: [Комалова, 2017; Комалова, 2020, с. 68–88]). Гибридным явлением выступают тексты СМИ, которые одновременно репрезентируют когнитивные установки автора (его враждебную картину мира), отражают структуру коммуникативного акта «агрессия» и выступают элементами внешней среды, задающими правила взаимодействия между всеми субъектами коммуникативного акта «агрессия», транслирующими модели одобряемого и порицаемого агрессивного (в том числе речевого) поведения.

Конструирование типологии вербализованной агрессии

Агрессия – сложное явление действительности. Любой анализ подразумевает разложение сложного на более простые и доступные для интерпретации компоненты. По сути разработка типологии является аналитическим механизмом упрощения действительности. Зная о типе речевой агрессии, воспринимающий субъект становится более оснащенным, у него появляется возможность выбора характера реагирования, т.е. окружающая действительность для него становится более управляемой. Иными словами, типология представляется как ментальный инструмент регуляции внешнего мира (пусть пока только в сознании субъекта, с психологической позиции для многих типов акцентуаций и девиаций наличие подобного регулятора во многом снизит деструктивные импульсы), снижает эффект манипулирования. Однако обратная сторона такой осведомленности – это оснащение агрессора инструментарием более тонкого воздействия.

Типологические исследования принято осуществлять в рамках типологического метода, который представляет собой «метаметодику анализа данных, совокупность методов изучения феномена действительности, позволяющих выделить социально значимые, внутренне однородные, качественно отличные друг от друга группы эмпирических объектов, характеризующиеся признаками, природа которых различна, и интерпретируемых как носители различных типов существования данного феномена» [Татарова, 2007, с. 72].

При разработке типологии вербализации агрессии представляется необходимым выявление непосредственно вербализованной агрессии наряду с иными явлениями в акте коммуникации. Совре-

менные специалисты и исследователи социально-гуманитарных областей знания достигли значительных результатов в деле распознавания агрессии как деструктивного типа речевого взаимодействия в письменной и устной формах (см., например: [Verbale aggression ..., 2017; Data mining ..., 2019; Rage, power, and aggression, 2022; Computational intelligence ..., 2023; Guillén-Nieto, 2023]). Результаты, полученные в ходе наших собственных исследований, дополняют инструментарий классификацией речевых жанров конфликтного типа [Комалова, 2017; Комалова, 2020, с. 68–88].

Отвечая на вопрос о возможности использования универсальной единицы для анализа агрессии по письменной речи¹, можно предположить, что такой единицей выступает агрессогенная лексема². Под агрессогенной лексемой мы подразумеваем лексическую единицу, в значении (компоненте значения) которой раскрывается структура коммуникативного акта «агрессия»: его участников, возможных последствий агрессии, видов и форм реализации агрессии, речевых жанров в составе речевой агрессии. К таким лексемам можно отнести единицы семантического поля «агрессия» (СПА)³.

Объектом типологизации выступает сообщение / текст / дискурс. Отнесение к агрессогенному типу должно проводиться в соответствии со следующими параметрами (одновременное соответствие всем критериям):

- наличие в сообщении / тексте / дискурсе значительного числа лексем, входящих в состав семантического поля «агрессия»;
- соответствие темы сообщения / текста / дискурса той или иной форме или виду агрессии (межличностные и организационные конфликты, виктимное поведение, криминальное поведение, geopolитические конфликты, войны и т.п.);
- наличие в содержании сообщения / текста / дискурса проагрессивной семантики, провоцирующей у реципиента эмоциональные и эмоционально-модальные состояния комплекса «агрессия»;

¹ В отношении устной речи подобной единицей может выступать перцептивно-слуховой стереотип (образ «агрессор»), соотносящийся с гендером агента и пациента применительно к условиям реализации акта коммуникации [Комалова, 2015; Потапова, Комалова, 2016].

² Понятие впервые было введено в работе: [Комалова, 2017].

³ В качестве опоры можно использовать разработанную нами структуру коммуникативного акта агрессии [Потапова, Комалова, 2015; Потапова, Комалова, 2017].

- реализация прагматики нападения / обороны при помощи речевых жанров конфликтного поведения носителя языка.

В дополнение к указанным параметрам при выделении типов вербализации агрессии в спонтанной устной и письменной формах речи обязательным фактором является уровень осуществления коммуникации. Применительно к массовой коммуникации, как правило, мы имеем дело с вмешательством со стороны институциональных образований и публичных фигур. В этом случае диагностировать следует инструментальный вид агрессии, т.е. вид агрессии, целью которой является не нанесение ущерба, а запуск иных процессов социальных преобразований как реакции на инициальную агрессию. В случае межличностной коммуникации и коммуникации индивидов в группе целесообразно говорить о всех возможных видах агрессии, как наступательного, так и оборонительного характера, а также инструментальной агрессии.

Разрабатывая типологию вербализации агрессии, следует иметь в виду также следующие прагматические вопросы.

– Как можно разграничить средовые, личностные и ситуативные факторы вербальной актуализации агрессии, если специалисту / эксперту доступно наблюдение в ограниченных условиях ситуации?

– Какой минимальный перечень признаков позволяет дифференцировать речевую агрессию (как самостоятельный вид агрессии)?

– Какие языковые средства используются коммуникантами для вербализации агрессии?

– Если человек действует вопреки предписаниям лингвокультуры, вопреки своему обычному стилю реагирования на раздражители, является ли данный тип ситуаций для него критическим?

– Какие коммуникативные ситуации допустимо рассматривать как диагностические в отношении речевой агрессии?

Методология и методика эмпирического исследования

Методологической основой настоящего исследования является обращение к следующим теориям и подходам:

- к гипотезе «фрустрация – агрессия» (А. Долларда, Н.Е. Миллера, М. Дуба, Д. Маурера, Р. Сиэрса, Д. Зильмана, 1939), в рамках

которой затруднения и преграды на пути реализации цели рассматриваются как возможные провокаторы (триггеры) агрессивного поведения;

- к теории социального научения (А. Бандуры, 1969), согласно которой человек, наблюдая за агрессивным (воспринимаемым как агрессивное) поведением другого, осваивает агрессивные модели поведения, в том числе коммуникативного и речевого;

- к когнитивно-неассоциативной модели (Л. Берковица, 1989);
- к практическим методам диагностирования агрессивного поведения (А. Басса, 1958);

- к теории онтогенеза, в соответствии с которой прогнозировать настоящее и будущее поведение человека возможно посредством анализа предшествующего опыта;

- к теории фундаментального и прикладного речеведения (Р.К. Потаповой, 1986), в рамках которой текст / дискурс рассматривается как вербальный и паравербальный коррелят социального и эмоционально-модального поведения человека, а также как источник информации о его личностных и социально-обусловленных характеристиках.

В рамках исследовательской процедуры применялись метод моделирования речевого поведения языковой личности, метод построения семантического поля, метод лингвистического анализа текстов СМИ, сравнительно-сопоставительный метод, интерпретационный метод анализа текста / дискурса, метод контекстуального анализа, метод компонентного анализа и др. частные лингвистические методы.

Методика исследования заключалась в последовательном проведении научного анализа текстового материала на русском, английском, испанском и татарском языках, а именно:

- компонентного анализа лексикографических источников с целью формирования семантического поля «агgression» (СПА);

- контент-анализа текстов сетевых СМИ с целью описания текста, характеризующегося наличием значительной доли лексем из состава семантического поля «агgression»;

- модифицированного массового ассоциативного эксперимента на материале полнотекстовых корпусов с целью выявления вербализации семантического поля «агgression» в языковом сознании испытуемых и последующей кластеризации корпуса лексем из состава СПА, на основе которого становится возможным выделение типов текстов сетевых СМИ с семантикой деструктивности (см.: [Комалова, 2019]).

Результаты исследования

Проведенное исследование позволило установить, что концепт «агgression» реализуется в коллективном сознании различных этносов, свидетельством чему служит широкая представленность его лексико-семантических единиц (семантического поля «агgression») в лексикографических источниках на исследуемых языках (см.: [Потапова, Комалова, 2015; Потапова, Комалова, 2017; Komalova, 2019]). Помимо лексем, в дефинициях которых реализуется концепт «агgression» и его компоненты на первом и втором шаге семантизации, были выделены так называемые контекстуальные репрезентанты семантического поля «агgression» (СПА), относимые к данной категории, исходя из текстового (шире коммуникативного) контекста употребления конкретной единицы СПА в тексте / дискурсе.

Контент-анализ текста / дискурса на исследуемых языках (см., например: [Potapova, Komalova, 2013; Потапова, Комалова, 2014]), в составе которого обнаруживается значительное число лексем семантического поля «агgression», позволяет выявить ценностную ориентацию автора текста / дискурса с последующим распределением лексических единиц СПА в конкретном тексте / дискурсе по группам вербальных репрезентантов СПА с положительной, нейтральной и отрицательной коннотацией, что, в свою очередь, позволяет классифицировать текст / дискурс как (а) информирующий о фактах проявления агрессии; (б) инструмент усиления негативной установки реципиента; (в) провоцирующий ответную вербальную агрессию в сочетании с порицанием. При этом текст / дискурс с высоким показателем общего числа лексем семантического поля «агgression» нельзя автоматически относить к текстам / дискурсам, вызывающим у реципиента ответную реакцию в виде агрессии.

Исследование актуализации речевой агрессии в коммуникативных ситуациях с помощью письменной речи позволило выявить значение ближайшего контекста в атрибуции признака «наступательная» для инициальной агрессии и признаков «оборонительная / наступательная» для ответной агрессии (см.: [Komalova, Kulagina, 2021; Комалова, Садова, 2022]).

Анализ ассоциаций испытуемых с агрессией, обнаруживаемых с опорой на тексты современных сетевых СМИ (на русском, английском, испанском и татарском языках), позволяет зафиксировать

ровать универсальную (в рамках исследуемых языков) лексико-семантическую структуру коммуникативного акта «агрессия» и сформулировать узульное определение агрессии как комплекса деструктивных действий агрессора [Комалова, 2019]. Последствия этих действий, элементы эмоционально-модального комплекса «агрессия», а также агрессивные системы и процессы рефлексируются в меньшей мере, чем виды и формы агрессии, субъекты агрессии и инструменты агрессии.

Доказательством того, что агрессия представляет собой многомерный феномен, служит ассоциирование агрессии и с физическими и вербальными действиями, и с эмоциональными состояниями, и с ментальными представлениями [Комалова, 2017; Комалова, 2020, с. 152–176]. Подтверждением того, что стереотипным представлением об агрессии является мнение, что агрессия – это исключительно деструктивное явление, служит преобладание в структуре семантического поля «агрессия» большинства лексем, в значении (компонентах значений) которых раскрывается разрушительный (деструктивный) потенциал агрессии [Комалова, 2017; Комалова, 2020, с. 176–178].

Четкое разграничение составляющих в рамках семантических кластеров позволило структурировать и выявить соотношение категорий «агрессор», «жертва агрессии», «третье лицо, вовлечено в акт агрессии». Качественный анализ вербализации данных категорий в контексте русско-, англо-, испаноязычных текстов сетевых СМИ и текстов сетевых СМИ на татарском языке свидетельствует о действующей модели ролевого взаимодействия между этими субъектами в реальной жизни.

На основе выявленных в ходе проведенного исследования лексико-семантических звеньев функционирования единиц СПА в тексте / дискурсе современных сетевых СМИ (типология, основанная на семантических кластерах СПА) в исследуемых языках можно выделить, как минимум, три типа текста / дискурса (табл. 2):

- агрессогенный (генерирующий в сознании реципиента образ «агрессор» – субъекта агрессивных действий, совершающего эти действия преднамеренно с целью нанесения физического / психологического вреда);
- виктимогенный (генерирующий образ «жертва» – объекта агрессивных действий, испытывающего на себе последствия деструктивных действий, обращающегося за помощью к третьим лицам);
- генерирующий образ третьего лица, вовлеченного в акт агрессии (наблюдателя, посредника, представителя, агента).

Таблица 2

**Типология текстов / дискурса
по лексико-семантическому типу образа субъекта агрессии
[Комалова, 2017; Комалова, 2020, с. 181]**

<i>Параметры оценки</i>	<i>Тип текста / дискурса</i>		
	<i>Агрессогенный (генерирует образ агрессора)</i>	<i>Виктимогенный (генерирует образ жертвы)</i>	<i>Генератор образа третьего лица, вовлеченного в акт агрессии</i>
<i>Субъект</i>	агрессор	жертва	наблюдатель, по-средник, представитель, агент и т.п.
<i>Характер агрессии</i>	наступательная	оборонительная	инструментальная / оборонительная
<i>Виды и формы реализуемой агрессии</i>	прямая гетероагрессия / косвенная аутоагрессия	прямая аутоагрессия / косвенная гетероагрессия	прямая / косвенная гетероагрессия
<i>Характерные объекту речевые жанры агрессивного типа (следуют по мере уменьшения частоты употребления)</i>	оскорбление, угроза, враждебное высмеивание, волеизъявление	враждебная оценка, протест, дезинформирование, угроза, волеизъявление	протест, враждебная оценка, волеизъявление
<i>Целевая направленность используемых инструментов</i>	для реализации агрессии	для регулирования / реализации агрессии	для регулирования агрессии
<i>Комплекс ведущих испытываемых эмоциональных / эмоционально-модальных состояний</i>	пиковье деструктивные эмоции и эмоц.-модал. состояния (производные гнева, ярости, ненависти)	группа эмоц., эмоц.-модал. состояний производных страха и отвращения	группа эмоц., эмоц.-модал. состояний семантики мужества / отваги / храбости / бесстрашия
<i>Отношение (установка) автора текста / дискурса к субъекту и его действиям</i>	субъект агрессии и его действия порицаются	жертва в роли субъекта агрессии и ее действия одобряются	третье лицо в роли субъекта агрессии и его действия одобряются

Заключение

Феномен «агрессия» относится к сложному объекту изучения. Исследование агрессии требует применение комплекса методов из различных предметных областей научного знания. Это обусловливается тем фактом, что агрессия одновременно может быть отнесена как к относительно стабильным факторам психической структуры языковой личности человека (агрессивность и враждебная картина мира), так и является результатом ситуативно обусловленных факторов (агрессия как эмоциональное реагирование на ситуацию фruстрации и конфликта) и более всеобъемлющих факторов социально-культурной среды (агрессия, в том числе речевая как модель поведения, принятая в конкретной социальной группе, как модель адаптации / социализации). Иными словами, агрессия как эксплицитно реализуемое действие является результатом симультанно действующего комплекса внутренних и внешних факторов, как провоцирующих индивида на выбор агрессии в качестве адекватного решения в конкретной ситуации, так и тормозящих агрессию.

В основе предлагаемого нами подхода к типологии вербализованной агрессии заложен принцип действия с опорой на индивидуальное (субъективное) восприятие реальности (в противоположность принципу действия с опорой на реальность). Реципиент вырабатывает индивидуальную реакцию на физические / вербальные / ментальные действия в реальном мире в ситуациях конфликта и фruстрации на основе формируемой картины мира, репрезентируемой, в том числе в так называемых культурных источниках (словарях и справочниках, текстах СМИ, художественной литературе и пр.). Лексико-семантические образы участников коммуникативного акта «агрессия», инструментов и средств реализации агрессии, сопровождающих акт агрессии эмоциональных и эмоционально-модальных состояний, более широкого контекста – среды, социальных систем и процессов, способствующих агрессии – все эти элементы, собираемые в связном тексте в функционирующую структуру коммуникативного акта «агрессия», генерируют в сознании реципиента (в настоящем исследовании – носителя русского языка) обобщенный образ (стереотипное представление) агрессора / жертвы агрессии / третьего лица, вовлеченного в акт агрессии, который впоследствии атрибутируется субъектам в реальной жизни. Более того, механизм и возможный репертуар взаимодействия этой триады (агрессор – жертва – третьи лица) предписывается заранее и, как правило, ограничивается характеристикой деструктивности.

Список литературы

- Апресян В.Ю.* Имплицитная агрессия в языке // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: труды международ. конф. «Диалог 2003». – Москва : Наука, 2003. – С. 32–35. – URL: <https://www.dialog-21.ru/media/2604/apresian.pdf>
- Беркович Л.* Агрессия. Причины, последствия и контроль. – Санкт-Петербург : Олма-Пресс, 2001. – 512 с.
- Бэррон Р., Ричардсон Д.* Агрессия. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 352 с. – URL: http://www.law.vsu.ru/structure/criminalistics/books/baron_richardson.pdf
- Дасько А.А.* Агрессия: штрихи к языковой картине мира // Агрессия в языке и речи. – Москва : Изд-во РГГУ, 2004. – С. 194–204.
- Ениколовоп С.Н., Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В.* Агрессия в обыденной жизни. – Москва : Политическая энциклопедия, 2014. – 493 с.
- Жирова И.Г., Ларионова А.С.* Семантика агрессии. – Москва : ИИУ МГОУ, 2016. – 162 с.
- Калашикова А.С.* Соотношение личностных предпосылок разнонаправленной (гетеро- и ауто-) агрессии // Мир психологии. – 2009. – № 4. – С. 258–266.
- Комалова Л.Р.* Агрессогенный дискурс: типология мультилингвальной вербализации агрессии. – Москва : Спутник +, 2017. – 275 с.; То же. – 2-е изд., стереотип. – 2020. – 275 с.
- Комалова Л.Р.* Межличностный конфликт как катализатор вербальной агрессии // Научный Вестник ВГАСУ. Сер. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. – 2015. – Вып. 2(26). – С. 58–69.
- Комалова Л.Р.* Репрезентация верbalного образа акта агрессии в информационном универсуме англоязычных СМИ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Лингвистика. – 2019. – № 1(23). – С. 149–164. – DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-149-164. – URL: <http://journals.rudn.ru/lingistics/article/view/20621/16700>
- Комалова Л.Р., Садова Е.Р.* Фактор речевого контекста при определении pragматической направленности вербализованной агрессии в интернет опосредованной коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкоизнание. – 2022. – № 21(3). – С. 77–89. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.7>. – URL: <https://l.jvolsu.com/index.php/ru/component/attachments/download/2587>
- Ларионова А.С.* Лексико-семантические и стилистические способы выражения агрессии в художественном тексте: на материале художественных произведений английских и русских писателей XIX–XX веков : дис. ... канд. филол. наук. – Москва : МГОУ, 2008. – 202 с. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19191918>
- Междисциплинарность в исследовании речевой полинформативности / Потапова Р.К., Потапов В.В., Лебедева Н.Н., Агибалова Т.В. – Москва : Языки славянской культуры, 2015. – 347 с.
- Налчаджян А.А.* Этнопсихологическая самозащита и агрессия. – Ереван : Огебан, 2000. – 408 с.
- Олпорт Г.* Становление личности : избранные труды. – Москва : Смысл, 2002. – 462 с.
- Потапова Р.К., Комалова Л.Р.* База данных русскоязычных текстов, содержащая единицы семантического поля «агрессия» // Вестник Московского государст-

венного лингвистического университета. Серия Языкоznание. – 2014. – Вып. 19(705) : Семиотическая гетерогенность межкультурной коммуникации. Часть I. – С. 112–121.

Потапова Р.К., Комалова Л.Р. Вербальная структура коммуникативного акта агрессии : Тематический толковый словарь. – Москва : ИНИОН РАН, 2015. – Вып. 1. – 146 с.

Потапова Р.К., Комалова Л.Р. Вербальная структура коммуникативного акта агрессии: Тематический толковый словарь. – Москва : ИНИОН РАН, 2017. – Вып. 2. – 124 с.

Потапова Р.К., Комалова Л.Р. Информационная структура письменного текста, содержащего индикаторы состояния «агрессия» // Логический анализ языка. Информационная структура текстов разных жанров и эпох / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – Москва : Гнозис, 2016. – С. 599–607.

Сафуанов Ф.С. Психология криминальной агрессии. – Москва : Смысл, 2003. – 300 с.

Татарова Г. Основы типологического анализа в социологических исследованиях. – Москва : Высшее образование и наука, 2007. – 236 с.

Черкасова М.Н. Речевые формы агрессии в текстах СМИ. – Ростов-на-Дону : Рост. гос. ун-т путей сообщения, 2011. – 123 с.

Якимова Н.С. Средства выражения вербальной агрессии в контексте экспериментального изучения лингвокультур : дис. канд. филол. наук. – Кемерово : Кемер. гос. ун-т, 2012. – 252 с. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19281512>

Anderson G.A., Carnagey N.L. Violent evil and the general aggression model // The social psychology of good and evil. – New York : Guilford Publications, 2004. – P. 162–192.

Computational intelligence applications for text and sentiment data analysis. – Academic Press, 2023. – 350 p. – URL: <https://www.elsevier.com/books/computational-intelligence-applications-for-text-and-sentiment-data-analysis/das/978-0-323-90535-0>

Data mining социума: агрессивность в соцмедиа и новейшие технологии ее выявления // Brand Analytics. – 2019. – URL: <https://br-analytics.ru/blog/agressivnost/>

Denson T.F., DeWall C.N., Finkel E.J. Self-control and aggression // Current directions in psychological science. – 2012. – Vol. 21(1). – P. 20–25. – DOI: <https://doi.org/10.1177/0963721411429451>

DeWall C.N., Anderson C.A., Bushman B.J. The general aggression model: theoretical extensions to violence // Psychology of violence. – 2011. – № 1. – P. 245–258.

Guillén-Nieto V. Hate speech: linguistic approaches. – De Gruyter Mouton, 2023. – 232 p. – URL: <https://www.degruyter.com/document/isbn/9783110672619/html#overview>
Implicit theories of relationships and close relationship violence: does believing your relationship can grow relate to lower perpetration of violence? / Cobb R.A., DeWall C.N., Lambert N.M., Fincham F.D. // Personality and social psychology bulletin. – 2013. – Vol. 39(3). – P. 279–292. – DOI: <https://doi.org/10.1177/0146167212473159>

Komalova L.R. Verbalized structure of an act of aggression (on the basis of Russian language dictionaries and printed newspapers) // IV Фирсовские чтения. Язык в современных дискурсивных практиках: материалы докладов и сообщений Международной научно-практической конференции. Москва, 22–23 октября 2019 г. / под ред. А.С. Борисовой, А.В. Игнатенко, Т.В. Лариной, О.В. Ломакиной. – Москва : РУДН, 2019. – С. 358–367. – URL: <http://f-ch.org/proceedings/>

- Komalova L., Kulagina D.* Perceiving speech aggression with and without textual context on Twitter social network site // SPECOM 2021. Lecture Notes in Computer Science series; LNAI. – 2021. – Vol. 12997. – P. 348–359. – DOI: 10.1007/978-3-030-87802-3_32 – URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-87802-3_32
- Matsumoto D., Hwang H.C., Frank M.G.* Emotional language and political aggression // Journal of language and society psychology. – 2013. – Vol. 32(4). – P. 452–468.
- Potapova R., Komalova L.* Lingua-cognitive survey of the semantic field «aggression» in multicultural communication: typed text // SPECOM 2013. – 2013. – Vol. 8113. – P. 227–232. – DOI: 10.1007/978-3-319-01931-4_30. – URL: http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-01931-4_30#
- Rage, power, and aggression / ed. by R. Glick. – New Haven : Yale University Press, 2022. – 264 p. – DOI: <https://doi.org/10.12987/9780300157925>
- Ross T., Fontao M.I.* The relationship of self-regulation and aggression: an empirical test of personality systems interaction // International journal of offender therapy and comparative criminology. – 2008. – Vol. 52(5). – P. 554–572. – DOI: <https://doi.org/10.1177/0306624X07308667>
- The grammar of hate: morphosyntactic features of hateful, aggressive, and dehumanizing discourse / ed. by N. Knoblock. – Cambridge : Cambridge University Press, 2022. – 294 p. – DOI: <https://doi.org/10.1017/9781108991841>
- Verbale aggression: multidisziplinäre Zugänge zur verletzenden Macht der Sprache / ed. by S. Bonacchi. – Berlin ; Boston : De Gruyter, 2017. – 430 S. – DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110522976>

References¹

- Apresyan, V.Yu. (2003). Implicitnaja agressija v jazyke. *Computational Linguistics and Intellectual Technologies* (pp. 32–35). Moscow: Nauka. Retrieved from: <https://www.dialog-21.ru/media/2604/apresian.pdf>
- Berkowitz, L. (2001). *Agressija. Prichiny, posledstvija i kontrol*. Saint-Petersburg: Olma-Press.
- Baron, R., Richardson, D. (2002). *Agressija*. Saint-Petersburg: Piter. Retrieved from: http://www.law.vsu.ru/structure/criminalistics/books/baron_richardson.pdf
- Dasko, A.A. (2004). Agressija: shtriki k jazykovoj kartine mira. In: *Agressija v jazyke i rechi* (pp. 194–204). Moscow: RGGU.
- Enikolopov, S.N., Kuznecova, Ju.M., Chudova, N.V. (2014). *Agressija v obydennoj zhizni*. Moscow: Politicheskaja jenciklopedija.
- Zhirova, I.G., Larionova, A.S. (2016). *Semantika agressii*. Moscow: MGOU.
- Kalashnikova, A.S. (2009). Sootnoshenie lichnostnyh predposylok raznonapravlennoj (getero- i auto-) agressii. *Mir Psichologii*, 4, 258–266.
- Komalova, L.R. (2017, 2020). Aggressogen discourse: the multilingual aggression verbalization typology. Moscow: Sputnik +.

¹ Здесь и далее источники в разделе References оформлены в стиле APA 6th edition.

- Komalova, L.R. (2015). Interpersonal conflict as catalyst of verbal aggression. *Nauchnyj Vestnik VGASU. Ser. Sovremennye lingvisticheskie i metodiko-didakticheskie issledovaniya*, 2(26), 58–69.
- Komalova, L.R. (2019). Representation of the verbal image of aggression in the informational universe of the English-language mass-media. *Russian Journal of Linguistics*, 1(23), 149–164. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-149-164
- Komalova, L.R., Sadova, E.R. (2022). Pragmatic vector of verbalized aggression within internet mediated communication: textual context dimension. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 3, 77–89. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.7>
- Larionova, A.S. (2009). *Leksiko-semanticheskie i stilisticheskie sposoby vyrazhenija agressii v hudozhestvennom tekste (na materiale hudozhestvennyh protzvedenij anglijskikh i russkikh pisatelej XIX–XX vekov)*. (Unpublished doctoral dissertation). Moscow: MGOU. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19191918>
- Potapova, R.K., Potapov, V.V., Lebedeva, N.N., Agibalova, T.V. (2015). *Mezhdisciplinarnost' v issledovanii rechevoj poloinformativnosti*. Moscow: LRC Publishing House.
- Nalchadzhjan, A.A. (2000). *Jetnopsihologicheskaja samozaashhita i agressija*. ErevamL Ogeban.
- Allport, G. (2002). *Stanovlenie lichnosti: izbrannye trudy*. Moscow: Smysl.
- Potapova, R.K., Komalova, L.R. (2014). Database of Russian texts containing units of semantic field «aggression». *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 19(705)-1, 112–121.
- Potapova, R.K., Komalova, L.R. (2015). *Verbal structure of communicative act of aggression: Thematic explanatory dictionary. Volume 1*. Moscow: INION RAN.
- Potapova, R.K., Komalova, L.R. (2017). *Verbal structure of communicative act of aggression: Thematic explanatory dictionary. Volume 2*. Moscow: INION RAN.
- Potapova, R.K., Komalova, L.R. (2016). Informacionnaja struktura pis'mennogo teksta, soderzhashhego indikatory sostojanija «agressija». In: *Logicheskij analiz jazyka. Informacionnaja struktura tekstov raznyh zhanrov i jepoh* (pp. 599–607). Moscow: Gnozis.
- Safuanov, F.S. (2003). *Psihologija kriminal'noj agressii*. Moscow: Smysl.
- Tatarova, G. (2007). *Osnovy tipologicheskogo analiza v sociologicheskikh issledovanijah*. Moscow: Vysshee obrazovanie i nauka.
- Cherkasova, M.N. (2011). *Rechevyje formy agressii v tekstah SMI*. Rostov-on-Don: RGEPS.
- Yakimova, N.S. (2012). *Sredstva vyrazhenija verbal'noj agressii v kontekste jekspерimental'nogo izuchenija lingvokul'tur*. (Unpublished doctoral dissertation). Kemerovo: KemGU. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19281512>
- Anderson, G.A., Carnagey, N.L. (2004). Violent evil and the general aggression model. In: *The social psychology of good and evil* (pp. 162–192). New York: Guilford Publications.
- Das, D., Kolya, A., Basu, A., Sarkar, S. (eds.) (2023). *Computational intelligence applications for text and sentiment data analysis*. Academic Press. Retrieved from: <https://www.elsevier.com/books/computational-intelligence-applications-for-text-and-sentiment-data-analysis/das/978-0-323-90535-0>
- Data mining sociuma: agressivnost v socmedia i novejshie tehnologii ejo vyjavlenija (2019). *Brand Analytics*. Retrieved from: <https://br-analytics.ru/blog/agressivnost/>

- Denson, T.F., DeWall, C.N., Finkel, E.J. (2012). Self-control and aggression. *Current directions in psychological science*, 21(1), 20–25. DOI: <https://doi.org/10.1177/0963721411429451>
- DeWall, C.N., Anderson, C.A., Bushman, B.J. (2011). The general aggression model: theoretical extensions to violence. *Psychology of violence*, 1, 245–258.
- Guillén-Nieto, V. (2023). *Hate speech: linguistic approaches*. De Gruyter Mouton. Retrieved from: <https://www.degruyter.com/document/isbn/9783110672619/html#overview>
- Cobb, R.A., DeWall, C.N., Lambert, N.M., Fincham, F.D. (2013). Implicit theories of relationships and close relationship violence: does believing your relationship can grow relate to lower perpetration of violence? *Personality and social psychology bulletin*, 39(3), 279–292. DOI: <https://doi.org/10.1177/0146167212473159>
- Komalova, L.R. (2019). Verbalized structure of an act of aggression (on the basis of Russian language dictionaries and printed newspapers). In: *IV Firsovskie chtenija. Yazyk v sovremennoy diskursivnykh praktikah* (pp. 358–367). Moscow: RUDN. Retrieved from: <http://f-ch.org/proceedings/>
- Komalova, L., Kulagina, D. (2021). Perceiving speech aggression with and without textual context on Twitter social network site. In: *SPECOM 2021. Lecture Notes in Computer Science series; LNAI* (pp. 348–359). Cham: Springer. DOI: 10.1007/978-3-030-87802-3_32. Retrieved from: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-87802-3_32
- Matsumoto, D., Hwang, H.C., Frank, M.G. (2013). Emotional language and political aggression. *Journal of language and society psychology*, 32(4), 452–468.
- Glick, R. (ed.) (2022). *Rage, power, and aggression*. New Haven: Yale University Press. DOI: <https://doi.org/10.12987/9780300157925>
- Potapova, R., Komalova, L. (2013). Lingua-cognitive survey of the semantic field «aggression» in multicultural communication: typed text. *SPECOM 2013*, 8113, 227–232. DOI: 10.1007/978-3-319-01931-4_30. Retrieved from: http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-01931-4_30#
- Ross, T., Fontao, M.I. (2008). The relationship of self-regulation and aggression: an empirical test of personality systems interaction. *International journal of offender therapy and comparative criminology*, 52(5), 554–572. DOI: <https://doi.org/10.1177/0306624X07308667>
- Knoblock, N. (ed.) (2022). *The grammar of hate: morphosyntactic features of hateful, aggressive, and dehumanizing discourse*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/9781108991841>
- Bonacchi, S. (ed.) (2017). *Verbale Aggression: multidisziplinäre Zugänge zur verletzenden Macht der Sprache*. Berlin, Boston: De Gruyter. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110522976>

Ли Жань¹⁾, Дубкова О.В.²⁾

**Психолингвистический анализ ценности
«健康 / здоровье» в сознании китайцев***

1) Северо-Западный политико-правовой университет,
Китай, Сиань, lylr4953@sina.com,

2) Сианьский университет иностранных языков,
Китай, Сиань, linuan12@mail.ru

Аннотация. Исследование национального сознания связано с системой ценностей, среди которых ценность «здоровье» является общечеловеческой. На основе анализа научной литературы на русском и китайском языках и различных словарей определяется национальная специфика данной ценности. Результаты свободного ассоциативного эксперимента позволяют определить место данной ценности в сознании китайцев, связи с другими ценностями (平安 / *благополучие*, 幸福 / *счастье*, 和谐 / *гармония* и 长寿 / *долголетие*) и текущими социальными изменениями, вызванными пандемией коронавируса и контролем за эпидемиологической ситуаций в стране. Было выявлено, что в настоящее время китайцы беспокоятся о своем физическом и психическом здоровье, меньше внимания уделяют заботе о здоровье родителей и других членов семьи; помимо занятий спортом и тренировок, следят за питанием, режимом дня, обращают внимание на социальные гарантии медицинского обслуживания и систему контроля заболеваемости.

Ключевые слова: свободный ассоциативный эксперимент; китайский язык; система ценностей; 健康 / здоровье; сознание китайцев.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

* © Ли Жань, Дубкова О.В., 2022

Li R.¹⁾, Dubkova O.V.²⁾

**Psycholinguistic analysis of the value «健康/ health»
in the consciousness of the Chinese people***

¹⁾ *Northwestern University of Politics and Law,*

China, Xi'an, lylr4953@sina.com

²⁾ *Xi'an International Studies University,*

China, Xi'an, linuan12@mail.ru

Abstract. The study of national consciousness is associated with the system of values, among which the value of «health» is universal. Based on the analysis of Russian and Chinese scientific literature and various dictionaries, the national specificity of this value is determined. The findings of a free associative experiment help to determine the place of this value in the consciousness of the Chinese, its relation to other values (平安 / well-being, 幸福 / happiness, 和谐 / harmony and 长寿 / longevity) and current social changes caused by the coronavirus pandemic and control over the epidemics in the country. It was found out that at present the Chinese are worried about their physical and mental health, they are less concerned about the health of their parents and other family members; they play sports and train as well as monitor nutrition, daily routine, are aware of the social guarantees of medical care and the disease control system.

Keywords: free associative experiment; Chinese; system of values; 健康 / health; the consciousness of the Chinese.

Received: 17.04.2022

Accepted: 16.08.2022

Введение

В настоящее время Китаем предпринимаются беспрецедентные меры профилактики и борьбы с эпидемией коронавируса, что должно вызвать определенные изменения в понимании ценности 健康 / здоровье самими китайцами. Мы полагаем, что использование методов сравнительно-исторического и др. традиционных видов анализа не позволяет отразить современные тенденции развития языка и общества в целом. Для решения данной проблемы нами используется психолингвистический метод свободного ассоциативного эксперимента (САЭ). Цель настоящего исследования – определить текущие изменения ценности «健康 / здоровье» в сознании китайцев в условиях контроля за эпидемической ситуацией в стране.

* © Li R., Dubkova O.V., 2022

Методология и история исследования ценности 健康 / здоровье

Как показывает анализ литературы на русском и китайском языках, концепт **健康 / здоровье** является актуальным объектом исследования лексикологии, паремиологии, фразеологии как частного, так и сравнительного языкознания. Рамки статьи не позволяют представить весь список литературы по данной тематике, представим несколько основных: [Аракчеева, 2016; Витько, 2017; Динисламова, 2020; Кириленко, 2020; Норец, 2019; Норец, 2020; Рыбакина, 2021; Слаутина, 2021; Чернышова, 2012; Чыманова, 2021; Ялалова, 2016] и др. В отмеченных исследованиях основное внимание уделяется анализу идиоматического пласта языка, связанного со значением «здоровье» или репрезентирующим концепт « здоровье», на основе сопоставительных исследований делается вывод о том, что в основном обращается внимание на общее состояние здоровья, чем на состояние отдельных органов либо частей тела человека. Все это в целом показывает, по нашему мнению, что **здоровье – это общечеловеческая ценность**, в которой концентрированно выражается народное сознание, связанное с жизнью и смертью.

Анализ научной литературы на китайском языке показывает, что в научных кругах основное внимание уделяется китайским национально специфическим устойчивым выражениям – чэньюям. Так, в статьях Чжи Юань [致远 (Zhi Yuan), 2017], Ду Чанхуна [杜昌宏 (Du Chang-hong), 2017], Чэн Де [陈得 (Chen De), 2020], Ли Чжэньсинь [李珍新 (Li Zhenxin), 2017] и многих других изучаются чэньюи, отражающие знания, методы, приемы и практику традиционной китайской медицины, включая акупунктуру, фитотерапию, моксoterапию и т.д. Как отмечает Ван Цзинхао, понятие **健康 / здоровье** в китайском языковом сознании тесно связано с понятиями **健身 / укрепление здоровья, 养生 / поддержание здоровья, 长寿 / долголетие, 休闲 / отдых, досуг, 祈福 / моление о счастье** [王敬浩 (Wang Jinghao), 2005, с. 78–79].

Сопоставительное лингвокультурологическое исследование фразеологизмов **健康 / здоровье** в китайском и русском языках, проведенное М.М. Салимовой, показывает, что здоровье в китайской лингвокультуре «ассоциируется с хорошим внешним видом, физической силой, душевным и духовным благополучием» [Салимова, 2018, с. 151].

В 2017 г. Чжу Жуйшунан проведен свободный ассоциативный эксперимент, в котором участвовали 410 респондентов-китайцев, не изу-

чающих русский язык. По результатам анализа ассоциативных реакций автором выделяется ядро ассоциативного поля (АП) *健康 / здоровье*, в которое входят следующие ассоциаты: 身体 / тело (85 реакций), 运动 / спорт (53), 快乐 / радость (22), 寿 / долголетие (15), 好 / хорошо (14), 生病 / болеть (12), 幸福 / счастье (9), 生命 / жизнь (8), 身心 / тело и душа (7), 生活 / жизнь, быт (7), 父母 / родители (6), 家人 / члены семьи (6), 强壮 / крепкий и сильный (6), 人 / человек (6) [Чжу, 2017, с. 7]. Автором отмечается, что результаты в целом не совпадают со словарными значениями и отражают в целом особенности национального сознания. Считаем целесообразным уточнить, что перевод вышеуказанных ассоциатов на русский язык не отражает грамматические связи и структуру исходного китайского слова. Например, слово 身体 можно интерпретировать также как «организм», «фигура», «физический», «телесный» и др. Кроме того, пожелание здоровья по-китайски обозначается четырьмя иероглифами: 身体健康 / физическое здоровье, этим можно объяснить максимальную частотность реакций респондентов на стимул *健康 / здоровье*.

Таким образом, в настоящее время уже сформирована научно-практическая основа для изучения ценности *健康 / здоровье* в сознании китайцев.

Результаты САЭ слова-стимула *健康 / здоровье*

В рамках анализа ценностей социализма с китайской специфической авторами в марте-апреле 2022 г. проведен pilotный свободный ассоциативный эксперимент, в котором участвовали 167 респондентов, все они являются студентами бакалавриата и магистратуры различных университетов КНР и обучаются на различных специальностях как гуманитарного, так и технического профилей. Всего в САЭ представлено 36 слов-стимулов, одним из которых является слово *健康 / здоровье*. Эксперимент проводился в письменной форме, респондентам предлагалось написать ассоциацию к каждому слову.

Следует отметить гендерные, возрастные и национальные особенности респондентов. В эксперименте гендерное соотношение респондентов составило 4:6, возраст – от 20 до 25 лет, помимо ханьцев (титульной национальности КНР) в эксперименте участвовали около 12% представителей национальных меньшинств (уйгуры, монголы, казахи, хуэйцы, мяо, туцзу и др.), которые обу-

чались в школах на китайском языке. На наш взгляд, такая выборка обеспечивает валидность результатов САЭ.

В эксперименте приняли участие 167 респондентов. Было получено 58 различных ассоциатов, 0 отказов, 32 единичных ассоциата. Распределение ассоциатов представлено в таблице.

Представим общие результаты САЭ ценности **健康 / здоровье** (табл.).

Таблица
Результаты САЭ на стимул «健康/ здоровье»

Реакция на китайском языке	Перевод на русский язык	Кол-во реакций
身体	тело, организм (человека), физический	31
运动	двигаться, движение, спорт	15
绿色	«зеленый», экологически чистый	10
重要 / 很重要	(очень) важно, важный	9
平安	благополучие	7
寿	долголетие	5
生活	жизнь, условия жизни	5
快乐	радость, радоваться	5
蔬菜	овощи	5
锻炼	тренироваться, тренировка, закаляться, физические упражнения	4
饮食	еда, пища; питание, диета	4
疾病	болезнь, заболевание	3
医院	больница	3
生命	жизнь, спасительный; жизнь и судьба	3
幸福	счастье, благополучие	3
健康码 / 码	код здоровья	3
人	человек	2
舒服	чувствовать себя хорошо, комфортно	2
良好	хороший, прекрасный	2
医疗	лечить, лечение	2
医保	медицинская страховка, страхование на право получения медицинской помощи	2
药	лекарство	2
熬夜	бодрствовать ночью	2

亚健康	недомогание, состояние предболезни	2
死亡	смерть, умирать	2
health	здоровье	2
不生病	не болеть	1
人体	тело (человека), организм, телесный	1
身心	тело и душа, физический и духовный	1
医生	врач	1
只有红茶可以吗	Возможно ли, если только пить черный чай?	1
轻食	легкая еда, снек	1
生病	заболеть	1
吃药	принимать лекарства	1
和谐	гармония	1
基础	основа, фундамент, база	1
指标正常	показатели в норме	1
美丽	прекрасный	1
跑步	бегать, бег	1
睡觉	спать, сон	1
安全	безопасность	1
安危	благополучие и опасность	1
希望	надеяться, надежда	1
开心	радоваться, радость	1
心愿	страстно стремиться, заветное желание	1
恐吓	устрашать, запугивать	1
作息	работать и отыхать	1
健身	укреплять организм, следить за здоровьем	1
减肥	худеть, снижать вес	1
个人	личный	1
每个人	каждый человек	1
家人	члены семьи, вся семья	1
父母	родители	1
爷爷	дедушка	1
一码通	единный код (здравья)	1
红色	красный цвет	1
书本	книги	1
苹果	яблоко	1

Анализ результатов эксперимента показывает, что в ядро ассоциативного поля (АП) «健康 / здоровье» входит девять ассоциатов с общим количеством 92 реакции, что составляет около 55,09%. В силу того, что в ядро АП входит более половины реакций респондентов, считаем целесообразным представить результаты в виде диаграммы (см. рис. 1).

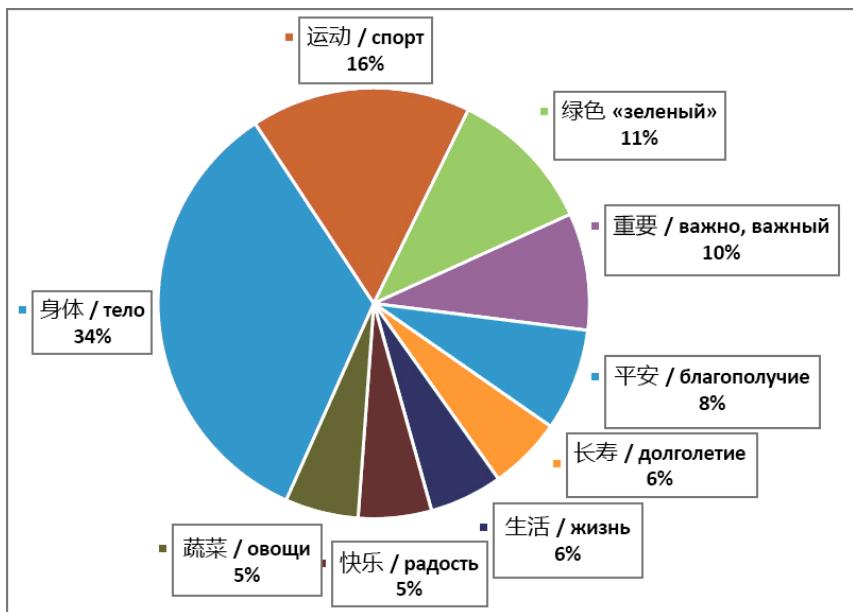


Рис. 1. Ядро АП ценности 健康 / здоровье (результаты САЗ)

В ближнюю периферию с общим количеством реакций не ниже двух входит 17 ассоциатов с общим количеством 43 реакции (25,75% от общего количества реакций); целесообразно отметить, что частотность и количество реакций связаны отношениями обратной прогрессии. В дальней периферии нами выделено 32 ассоциата с единичными реакциями (19,16% от общего количества реакций и 55,17% от общего количества ассоциатов). Общие результаты представлены графически (см. рис. 2–3). Следует отметить, что в ответах респондентов отсутствуют отказы, что еще раз подтверждает актуальность данной ценности для носителей китайского языка.

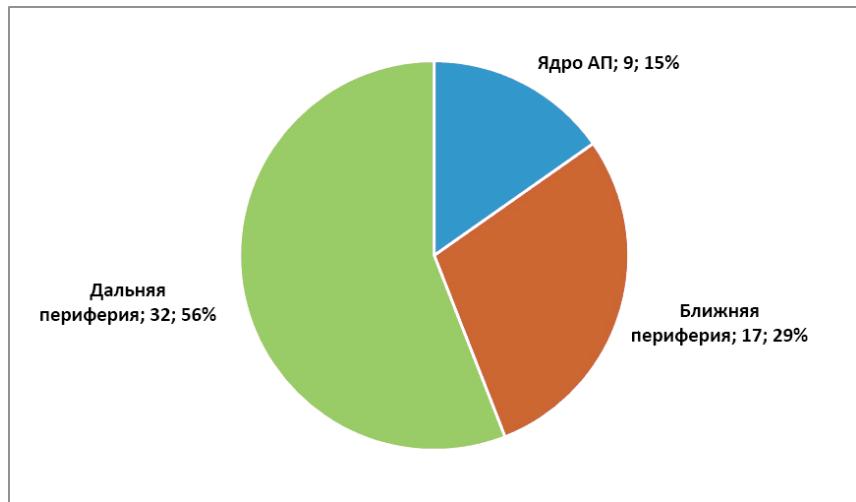


Рис. 2. АП ценности 健康 / здоровье по количеству ассоциатов
(результаты САЭ)

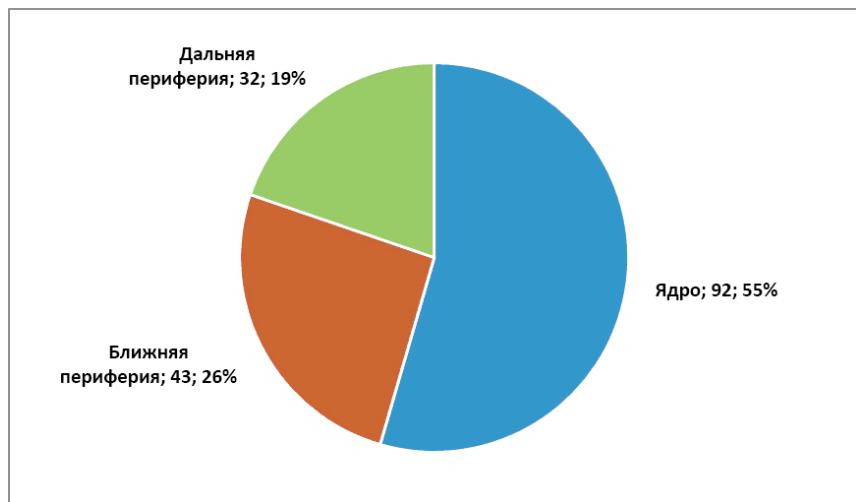


Рис. 3. АП ценности 健康 / здоровье по количеству реакций
(результаты САЭ)

Возникает вопрос о том, какие признаки целесообразно использовать для анализа результатов САЭ. В настоящее время сложилась практика распределения ассоциатов по семантическим, семантико-функциональным и другим признакам. Однако мы считаем, что при анализе единиц китайского языка необходимо учитывать особенности иероглифического письма и отсутствие прямого указания на грамматические особенности слова. Мы предполагаем, что носители китайского языка могут рассматривать ценность **健康 / здоровье** и как существительное, и как прилагательное **健康 / здоровый**, что, в свою очередь, затрудняет классификацию ассоциатов, полученных в результате САЭ. Один ассоциат может одновременно включаться в разные группы, что не позволяет создавать комплексное представление об особенностях АП. В силу этого мы считаем целесообразным подробнее описать национально специфические реакции АП **健康 / здоровье**, которые отражают не только особенности сознания китайцев, но современные тенденции развития китайской реальности. Рассмотрим последовательно каждый из национально-специфических ассоциатов.

平安 / благополучие. Слово состоит из двух иероглифов: 平 / ровный, которой является идеограммой и образован соединением двух иероглифов 于 / состоять и 八 / восемь; 安 / спокойный – пиктограмма, изображающая женщину под крышей. Благополучие понимается как отсутствие опасности, поэтому очень ценится китайцами, часто используется как пожелания благополучия, безопасности и спокойствия [平安 (汉语文字) (Ping'an (Han'yu wenzi)].

幸福 / счастье, благополучие. Данное слово состоит из двух пиктограмм: 幸 – изображение ручных кандалов, что обозначает «избегать зла» и 福 – изображение двух рук, ставящих сосуд с вином на жертвенник, что символизирует моление о счастье. В древнекитайском языке сочетание двух знаков обозначает «надежду на счастье», впервые зафиксировано в трактате Оуян Сю «Новая история династии Тан» [幸福 (人类情感) (Xinfu (Renlei Qinggan)].

和谐 / гармония – одна из базовых ценностей социализма с китайской спецификой, определенных ЦК КПК в 2014 г.

长寿 / долголетие. Слово состоит из двух иероглифов: 长 – пиктограмма, изображающая человека с длинными волосами, 寿 – идеограмма, вероятно, образованная путем сочетания пиктограммы 老 / старый и 疇 [chóu] / межа или граница поля. Знак 寿 / долголетие воз-

никает в Западной Чжоу и в последующие эпохи претерпевает значительные изменения, например до Западной Хань добавляются знаки 口 и 又, что обозначает «поднимать кубок за здоровье пожилого человека» [寿 (汉语文字) (Shou (Han'yu wenzi))]. Долголетие – одна из важнейших ценностей традиционной китайской культуры, для каждого возраста долголетия в китайском языке существует особое слово: например: 喜寿 / 77 лет, 米寿 / 88 лет, 白寿 / 99 лет, 茶寿 / 108 лет и др. В китайской истории могущественные императоры Цинь Шихуан и Хань Уди искали бессмертия и принимали эликсир, чтобы добиться долголетия [长寿 (词语释义) (Chanshou (Ciyu yiyi))].

绿色 «зеленый», экологически чистый. В древнекитайском языке иероглиф 青 / синий используется для обозначения зеленого и черного цветов; в современном китайском языке 绿色 / зеленый обычно связывается и экологически чистыми продуктами [绿色 (颜色种类) (Lǜse (Yanse zhonglei))].

健康码 / 码 / код здоровья и 一码通 / единый код (здравья) – это система регистрации, введенная в Китае для профилактики и борьбы с эпидемией коронавируса. Понятно, что данный код позволяет определить состояние здоровья.

红色 / красный цвет. Предполагаем, что данный ассоциат связан с цветом кода здоровья, красный – обозначает болезнь и полную изоляцию в больнице.

苹果 / яблоко. Китайцы считают, что если каждый день съедать яблоко, то можно сохранить ясность ума в старости, поэтому яблоко – символ здоровья и долголетия.

Отметим, что в результатах САЭ отражаются традиционные представления китайцев о здоровье, подробно описанные в монографии Гао Фэнлоу и Ван Цзячжуна. Авторами отмечается, что ценность «здравье» понимается как 身心健全 / физическое и духовное здоровье, 长寿长乐 / радость долголетия, 美满幸福 / полное счастье, для этого нужно использовать традиционную практику продления жизни (养身), заниматься оздоровлением (健身, 运动), правильно питаться (饮食) и заботиться о семье (家庭) [高凤楼, 王家仲 (Gao Fenglou, Wang Jiachong), 2004].

Ценность «健康 / здоровье» в сознании китайцев связана с 身体 / физическим состоянием, 运动 / спортом, 生活 / жизнью,

饮食 / пищей, 医院 / больницей, 死亡 / смертью и др. Кроме того, актуализируются связи здоровья отдельного человека и членов семьи: 个人 / личный, 家人 / член семьи; 父母 / родители; 爷爷 / дедушка и др. В условиях (пост) пандемии возникает беспокойство о состоянии здоровья, безопасности и возможностях получения медицинской помощи: 平安 / благополучие; 安危 / благополучие и опасность; 安全 / безопасность; 希望 / надеяться, надежда; 心愿 / страстно стремиться; 恐吓 / устрашать, запугивать; 健康码 / 码 / код здоровья; 一码通 / единый код (здравья); 指标正常 / показатели в норме; 医保 / медицинская страховка и др. Все это в целом показывает особенности ценности «健康 / здоровье» в сознании китайцев.

Выходы

Результаты анализа показывают, что в сознании китайцев **健康 / здоровье** – важная ценность, входящая в систему традиционных китайских ценностей **平安 / благополучие**, **幸福 / счастье**, **和谐 / гармония** и **长寿 / долголетие**. В первую очередь, **健康 / здоровье** ассоциируется с телом человека (**身体**), т.е. относится ко всему организму в целом, во вторую, со спортом (**运动**), что полностью совпадает с результатами САЭ, проводимого пять лет назад Чжу Жуйшунан. Однако количественные и качественные показатели остальных ассоциатов, а также ядра и ближней и дальней периферии АП значительно различаются. Результаты показывают, что в сознании китайцев происходит переоценка ценности «здоровье», в АП входят ассоциаты, связанные с экологией, питанием, образом жизни, профилактикой эпидемии коронавируса и другими важными социальными явлениями в (пост) пандемическую эпоху.

Список литературы

Аракчеева Е.А., Мягкова В.Ю. Концепт «здоровье» в русском и английском языках // IV Авдеевские чтения : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, учителей, аспирантов, магистрантов, студентов и школьников, Пенза, 27 апреля 2016 года / под ред. Ю.А. Шурыгиной. – Пенза : Пензенский государственный университет, 2016. – С. 87–90.

- Витъко М.А.* Категория фразеологических единиц, вербализирующих «здоровье» в английском языке // Методологические основы исследования когниции и коммуникации в современной лингвистике : сборник научных трудов в честь доктора филологических наук, профессора Л.А. Манерко. – Москва : МАКС Пресс, 2017. – С. 242–251.
- Динисламова О.Ю.* Фразеосемантическое поле «здоровье человека» в мансийском и русском языках: сопоставительный аспект // Ежегодник финно-угорских исследований. – 2020. – Т. 14, № 1. – С. 55–64. – DOI: 10.35634/2224-9443-2020-14-1-55-64
- Кириленко Е.И.* Отношение к здоровью в зеркале языка: смыслы и практики // Евразийское Научное Объединение. – 2020. – № 10–1(68). – С. 71–74.
- Норец Т.М., Мацерук Т.С.* Анализ структурных особенностей фразеологических единиц, пословиц и поговорок с семой «здоровье» в английском, французском и русском языках // Конвергентные технологии XXI: вариативность, комбинаторика, коммуникация : материалы IV Международной междисциплинарной научной конференции, Симферополь, 28–29 ноября 2019 года / Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, Институт иностранной филологии. – Симферополь : Антиква, 2020. – С. 78–82.
- Норец Т.М., Мацерук Т.С.* Сравнительный анализ семантических особенностей фразеологизмов с семой «здоровье» во французском и русском языках // Филологические открытия : сборник научных статей VII Международной научно-методической конференции, Уссурийск, 23 мая 2019 года / отв. ред. Н.В. Беляева. – Уссурийск : Дальневосточный федеральный университет, 2019. – С. 259–261.
- Рыбакина А.С.* Фразеологизм с компонентом здоровье // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 10/13(78). – С. 265–268.
- Салимова М.М.* Лингвокультурологический анализ фразеологизмов со значением «здоровье» (健康) и «болезнь» (疾病) (на материале китайского и русского языков) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2018. – № 8(799). – С. 142–152.
- Слаутина М.В.* Синонимико-антонимическая парадигма здоровье – болезнь в русском языке // Когнитивные исследования языка. – 2021. – № 3(46). – С. 246–248.
- Чернышова Л.В.* Культурная информация в русском языке (на примере представлений о здоровье и болезни) // Вестник Белорусского государственного педагогического университета. Серия 1: Педагогика. Психология. Филология. – 2012. – № 4(74). – С. 63–67.
- Чжсу Ж.* Здоровье = 健康 в языковом сознании русского и китайского языков // Успехи современной науки. – 2017. – Т. 2, № 1. – С. 6–10.
- Чыманова Ж.Ж.* Концепт «здоровье» в паремиологии русского, английского и кыргызского языков // Общество, язык и культура XXI века : материалы XXXVIII Международной научной онлайн-конференции, посвященной 25-летнему юбилею Кыргызско-Турецкого университета «Манас», Санкт-Петербург – Бишкек,

29–30 апреля 2021 года. – Санкт-Петербург ; Бишкек : Институт иностранных языков, Кыргызско-Турецкий университет «Манас», 2021. – С. 405–412.

Ялалова Р.Р. Сопоставительный анализ фразеологических единиц, вербализующих болезнь – здоровье, в английском, немецком и русском языках // Education & Science – 2016 : материалы Международной научно-практической конференции для работников науки и образования, Saint-Louis, Missouri, USA, 01 марта 2016 года / Science and Innovation Center Publishing House. – Saint-Louis, Missouri : Publishing House Science and Innovation Center, Ltd., 2016. – С. 118–122.

陈得：成语里的中医：高枕无忧[J]. 家庭医药：就医选药, 2020 (10) , 第76页 = Чэнъ Дэ. Традиционная китайская медицина в чэньюях: почивать на лаврах // Домашняя медицина : лечение и выбор лекарств. – 2020. – № 10. – С. 76. – На кит. яз.

杜昌宏：一条成语里的健康忠告[J]. 人生与伴侣：健康人生, 2017 (8) , 第1页. = Ду Чанхун. Советы о здоровье в чэньюях // Жизнь и партнеры: Здоровая жизнь. – 2017. – № 8. – С. 1. – На кит. яз.

高凤楼、王家仲：健康新概念. 山西人民出版社, 2004, 199页. = Гао Фэнлоу, Ван Цзячжун. Новая концепция здоровья. – Цзинань : Шаньсийское Народное изд-во, 2004. – 199 с. – На кит. яз.

李珍新：成语里的中医学知识[J]. 科学养生, 2017 (11) , 第60–61页. = Ли Чжэнъсинь. Знания традиционной китайской медицины в чэньюях // Научное поддержание здоровья. – 2017. – № 11. – С. 60–61. – DOI: 10.3969/j.issn.1672-9714.2017.11.036. – На кит. яз.

绿色（颜色种类）百度百科. = Зеленый цвет (Типология цветов) // Энциклопедия Байду. – URL: <https://baike.baidu.com/item/绿色B2/449467?fr=aladdin>. – На кит. яз.

平安（汉语文字）百度百科. = Пинъань (Китайская письменность) // Энциклопедия Байду. – URL: <https://baike.baidu.com/item/平安/89/3891>. – На кит. яз.

寿（汉语文字）百度百科. = Долголетие (Китайская письменность) // Энциклопедия Байду. – URL: https://baike.baidu.com/item/寿/83985?forcehttps=13Ff3Dkg_hanyu. – На кит. яз.

王敬浩：«健身» 词意辨析及其健康观念管窥[J]. 体育文化导刊, 2005 (10) , 第79页. = Ван Цзинхao. Дифференциация и анализ значения слова «Цзяншэн» и концепции здоровья // Путеводитель по спортивной культуре. – 2005. – № 10. – С. 79. – DOI: 10.3969/j.issn.1671-1572.2005.10.034. – На кит. яз.

幸福（人类情感）百度百科. = Счастье (Человеческие чувства) // Энциклопедия Байду. – URL: <https://baike.baidu.com/item/幸福/18803>. – На кит. яз.

长寿（词语释义）百度百科. = Долголетие (Интерпретация слов) // Энциклопедия Байду. – URL: <https://baike.baidu.com/item/长寿/74573?fr=aladdin>. – На кит. яз.

致远：成语里的健康忠告[J]. 开卷有益：求医问药, 2017 (3) , 第44页. = Чжи Юань. Советы о здоровье в чэньюях // Всякое чтение полезно: Лечение и поиск лекарств. – 2017. – № 3. – С. 44. – На кит. яз.

References

- Arakcheeva, E.A., Myagkova, V.Y. (2016). Koncept «zedorov'e» v russkom i anglijskom yazykah. In: *IV Avdeevskie chteniya* (pp. 87–90). Penza: Penzenskij gosudarstvennyj universitet.
- Vit'ko, M.A. (2017). Kategorija frazeologicheskikh edinic, verbaliziruyushchih «zedorov'e» v anglijskom yazyke. In: *Metodologicheskie osnovy issledovaniya kognicii i kommunikacii v sovremennoj lingvistike* (pp. 242–251). Moscow: MAKS Press.
- Dinislamova, O.Y. (2020). Frazeosemanticeskoe pole «zedorov'e cheloveka» v Mansiskom i russkom yazykah: sopostavitel'nyj aspect. *Ezhegodnik finno-ugorskikh issledovanij*, 14(1), 55–64.
- Kirilenko, E.I. (2020). Otnoshenie k zedorov'yu v zerkale yazyka: smysly i praktiki. *Evrazijskoe Nauchnoe Objedinenie*, 10–1(68), 71–74.
- Norec, T.M., Maceruk, T.S. (2020). Analiz strukturnyh osobennostej frazeologicheskikh edinic, poslovic i pogovorok s semoj «zedorov'e» v anglijskom, francuzskom i russkom yazykah. In: *Konvergentnye tekhnologii HKHI: variativnost', kombinatorika, kommunikaciya* (pp. 78–82). Simferopol: Antikva.
- Norec, T.M., Maceruk, T.S. (2019). Sravnitel'nyj analiz semanticeskikh osobennostej frazeologizmov s semoj «zedorov'e» vo francuzskom i russkom yazykah. In: *Filologicheskie otkrytiya* (pp. 259–261). Ussurijsk: Dal'nevostochnyj federal'nyj universitet.
- Rybakina, A.S. (2021). Frazeologizm s komponentom zedorov'e. *Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire*, 10–13(78), 265–268.
- Salimova, M.M. (2018). Lingvokul'turologicheskij analiz frazeologizmov so znacheniem «zedorov'e» (健康) i «bolezn'» (疾病) (na materiale kitajskogo i russkogo yazykov). *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, 8(799), 142–152.
- Slautina, M.V. (2021). Sinonimiko-antonimicheskaya paradigma zedorov'e – bolezn' v russkom yazyke. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, 3(46), 246–248.
- Chernyshova, L.V. (2012). Kul'turnaya informaciya v russkom yazyke (na primere predstavlenij o zedorov'e i bolezni). *Vestnik Beloruskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya 1. Pedagogika. Psichologiya. Filologiya*, 4(74), 63–67.
- Zhu, Z. (2017). «Zedorov'e/健康» v yazykovom soznanii russkogo i kitajskogo yazykov. *Uspekhi sovremennoj nauki*, 2(1), 6–10.
- Chymanova, Z.Z. (2021). Koncept «zedorov'e» v paremiologii russkogo, anglijskogo i kyrgyzskogo yazykov. In: *Obshchestvo, yazyk i kul'tura XXI veka* (pp. 405–412). Sankt-Peterburg; Bishkek: Institut inostrannyyh yazykov, Kyrgyzsko-Tureckij universitet «Manas».
- Yalalova, R.R. (2016). Sopostavitel'nyj analiz frazeologicheskikh edinic, verbalizuyushchih bolezn' – zedorov'e, v anglijskom, nemeckom i russkom yazykah. In: *Education & Science* (pp. 118–122). Saint-Louis, Missouri: Publishing House Science and Innovation Center.

- 陈得：成语里的中医：高枕无忧[J]. 家庭医药：就医选药, 2020 (10), 第76页. = Chen, De. (2020). Traditional Chinese medicine in Idioms: Gaozhen wuyou. *Medical treatment and drug selection*, 10, 76. (In Chinese)
- 杜昌宏：一条成语里的健康忠告[J]. 人生与伴侣：健康人生, 2017 (8), 第1页. = Du, Changhong. (2017). Health advice in an idiom. In: *Life & Lovers*, 8, 1. (In Chinese).
- 高凤楼、王家仲：健康新概念. 山西人民出版社, 2004, 199页. = Gao, Fenglou & Wang Jiazhong (2004). *New concept of health*. Shanxi People's Publishing House. (In Chinese)
- 李珍新：成语里的中医学知识[J]. 科学养生, 2017 (11), 第60–61页. = Li, Zhenxin (2017). Traditional Chinese medicine knowledge in Idioms. *Kexue yangsheng*, 11, 60–61. (In Chinese)
- 绿色（颜色种类）百度百科. = Lüse (Color category). Retrieved from: <https://baike.baidu.com/item/绿色B2/449467?fr=aladdin/>. (In Chinese)
- 平安（汉语文字）百度百科. = Ping'an (Chinese characters). Retrieved from: <https://baike.baidu.com/item/平安/89/3891/>. (In Chinese)
- 寿（汉语文字）百度百科. = Shou (Chinese characters). Retrieved from: https://baike.baidu.com/item/寿/83985?forcehttps=13Ff3Dkg_hanyu. (In Chinese)
- 王敬浩：「健身」词意辨析及其健康观念管窥[J]. 体育文化导刊, 2005 (10), 第79页. = Wang, Jinghao (2002). Analysis on the meaning of «Jianshen» and its health concept. *Sports Culture Guide*, 10, 79. (In Chinese)
- 幸福（人类情感）百度百科. = Xingfu (Human emotion). Retrieved from: <https://baike.baidu.com/item/幸福/18803>. (In Chinese)
- 长寿（词语释义）百度百科. = Changshou (Definition of words). Retrieved from: <https://baike.baidu.com/item/长寿/74573?fr=aladdin/>. (In Chinese)
- 致远：成语里的健康忠告[J]. 开卷有益：求医问药, 2017 (3), 第44页. = Zhi, Yuan (2017). Health advice in Idioms. *Opening a book is beneficial: seek medical advice*, 3, 44. (In Chinese)

Шестерина А.М.

Видеоблогинг

как платформа популяризации ценностей культуры^{*}

*Воронежский государственный университет,
Россия, Воронеж, shesterina8@gmail.com*

Аннотация. В статье анализируется русскоязычный сектор видеоблогинга в культурно-просветительском аспекте, конкретизируются существующие медийные практики, направленные на популяризацию ценностей культуры. Отмечается, что в целях трансляции духовных ценностей блогеры часто обращаются к наиболее популярным метапрограммам – «человек», «ценности», «процесс», «сходство», «прошлое», «достижение». В стремлении к интериоризации новых знаний и актуализации уже существующих представлений в сфере культуры авторы апеллируют к архетипическим сюжетам, наиболее частые из которых – «переосмысление философских категорий», «подвиг Прометея», «путешествие». Было выявлено, что в анализируемом секторе авторы используют все ресурсы видеоблогов и создают каналы разных форматов: монотематические, политетматические, универсальные. В первом (монотематическом) типе установлено доминирование блогов литературной и кинематографической направленности, а также каналов, направленных на просвещение в области изобразительного искусства. С целью повышения эффективности коммуникации блогеры используют три типа контента – hub, help и hero.

Ключевые слова: видеоконтент; видеоблогинг; культурно-просветительский контент; метапрограммы; архетипические сюжеты.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

* © Шестерина А.М., 2022

Shesterina A.M.
Videoblogging
as a platform for popularization cultural values*

*Voronezh State University,
Russia, Voronezh, shesterina8@gmail.com*

Abstract. The paper focuses on the Russian-speaking sector of videoblogging in terms of its cultural and educational value. It outlines the existing media practices aimed at popularizing cultural values. It is noted that in order to broadcast spiritual values, bloggers often turn to the most popular metaprograms – «person», «values», «process», «similarity», «past», «achievement». In an effort to internalize new knowledge and bring to the fore existing ideas relating to culture, the authors appeal to archetypal plots, including «rethinking philosophical categories», «the feat of Prometheus» and «journey». It was revealed that in the analyzed sector, the authors use all the resources of video blogs and create channels of different formats: mono-thematic, polythematic, universal. In the first (monothematic) type, the dominance of literary and cinematographic blogs, as well as channels aimed at education in the field of fine arts, is established. In order to boost communication, bloggers use three types of content – hub, help and hero.

Keywords: videocontent; videoblogging; cultural and educational content; metaprograms; archetypal plots.

Received: 17.04.2022

Accepted: 16.08.2022

Введение

Сетевая среда сегодня становится одним из эффективных каналов трансляции культурных ценностей, а также одним из богатейших хранилищ культурных кодов, передаваемых от поколения к поколению. Несмотря на обилие разного рода информационных барьеров (технико-технологического, психологического, этического, терминологического, тезаурусного и др.), несмотря на наличие семантического шума, информационного «отравления» и

* © Shestestina A.M., 2022

перегруженности сведениями иногда неточными, а иногда и ложными, она аккумулирует те смыслы и то отношение к ним людей, которые необходимы для сохранения нашей целостности, для культурной эволюции и дальнейшего духовного роста. Понимание этого делает актуальной проблему изучения наиболее эффективных каналов распространения такого рода знаний с помощью сетевых технологий.

Необходимо отметить, что вопрос распространения культурных ценностей посредством медиа всегда стоял перед исследователями. О важности его решения говорили такие ученые, как Е.Л. Вартанова [Вартанова, 2020], Д.Б. Дондурей [Дондурей, 2007], С.Н. Ильченко [Ильченко, 2019], В.Т. Третьяков [Третьяков, 2010] и многие другие. Ряд исследователей обращались и к возможностям сетевой среды как канала популяризации ценностей культуры [Бессарабова, 2019; Поздеева, 2019]. Однако до недавнего времени эта проблема не рассматривалась применительно к функционированию сетевого видеоконтента, и это неудивительно. Сетевые технологии развивались хотя и быстро, но не моментально. И лишь недавно (около 20 лет назад) появилась возможность беспрепятственно размещать и распространять в Интернете сложный в производстве и тяжелый по весу видеоконтент. Однако по мере развития технологий, аудиовизуальный сектор Интернета начал быстро развиваться и сегодня, по мнению многих исследователей, аудитория отдает предпочтение именно видеоконтенту как основному каналу получения сведений о мире [Ильченко, Окнер, 2005; Мультимедийная журналистика, 2017]. Вот почему вопрос о потенциале видеоблогинга в аспекте трансляции ценностей культуры звучит особенно остро.

Методика исследования

Мы в нашем исследовании предпринимаем попытку проанализировать существующие практики видеоблогинга, направленные на распространение ценностей в сфере культуры. Материалом нашего исследования станут русскоязычные каналы культурно-просветительской направленности, размещенные на платформе YouTube и в последнее время отчасти дублирующие свой контент на платформе RuTube. Хронологические рамки исследования – с 2020 г. по настоящее время. В работе мы применяем историко-функциональный, сравнительно-типологический методы и метод

анализа контента. Цель исследования – выявление доминирующих практик популяризации ценностей культуры в современном видеоблогинге. Ключевые задачи состоят в конкретизации форматов и жанров, которые чаще всего используют блогеры анализируемого нами сектора медиа, а также в определении метапрограмм и архетипических сюжетов, к которым они обращаются.

Форматы видеоблогов культурно-просветительского типа

Проанализированный нами медиаконтент позволяет говорить о том, что в культурно-просветительском секторе видеоблогинга представлены каналы самых разных форматов. Так, по тематике мы можем выделить следующие типы каналов.

Монотематические. Такие каналы можно также назвать узкоспециализированными. Их авторы сосредоточены на анализе одной конкретной темы. Так, канал «Антропогенез Ру» направлен на расширение знаний аудитории в сфере развития человека как биологического вида, несомненно связанного с развитием цивилизации. Канал «Loony» направлен на развитие знаний в сфере истории медицины. Канал «Alpha Centauri» рассказывает зрителям о процессах, происходящих в космосе.

Политетматические. Авторы этих каналов рассматривают несколько, как правило смежных, тем. Например, канал «Все как у зверей» проводит параллели между культурой поведения людей и привычками животных, но, кроме того, рассказывает нам и о формировании морали. Канал «Arzamas» содержит контент, тематически сопряженный с вопросами истории, литературы, науки.

Универсальные. На таких каналах количество тем не ограничено. Они постоянно развиваются и дополняются новыми плейлистами. Это такие каналы, как «Научпок», «ПостНаука», «Курилка Гутенберга», «Ulielie».

Среди монотематических доминируют каналы литературной, кинематографической направленности, а также каналы, направленные на просвещение в области изобразительного искусства и различных отраслей знания (например, «Chapterstrackss», «Mercurybookishmusings»).

Сопоставление тематики канала и его популярности (число подписчиков, среднее число просмотров видео, активность ауди-

тории) позволяет говорить о том, что степень востребованности блога не имеет прямой корреляции с тематикой контента. Важна не столько тема, сколько форма ее подачи. Каналы со схожей тематикой могут иметь много или мало подписчиков в зависимости от стратегии создания и продвижения контента.

По типу контента видеоблоги культурно-просветительской направленности можно разделить на две группы:

- **контентные** – это каналы, которые основаны на авторском контенте (так, каналы «ПостНаука», «Arzamas», «Правое полушире интроверта» публикуют только авторское видео);

- **цитатные** – такие блоги построены на двух формах работы с видеоконтентом: первая форма подразумевает обилие видеоцитат из других произведений (например, обзоры фильмов, концертов или спектаклей могут быть построены полностью на закадровом тексте автора, перекрываемом фрагментами из другого видео); вторая форма основана на перегоне трафиков с других каналов или медиа (большая часть ресурсов такого типа – это каналы традиционных медиа: так, канал «Спас», транслирующий ценности духовного порядка, размещает свой контент как на платформе YouTube, так и на платформе RuTube, то же можно сказать о каналах телерадиокомпании «Русский мир»).

Оба типа видеоблогов популярны у аудитории. Однако во второй группе каналы традиционных медиа набирают не столь много просмотров. Можно предположить, что контент такого типа в меньшей степени адаптирован к требованиям сетевой среды, тогда как другие типы блогов изначально создаются с учетом запросов подписчиков.

В аспекте авторства мы можем говорить о представленности каналов следующих типов.

- **Персональные.** Такие блоги ведут эксперты в какой-либо сфере культуры или люди, ею увлеченные. Это ярко персонифицированный тип блога. Он может быть как монотематическим, так и универсальным. Например, ведущий канала «ЕщеНеПознер» Николай Солодников в своих выпусках обсуждает темы, связанные с литературой, изобразительным искусством, кинематографом, музыкой и др.

- **Комбинированные.** Такие блоги создаются несколькими (иногда многими) авторами. Пример – видеоблог «Arzamas».

- **Медиаблоги.** Это видеоблоги определенных медиа (например, канал журнала «Сеанс» – «Séance Magazine»).

- Каналы организаций. Например, канал ВГИКа как на YouTube, так и на RuTube.

Если же говорить о типах самого контента внутри каналов, то приходится признать, что одним из обязательных условий их популярности является присутствие на канале трех типов видео – hub, help и hero. Ключевая тема реализуется в hub-контенте. Этот контент публикуется регулярно, и именно ради него случайные зрители становятся постоянными подписчиками. Как правило, это несложные в производстве, но интересные, привлекательные видео, которые выкладываются еженедельно или чуть реже. Help-контент называют также ситуативным. Он связан с текущими событиями и служит для подписчиков сигналом о том, что блогер живет в одном с ними пространстве. Этот тип контента несложен в производстве. Его основу составляют разговорные жанры (часто эссе), в которых блогер анализирует текущие события в рамках темы. Например, на канале «ЕщеНеПознер» такой тип контента реализуется в плейлисте «Закладки», где автор рекомендует пять книжных новинок, которые показались ему интересными в последнее время. Hero-контент – это сложный в производстве, дорогой контент. Он публикуется редко и служит для привлечения новой аудитории. Это могут быть документальные фильмы, сложные в аспекте съемок и монтажа, или организационно-технические проекты, требующие участия большого количества людей и особых работ с оборудованием.

Жанровые предпочтения видеоблогеров

Анализ русскоязычного сектора видеоблогинга демонстрирует наличие в культурно-просветительской сфере едва ли не всех жанров – как традиционных телевизионных, так и жанров, характерных только для сетевых видеоформатов. Вместе с тем можно говорить о доминировании видеоблогов профессиональной направленности, в которых специалисты, эксперты в какой-либо сфере рассказывают о культурных ценностях. Подобное видео чаще всего может быть выполнено в формате лекции, интервью или документального фильма («Arzamas»).

Немалый интерес в рамках нашей темы также представляет группа персонифицированных жанров, таких как обзор, сравнение, топ, комментарий, рецензия. Предметами повествования в жанре обзора и сравнения в сетевой среде чаще всего становятся фильмы,

книги, компьютерные игры («Optimisster»). Предметом топов, как правило, является музыка или какие-либо достопримечательности. Предмет рецензии – новинки в сфере культуры. А предмет комментария – какая-либо ситуация или явление, которые обладают высокой степенью социокультурной значимости.

Доминирующие метапрограммы

Безусловно, с целью продвижения культурно-просветительского контента видеоблогеры апеллируют к основным метапрограммам, которые понимаются нами как своего рода призма, через которую человек воспринимает реальность. Так, побывав на месте одного и того же события, мы расскажем о нем по-разному, акцентируем то, что показалось нам наиболее интересным. Можно сказать, что и в сфере популяризации культуры блогеры также всякий раз расставляют разные акценты в зависимости от доминирующей у них или у подписчиков метапрограммы. К наиболее частым метапрограммам в культурно-просветительской сфере отнесем следующие.

- «Ценности» – это доминирующая в данной категории видеоблогов метапрограмма. Она акцентирует, прежде всего, ценности духовного порядка. В такого типа видеоблогах зрителю демонстрируются произведения искусства, какие-либо арт-объекты. Мы наблюдаем детальный показ объекта и подробный рассказ о его значимости, уникальности («ЕщеНеПознер», «Op Pop Art»).

- «Процесс». Эта метапрограмма чаще всего бывает направлена на рассказ о процессе создания какой-либо ценности (например, строительство архитектурной достопримечательности, написание литературного или музыкального произведения, съемка фильма, совершение научного открытия). В такого рода видео нам иногда предлагаются и своего рода инструкции, которым необходимо следовать, если мы хотим достичь высоких результатов в какой-либо сфере творчества («Научпок»).

- «Люди». Здесь ведется повествование о судьбах творцов, изобретателей, о перипетиях их жизненного пути, о сложностях, через которые проходят люди на пути создания значимого культурного феномена («Ученые против мифов»).

- «Прошлое». В этом типе видеоизображение погружается в исторический контекст, повествование ведется ретроспективно. Транслируются не только ценности нашей, но и других эпох («Arzamas»).

- «Сходство». Такая метапрограмма как бы говорит нам, что мы также можем стать участниками творческого процесса, что ничто не мешает нам, подобно великим творцам, попробовать сделать что-то свое. Видео, основанное на этой метапрограмме часто имеет обучающий или рецептурный характер («Ситар»).

Важно отметить, что в видеоблогах культурно-просветительской или научно-популярной направленности нередко реализуются сразу несколько метапрограмм, что позволяет стимулировать интерес широкой аудитории.

Архетипические сюжеты

В рассказе о произведениях культуры и искусства видеоблогеры нередко опираются на так называемые архетипические сюжеты, т.е. сюжетные модели, повторяемые из века в век в разных интерпретациях представителями различных культур. К наиболее частым моделям отнесем следующие.

- «Переосмысление философских категорий». Эта модель направлена на обсуждение так называемых «вечных вопросов» и «вечных ценностей». Например, в таких видео ведутся дискуссии об особенностях творческого процесса, о том, что такое талант и гениальность т.е. рассматриваются глобальные вопросы, ответы на которые не могут быть найдены в рамках одного произведения («ЕщеНеПознер»).

- «Подвиг Прометея» – сюжет, в котором речь идет о герое, борющемся с силами, намного его превосходящими. Такая борьба носит, как правило, ярко выраженный алtruистический характер. В культурно-просветительской сфере это рассказы о преодолении препятствий на пути создания произведения или история спасения какого-либо ценного с позиции культуры объекта («Антропогенез Ру»).

- «Архетип Золушки» – сюжет, в основе которого лежит история достижения цели при помощи внешней силы. Например, это истории о победах в различных творческих конкурсах, о наградах, которые находят достойного, о помощи меценатов.

- «Спящая красавица» – сюжет, в котором раскрываются скрытые качества человека, группы людей, события или явления. Например, какое-то произведение, не получившее высокой оценки современников, становится впоследствии произведением искусства (история полотен Ван Гога). Или напротив, произведение, считавшееся шедевром, вдруг обесценивается (искусственный интел-

лект устанавливает, что одно из самых дорогих полотен – картина «Самсон и Далила» – принадлежит вовсе не Рубенсу, а неизвестному художнику).

• «Путешествие» – сюжет, основанный на фиксации процесса реального путешествия с какой-либо целью. Иногда речь идет об открытии земель, а иногда о ментальном путешествии на пути совершения научного открытия (блог Павла Перца).

Другие виды архетипических сюжетов (таких, как «плутовство», «рок», «стихийное бедствие»), хотя и встречаются часто в видеоблогинге, но редко представлены на анализируемых нами рейтинговых каналах.

Заключение

Таким образом, за время своего существования видеоблогинг доказал наличие у него значительного потенциала в сфере популяризации ценностей культуры. Видеоблогеры appellируют к различным моделям как на уровне формы, так и на уровне содержания для того, чтобы актуализировать уже существующие у зрителей представления о социокультурных ценностях и интериоризовать знания о новых. Представление о том, что блогеры в состоянии снимать лишь пустое развлекательное видео, канули в лету. По мере профессионализации блогосферы мы обнаруживаем все больше образцов видеопроизведений, которые можно было бы отнести к смысловыявляющему типу текста – типу, построенному на высоком уровне доверия к аудитории, к способности зрителя глубоко погрузиться в тему, самостоятельно размышлять и делать выводы.

Список литературы

- Бессарабова М.Л. Видеоблог как феномен массовой культуры // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2019. – № 5/6(50). – С. 5–10.
- Вартанова Е.Л. Медиа и город: об актуальных взаимовлияниях // Меди@льманах. – 2020. – № 1(96). – С. 8–21.
- Дондурей Д.Б. Телевидение: режиссура реальности. – Москва : Искусство кино, 2007. – 360 с.
- Ильченко С.Н. Как нас обманывают СМИ. – Санкт-Петербург : Питер, 2019. – 320 с.
- Ильченко С.Н., Окнер О.А. Телевидение в эпоху Интернета. – Санкт-Петербург, 2005. – 106 с.

- Мультимедийная журналистика / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
- Поздеева А.А. Видеоблог как метод воспитания культуры в обществе // World Science: Problems and Innovations. – Саратов : Изд-во СГУ, 2019. – С. 114–116.
- Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. – Москва : Алгоритм, 2010. – 560 с.

References

- Bessarabova, M.L. (2019). Videoblog kak fenomen massovoy kul'tury [Video blog as a phenomenon of mass culture]. *Actual scientific research in the modern world*, 5–6 (50), 5–10.
- Vartanova, Ye.L. (2020). Media i gorod: ob aktual'nykh vzaimovliyaniyakh [Media and the city: about actual mutual influences]. *Medi@l'manakh*, 1(96), 8–21.
- Dondurey, D.B. (2007). *Televideeniye: rezhissura real'nosti* [Television: directing reality]. Moscow: Iskusstvo kino.
- Il'chenko, S.N., Okner, O.A. (2005). *Televideeniye v epokhu Internet* [Television in the era of the Internet]. Saint-Petersburg.
- Il'chenko, S.N. (2019). *Kak nas obmanyvayut SMI* [How the media deceives us] Saint-Petersburg.
- Mul'timediyaya zhurnalistika* (2017) [Multimedia journalism]. Moscow: Higher School of Economics Publishing House.
- Pozdeeva, A.A. (2019). Videoblog kak metod vospitaniya kul'tury v obshchestve [Video blog as a method of educating culture in society]. *World Science: Problems and Innovations* (pp. 114–116). Saratov: Izd-vo SGU.
- Tret'yakov, V.T. (2010). *Kak stati' znamenitym zhurnalistom* [How to become a famous journalist]. Moscow: Algoritm.

Морина Л.А.

**Об эффективности пандемийного медиатекста:
экспериментальные наблюдения
в фокусе риторического декодирования***

*Новосибирский государственный технический университет,
Россия, Новосибирск, ludmila200273@mail.ru*

Аннотация. Статья описывает пилотный эксперимент, выявляющий оценку эффективности медиатекста. Теоретическим основанием эксперимента является концепция риторического декодирования, ядром которой выступает риторический текстотип – ментальный образец, дающий систему параметров текстовой эффективности. Представлена карта риторического диагностирования текста. Предлагаемая экспериментальная методика позволяет обнаруживать зоны риторических рисков текста, снижающие его воздействующие возможности. Результаты эксперимента – выявленные респондентами риски пандемийного медиатекста-стимула, связанные с параметрами диалогичности, публичности как демонстрации идиостиля и акциональности. Результаты эксперимента верифицированы с помощью лингвориторического анализа и элементов SEO-анализа.

Ключевые слова: эффективность; пандемийный медиатекст; риторическое декодирование; параметризация; эксперимент; риторическое диагностирование; риторические риски.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

* © Морина Л.А., 2022

Morina L.A.

**On the effectiveness of the pandemic media text:
experimental observations in the aspect of decoding rhetoric^{*}**

*Novosibirsk State Technical University,
Russia, Novosibirsk, ludmila200273@mail.ru*

Abstract. The paper features the findings of a pilot experiment that aims to reveal the evaluation of the effectiveness of a media text. The experiment is based on the theory of decoding rhetoric, central to which is a rhetorical text type as a mental sample that defines the system of text effectiveness parameters. The map of the rhetorical diagnosis of a text is presented. The proposed experimental technique helps to detect areas of rhetorical risks of the text reducing its impact possibilities. The findings of the experiment include the risks of the pandemic media text-stimulus identified by the respondents associated with the parameters of dialogism, publicity as a demonstration of idiosyncrasy and actionality. The findings were verified using lingua-rhetorical analysis and elements of SEO analysis.

Keywords: effectiveness; pandemic media text; decoding rhetoric; parameterization; experiment; rhetorical diagnosis; rhetorical risks.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

Введение

Пандемия COVID-19 обусловила социальные, экономические, психологические потрясения и аксиологические трансформации, которые, по предположению редакционной коллегии коллектической монографии «Русский язык коронавирусной эпохи», «оказались настолько шокирующими для общества, что русский язык (как и другие языки мира) мгновенно отреагировал на эти процессы, создав за несколько месяцев 2020 года такой массив новаций, который в количественном отношении можно сравнить с языковой динамикой таких тяжелых периодов в истории России XX века, как например, революционная эпоха или период перестройки в 90-е годы» [Русский язык ..., 2021, с. 6]. Естественно,

* © Morina L.A., 2022

что потребность в переживании и осмыслении эпидемиологической ситуации 2020–2021 гг. выступила катализатором появления и функционирования особого тематического медиатекста – пандемийного.

Поскольку активные процессы в языке пандемийного времени оказались в той или иной степени оперативно описанными лингвистами в 2020–2021 годах [Новые слова ..., 2020; Русский язык ..., 2021], то *актуальность* настоящего исследования связывается с рассмотрением медиадискурсологических, в том числе и риторических, аспектов пандемийной речевой практики. В условиях, когда наблюдается «все больше и больше информации и все меньше и меньше смысла» [Baudrillard, 1981, р. 119], особый интерес вызывают эффекты, создаваемые медиатекстами в кризисные для человечества периоды. В связи с этим в эпоху перепроизводства и искажения информации формирование критического отношения к медиатекстам, оценка их качества и действенности в социальной практике представляются чрезвычайно значимыми.

Цель настоящей статьи заключается в освещении результатов пилотного эксперимента, направленного на распознавание и оценку респондентами параметров текстовой эффективности в свете концепции риторического декодирования.

Эффективность – категория параметрическая, понимаемая как «отношение достигнутого результата и предварительно намеченной цели» [Василик, 2003, с. 469].

На системе параметров эффективности базируется понятие риторического текстотипа, выступающего краеугольным камнем обосновываемой нами концепции риторического декодирования текста (см.: [Голышкина, 2020]). Риторический текстотип представляет собой ментальный образец эффективного текста, программируемый структурой коммуникативного акта, выступающего основанием модели коммуникативного контекста продуцента. Идея текста-образца, текста-модели уходит корнями в исследования Н.А. Бернштейна, П.Я. Гальперина, А.А. Леонтьева, Е.С. Кубраковой, Н.Н. Болдырева.

Актуализация риторического текстотипа наделяет продуцируемый текст параметрами коммуникативно-речевой эффективности. Параметризация риторического текста может быть представлена в виде корреляционных пар, где первая составляющая – компонент коммуникативного акта, а вторая – текстовое свойство. Взяв на вооружение модель коммуникативного акта, разработанную Б.Ю. Городецким [Городецкий, 2003], мы устано-

вили следующие корреляции: коммуниканты / авторство и адресность, как следствие – диалогичность; обстоятельства общения / публичность; коммуникативная цель / персуазивность, основанная на аргументированности; процессы вербализации и понимания / ориентация на актуальность предмета речи как базовое условие понимания; практическая цель / акциональность; коммуникативный текст / осознанность текстообразования как целенаправленное следование поэтапной технологии построения текста – риторическому канону [Голышкина, 2020, с. 14].

Риторическое декодирование призвано выявить текстообразующий замысел субъекта речи путем реконструирования его представлений о тексте-образце, получающих то или иное воплощение в продуцируемом тексте. Иными словами, лингвоторический анализ механизмов создания определенного текста в рамках риторического декодирования осуществляется как поиск соответствий / несоответствий между способами и средствами стратегий текстообразования и параметрами текстовой эффективности, основанными на учете составляющих коммуникативного акта.

Диагностика эффективности текста требует экспериментального подхода.

Описание эксперимента

Гипотезой эксперимента становится положение о том, что текстовая эффективность достигается путем воплощения в конкретном тексте системы вышеуказанных риторических параметров, обусловленных структурой коммуникативного акта. Нераспознавание реципиентами того или иного критерия может свидетельствовать о зонах риторических рисков текста, снижающих его воздействующие возможности вследствие неучета тактико-стратегических средств текстообразующей технологии, или, напротив, сигнализирующих о манипулятивных интенциях адресанта.

По аналогии с параметрической судебно-лингвистической моделью [Осадчий, 2020, с. 9] нами разработана карта риторического диагностирования текста, включающая:

- а) наименование параметра (*диалогичность; публичность; аргументированность; актуальность; акциональность*);
- б) качественные характеристики реализации параметра;
- в) количественные характеристики реализации параметра.

Качественные характеристики *диалогичности* представлены следующими позициями: 1) демонстрация говорящим своего авторского «Я», своего мнения, позиции, отношения; 2) демонстрация внимания к слушающему, установление и поддержание контакта с ним.

В качественные характеристики *публичности* включены: 1) доступность восприятия информации; 2) запоминающийся авторский стиль, использование средств выразительности.

Качественная характеристика *аргументированности* связана с наличием фактов и сведений, способных заинтересовать и убедить слушателя.

Качественная характеристика *актуальности* предполагает обсуждение общественно значимой темы / предмета, рассмотрение важных для слушателей проблем.

Качественная характеристика *акциональности* учитывает способность текста осуществлять действие, возможность функционирования текста в качестве составной части события.

Количественные характеристики каждого параметра: [1; 0], где 1 – реализованный критерий (положительный), 0 – нереализованный.

В рамках pilotного этапа эксперимента *группой испытуемых* выступили студенты Новосибирского государственного технического университета – 35 человек в возрасте 20–23 лет.

Студентам для ознакомления был предложен компактный по объему (4 мин. 38 сек. эфирного времени) видеоролик – интервью министра здравоохранения РФ Михаила Мурашко журналисту телеканала «Россия 1» Наиле Аскер-Заде от 16 июля 2021 г. «Иммунитет, повторная вакцинация и побочные реакции».

После восприятия требовалось оценить эффективность данного текста, а именно речевую партию министра как интервьюируемого: выявить реализованность / нереализованность критериев риторичности, согласно предложенным качественным параметрам, и заполнить описанную выше карту риторического диагностирования путем указания количественных индикаторов каждого параметра (либо 1, либо 0).

Далее количественные реакции были суммированы по каждому параметру с показателем «0» и с показателем «1»; по каждому критерию риторичности определен процент от общего числа полученных реакций. Проведен сравнительно-сопоставительный анализ данных; сделаны интерпретационные выводы.

Результаты пилотного эксперимента

Обработано 35 карт риторического диагностирования. Получено 245 реакций.

Диалогичность авторизующего характера (1), реализованную в предложенном для риторического диагностирования медиатексте, отметили 8,6% респондентов. Соответственно, 91,4% обозначили факт нереализованности авторизации. Диалогичность как экспликацию адресации (2) в данном тексте выявили 57,1% участников эксперимента. Соответственно, 42,9% отметили нереализованность адресации.

Публичность текста, рассматриваемая сквозь призму доступности восприятия информации (1), диагностирована как положительная всеми участниками эксперимента: 100% испытуемых отметили реализацию данного параметра. Публичность в ракурсе запоминающегося авторского стиля, речевой выразительности (2) оценили как состоявшуюся только 5,7% респондентов. В то время как 94,3% не выявили авторской речестилевой индивидуальности.

Аргументированность как свойство эффективного текста диагностировали 82,9%. Соответственно, 17,1% не выделили данный параметр.

Актуальность признана единогласно: 100% участников эксперимента отреагировали на текст как соответствующий потребностям «здесь и сейчас».

Акциональность как реализованный параметр оценили 57,1%, тогда как 42,9% указали на нереализованность данного критерия.

Обсуждение и верификация результатов

Проведенное риторическое диагностирование, согласно выдвинутой гипотезе, выявляет ядерную зону риторических рисков текста интервью М. Мурашко (от 50% и более нулевых реакций либо менее 50% положительных реакций), куда входят параметры диалогичности в ее авторизующей функции и публичности, трактуемой в качества критерия, обуславливающего необходимость речестилевой индивидуализации.

Включение указанных параметров в зону рисков зиждется на их сущностной взаимосвязи: средстваreprезентации автор-

ского «Я», так или иначе, участвуют в формировании идиостиля говорящего, индивидуализируют сообщение, способствуют его субъектизации.

Проведенный с целью верификации реакций испытуемых лингвогориторический анализ текста интервью М. Мурашко подтверждает реакции студентов. Так, мы не выявили ни одного случая экспликации местоимения «Я» и соответствующих глагольных форм – главных средств авторизаций. Буквально несколько раз встречается в авторизующей функции местоимение «мы»: «Мы рекомендуем [привакцинироваться] со следующей недели...; Мы единичные видели такие реакции»¹.

Стоит отметить, что уже следующее интервью М. Мурашко, данное 13 декабря 2021 г., так же как и Н. Аскер-Заде для телеканала «Россия 1», содержит более обширный арсенал средств субъектизации, формирующих диалогичность: «...хочу сказать...; ...мы вышли на контакт с нашими коллегами из ЮАР...; ...мы обсуждаем дальнейшие шаги взаимодействия...; Я думаю, что эти работы дадут нам еще дополнительную информацию, и мы будем уже четко понимать, как действовать дальше; Мы посещали сейчас Пермский край...; Вернуться к своей стабильной работе – я думаю, что об этом, наверное, мечтает каждый»² и т.п.

Думается, что самим спикером и его спичрайтерами были учтены риторические недочеты прошлых выступлений.

Что касается нераспознавания идиостилевого своеобразия, то наблюдаемая стратегическая коммуникативная установка говорящего на актуализацию речевого жанра официального инструктажа не только способствует субъектной обезличенности текста, но и лишает возможности оригинального мыслевыражения.

Особняком выделим группы реакций, где расхождение показателей составляет <15% (в нашем случае – 14,28%), что свидетельствует об определенных трудностях декодирования сигналов риторичности и их оценивания.

Так, диалогичность в функции адресации, набравшая 20 голосов, оказывается противопоставленной 15 голосам с нулевой

¹ Мурашко М.А. Иммунитет, повторная вакцинация и побочные реакции : интервью телеканалу «Россия 1» от 16.07.2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vesti.ru/article/2589136> (дата обращения: 09.03.2022).

² Мурашко М.А. Нужно три недели, чтобы оценить эффективность наших вакцин против «омикрона» : интервью телеканалу «Россия 1» от 13.12.2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vesti.ru/article/2652128> (дата обращения: 10.03.2022).

параметрической реакцией. Такой небольшой разброс значений можно объяснить неясностью референциальной отнесенности, возникающей в связи с использованием местоимения «мы», способного выступать как в функциях авторизации, так и адресации. Испытуемые затрудняются определить, на кого указывает индексальная единица «мы». Здесь возникают семантические разнотечения: возможно, «мы» – это сам министр, либо чиновник и его министерская команда, либо группа специалистов-медиков и министр, либо, напротив, говорящий пытается объединить себя и слушателей, акцентируя внимание на тех или иных фактах: «*Наиболее высокий рост сегодня мы видим – это Алтайский край, мы видим – Астраханская область подрастает...; Вот сейчас мы видим этот прирост еще в 2 раза; ...мы вводим иммунобиологический препарат...»*¹.

Критерий акциональности характеризуется ровно таким же количеством реакций испытуемых: 20 – положительно диагностирующих признак в противовес 15 нулевым. Акциональность, обусловленная перформативной природой текста, связанной с его способностью самим актом своего произнесения / опубликования осуществлять действие, – достаточно сложное явление, требующее рефлексии реципиента. Именно поэтому критерий акциональности оказывается неоднозначно декодированным респондентами. Часть испытуемых (20 человек) распознает интенцию говорящего: через информирование о противоковидных мерах косвенно призвать население России к массовой вакцинации. Другая часть (15 человек) воспринимает интервью министра здравоохранения в качестве сугубо формального коммуникативного инструмента, необходимого для поддержания административного статуса. Высокий процент нулевых реакций в оценке акциональности есть индикатор, указывающий на то обстоятельство, что данное интервью воспринимается не как информационное, а как протокольный речевой жанр, находящийся на пути к десемантизации.

В безрисковую зону попадают параметры, получившие однозначную оценку всех участников эксперимента. В нашем случае это публичность, связанная с доступностью восприятия информации, и актуальность.

¹ Мурашко М.А. Иммунитет, повторная вакцинация и побочные реакции : интервью телеканалу «Россия 1» от 16.07.2021. – URL: <https://www.vesti.ru/article/2589136> (дата обращения: 09.03.2022).

Верификация оценки данных критериев представляется возможной посредством обращения к SEO-технологии, основанной на семантическом анализе текста, который представляет собой «анализ текстового контента с целью определения основных характеристик, которые важно знать для его оптимизации под поисковое продвижение. В результате семантического анализа текста становятся известны: объем текста (количество смв. с пробелами и без них); количество обычных и стоп-слов; процент водности; тошнота документа (классическая и академическая); частотность употребления отдельных слов и фраз (в частности, ключевых); ошибки (грамматические и орфографические)» [Шульга, 2016].

Так, проведенный с помощью специализированного онлайн-сервиса Advego¹ семантический анализ выявил семантическое ядро исследуемого медиатекста, куда вошли следующие наиболее частотные лексические единицы (частота от 1,57 до 1,05%): *вакцинация, рекомендация, сегодня, вакцина, все, конечно, нужно, поэтому, регион*. Данное семантическое ядро, реконструирующее концептуальный замысел говорящего, выступает вербальным индикатором актуальности текста и свидетельством осознанного подхода к отбору лексических средств, обеспечивающих доступность сообщения.

Выводы

Настоящий эксперимент наращивает доказательную базу в части обоснования гипотезы о достижении текстовой эффективности путем воплощения в тексте системы параметров, характеризующих риторический текстотип, а именно: диалогичности, публичности, аргументированности, актуальности, акциональности.

Разработанная методика параметрической оценки текстовой эффективности, или риторического диагностирования, позволяет выявлять зоны риторических рисков, являющихся следствием невоплощенности того или иного критерия ментального текстобразца, определяемого коммуникативным актом и моделью коммуникативного контекста.

Реализованное пилотное риторическое диагностирование текста интервью М. Мурашко «Иммунитет, повторная вакцинация и побочные реакции» позволяет охарактеризовать его как ритори-

¹ См.: URL: <https://advego.com/text/seo/>

чески неустойчивый медиапродукт, требующий усовершенствования таких параметров, как диалогичность, публичность, связанная с экспликацией идиостилевых маркеров, акциональность. Экстраполяция сделанных заключений на пандемийную медиадискурсивную практику подтверждает мысль о связи риторичности медиатекста и производимого этим медиапродуктом воздействующего эффекта, направленного на изменение или коррекцию действительности. Именно поэтому в пандемийный период должен культивироваться осознанный подход к текстообразованию, когда «модель действия, ориентированного на достижение взаимопонимания, должна определить специфические условия для достигаемого в процессе коммуникации согласия, при которых Другой может соединить свои действия с действиями Я» [Хабермас, 2001, с. 200]. И тогда, скорее всего, мультилицируемый вопрос о том, почему в России вакцинация идет так медленно, потеряет актуальность.

Проведенное исследование подтверждает валидность риторического диагностирования как инструментария оценки эффективности и вносит вклад в развитие прикладных аспектов концепции риторического декодирования текста.

Список литературы

- Василик М.А.* Основы теории коммуникации. – Москва : Гардарики, 2003. – 615 с.
- Гольшикина Л.А.* Риторика декодирования: теоретико-методологическое обоснование научного направления // Научный диалог. – 2020. – № 5. – С. 9–24. – DOI: 10.24224/2227-1295-2020-5-9-24
- Городецкий Б.Ю.* Моделирование вербального общения и типология коммуникативных актов // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : труды Международной конференции «Диалог 2003». – Москва, 2003. – URL: <http://www.dialog-21.ru/media/2632/gorodetskij.pdf> (дата обращения: 10.03.2022).
- Новые слова и словари новых слов.* 2020 : сборник научных статей / отв. ред. Н.В. Козловская. – Санкт-Петербург : ИЛИ РАН, 2020. – 220 с.
- Осадчий М.А.* Русский язык в судебном процессе : книга для судебных лингвистов-экспертов, журналистов, политиков, специалистов по рекламе и PR. – 2-е изд., стереотип. – Москва : ЛЕНАНД, 2020. – 256 с.
- Русский язык коронавирусной эпохи : коллективная монография* / ред. кол. Е.С. Громенко, Н.В. Козловская, А.С. Павлова, М.Н. Приемышева (отв. ред.), Ю.С. Ридецкая. – Санкт-Петербург : ИЛИ РАН, 2021. – 610 с.
- Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. – Санкт-Петербург : Наука, 2001. – 280 с.

Пчулъга П. Что такое семантический анализ текста. – 2016. – URL: <https://seo-akademiya.com/seo-wiki/semanticheskij-analiz-teksta/> (дата обращения: 15.03.2022).
Baudrillard J. Simulacres et simulation. – Paris : Galilée, 1981. – 235 p.

References

- Vasilik, M.A. (2003). *Osnovy teorii kommunikacii [Fundamentals of Communication Theory]*. Moscow: Gardariki.
- Golyshkina, L.A. (2020). Ritorika dekodirovaniya: teoretiko-metodologicheskoe obosnovanie nauchnogo napravlenija [Decoding Rhetoric: Theoretical and Methodological Substantiation of the Scientific Direction]. *Nauchnyj dialog*, 5, 9–24. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-5-9-24
- Gorodeckij, B.Ju. (2003). Modelirovanie verbal'nogo obshhenija i tipologija kommunikativnyh aktov [Modeling of verbal communication and typology of communicative acts]. In: *Komp'juternaja lingvistika i intellektual'nye tehnologii: trudy Mezhdunarodnoj konferencii «Dialog 2003»*. Moscow. Retrieved from: <http://www.dialog-21.ru/media/2632/gorodetskij.pdf>
- Novye slova i slovari novyh slov.* 2020. [New Words and Dictionaries of New Words. 2020]. (2020). Collection of scientific papers. Kozlovskaya, N.V. (ed.). Saint-Petersburg: ILI RAN Publ.
- Osadchij, M.A. (2020). *Russkij jazyk v sudebnom processe: Kniga dlja sudebnyh lingvistov-jejkspertov, zhurnalistov, politikov, specialistov po reklame i PR [Russian Language in Litigation: A book for forensic linguists, journalists, politicians, advertising and PR specialists]*. 2nd ed. Moscow: LENAND.
- Russkij jazyk koronavirusnoj epohi [Russian language of the coronavirus era]*. (2021). Collective monograph. Gromenko, E.S., Kozlovskaja, N.V., Pavlova, A.S., Priemy-sheva, M.N., Rideckaja, Ju.S. (eds.). Saint-Petersburg: ILI RAN Publ.
- Habermas, Ju. (2020). *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe dejstvie [Moral consciousness and communicative action]*. Saint-Petersburg: Nauka.
- Shul'ga, P. (2016). *Chto takoe semanticheskij analiz teksta [What is semantic text analysis]*. Retrieved from: <https://seo-akademiya.com/seo-wiki/semanticheskij-analiz-teksta/>
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris: Galilée.

Алдошина С.А.

**Национальный менталитет и категория персуазивности
(на материале испанского политического дискурса)***

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, sofyaaldosh99@gmail.com*

Аннотация. В статье рассматриваются аспекты реализации категории персуазивности, связанные с особенностями национального менталитета участников политической коммуникации. Приводятся примеры конкретных персуазивных тактик и языковых средств на материале фрагментов выступления Сантьяго Абаскаля, одного из наиболее ярких политиков современной Испании. Его речи наглядно показывают, что оратор и аудитория – это носители одной культуры, объединенной общим видением мира. Лишь учитывая это, политик может добиться коммуникативного успеха.

Ключевые слова: персуазивность; политический дискурс; стратегии и тактики персуазивности; речевое воздействие; национальный менталитет.

Поступила: 04.06.2022

Принята к печати: 16.08.2022

* © Алдошина С.А., 2022

Aldoshina S.A.

**National mentality and the category of persuasion
(based on the analysis of Spanish political discourse)***

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, sofiyaaldosh99@gmail.com*

Abstract. The paper looks into the category of persuasion associated with the mentality of the participants to political communication. It describes persuasive tactics and linguistic means through the analysis of a speech by Santiago Abascal, one of the most prominent political leaders of present-day Spain. His speeches demonstrate that the speaker and the audience represent one culture, united by one outlook. A political leader can be a successful communicator only by keeping this in mind.

Keywords: persuasion; political discourse; strategies and tactics of persuasion; linguistic manipulation; national mentality.

Received: 04.06.2022

Accepted: 16.08.2022

Введение

Политическая коммуникация в современном обществе обусловлена его социальной, культурной и политической структурами, и именно это, с одной стороны, оказывает специфическое воздействие на организацию и употребление языковых средств, необходимых для достижения оратором цели, с другой – в политическом дискурсе реализуется механизм формирования политического сознания, общественное предназначение которого – внушать адресатам необходимость представлений, действий и / или оценок политической ситуации, адекватных целям представляющей политику партии.

Персуазивность как воздействие политика на избирателей с целью формирования таких действий и оценок становится мотивом политической коммуникации. В борьбе за власть, реализуя базовую инструментальную функцию политического дискурса, политик-оратор стремится вовлечь аудиторию в поле своих идеологи-

* © Aldoshina S.A., 2022

ческих интересов и вызвать у нее желание совершить определенное посткоммуникативное действие, убедить в правильности собственных суждений, стремясь таким образом обрасти сторонников и укрепить свои общественно-политические позиции.

Такое воздействие осуществляется с помощью манипулятивных коммуникативных стратегий и тактик, направленных на то, чтобы изменить эмоции слушателя, его поведение, систему ценностей. В связи с этим важно определить содержание понятия «коммуникативная стратегия», являющегося основным при интерпретации политической речи. Так, В.И. Карасик понимает под коммуникативной стратегией вообще «последовательность интенций речевых действий, реализуемую в той или иной конкретной последовательности коммуникативных ходов» [Карасик, 2002, с. 429]. Более частную коммуникативную стратегию персуазивности А.В. Голоднов рассматривает на двух уровнях: как реализацию общей коммуникативной стратегии, которая определяется «прагматической интенцией адресанта», и как специализированную – «варианты реализации глобальной интенции в виде элементов содержания» [Голоднов, 2003, с. 5].

Процесс коммуникации в аспекте персуазивности исследуется с позиций лингвопрагматики, в сферу которой входит анализ целей высказывания, которые могут быть как явными, так и скрытыми, изучение речевых стратегий и тактик, правил ведения диалога, направленных на достижение перлокутивного эффекта, использование косвенных речевых актов и разнообразных приемов языковой игры. Так, И.В. Смирнова описывает лингвопрагматическую стратегию персуазивности, которая необходима для оказания воздействия на слушателей в соответствии с целью, преследуемой оратором [Смирнова, 2014]. По мнению исследователя, реализация этой стратегии осуществляется путем применения конкретных риторических тактик и средств персуазивности. Анализируя программные тексты основных политических партий современной Испании, И.В. Смирнова выделяет их перечень, при этом каждая обозначенная ею тактика репрезентируется в совокупности особых языковых приемов, которые отражают лингвопрагматическую направленность высказывания оратора [там же, с. 120]. Наиболее частотны, по мнению И.В. Смирновой, метафоры, пассивный залог, политические клише, прецедентные феномены, а также эпиграф как текстовый компонент, направляющий восприятие реципиента по необходимому смысловому пути.

В.Е. Чернявская относит к языковым средствам реализации категории персуазивности также слова с выраженной положительной и отрицательной коннотацией, средства диалогизации и интимизации, такие как императивы и вопросительные конструкции и отмечает, что «*потенциальной* воздействующей силой обладают все риторические фигуры, тропы, средства образности» [Чернявская, 2006, с. 30] (курсив наш. – С. А.).

Представляется, что предложенный И.В. Смирновой перечень тактик универсален для политического дискурса и, следовательно, может быть применен не только к письменным текстам партийных программ, изучаемым И.В. Смирновой, но и к устным публичным выступлениям политиков.

Персуазивные средства политического дискурса С. Абаскаля

Рассмотрим, как практически реализуются некоторые персуазивные средства на материале приветственной речи одного из наиболее влиятельных политических деятелей современной Испании – Сантьяго Абаскаля, главы партии «Голос». В рамках мероприятия «Viva21», состоявшегося в Мадриде в октябре 2021 г., партия оратора представила ряд предложений, заложивших основу будущей политической программы «Повестка Испании», само название которой подчеркивает нацеленность, по словам политика, на *«defensa de la unidad nacional, defensa de la igualdad de los españoles en todo el territorio nacional, defensa de la libertad frente a las leyes totalitarias de la izquierda, defensa de la propiedad privada, defensa de la economía que los españoles puedan labrarse su futuro»* (защиту национального единства, защиту равенства испанцев на всей территории страны, защиту свободы перед тоталитарными законами левых, защиту частной собственности, защиту собственной экономики¹) [Сантьяго Абаскаль, 2022], – всего того, что, по убеждению политика, необходимо, чтобы испанцы могли строить свое суверенное будущее. Продвигаемая Сантьяго Абаскалем повестка противопоставлена известной «Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года», предписывающей всем государствам – членам ООН выполнение задач для достижения единых для всех Целей устойчивого развития (ЦУР).

¹ Здесь и далее перевод с испанского на русский наш. – С. А.

В своем выступлении оратор очевидно ориентируется именно на испанский избиратель и интересы собственной страны. Это сказывается не только в обозначенной им проблематике, но и в самой структуре речи, учитывающей специфику менталитета избирателей-испанцев.

Одна из особенностей речевого портрета Сантьяго Абаскаля – **обобщенно-личностное обращение к слушателям как к единому субъекту** с помощью личных местоимений. Эта особенность, по общему мнению (см. например: [Чернявская, 2006, с. 48]), является распространенным и эффективным средством реализации персонализации:

«...vosotros sois los patriotas, vosotros sois los resistentes, vosotros sois los valientes, vosotros sois los defensores de la libertad, vosotros sois aquellos que lleváis muchos años sin dar un solo paso atrás, vosotros sois los que habéis izado la bandera de nuestros ideales en cada rincón de España» (... вы патриоты, вы выносливы, вы храбры, вы защитники свободы, вы – те, кто за много лет не сделал ни единого шага назад, вы – те, кто поднял знамя наших идеалов в каждом уголке Испании).

Подобное обращение, апеллируя к высоким идеалам и чести, актуализирует у слушателей чувство сопричастности к ним и тем самым утверждает общность оратора и слушателей. Сантьяго Абаскаль нередко прибегает в своих публичных выступлениях к этому глубоко укорененному в национальном менталитете испанцев рыцарскому мотиву: одна из излюбленных метафор политика – это призыв вновь поднять знамена, некогда брошенные на землю.

Тактика констатации проблемы используется политиком для того, чтобы выявить и описать конкретные трудности, с которыми сталкиваются граждане страны и, таким образом, реализовать риторический принцип близости речи и интереса адресата. При этом одновременно используется прием гиперболизации для оказания еще большего эмоционального воздействия на слушателей. Говоря с трибуны о ситуации в современной Испании, политик обозначает ключевые проблемы сегодняшнего мира:

«Pero hoy es un día de exaltación de todo aquello que nos une, en un mundo que abraza el desarraigó y que camina sin rumbo y sin jinete hacia una homogenización asfixiante, hacia un borrado completo de nuestra identidad, hacia un delirante magma global que nos reduzca a meros productores, a simples consumidores sin alma ni genealogía» (Но сегодня день восхваления всего, что объединяет нас в мире, который охвачен

выкорчевыванием собственного прошлого, бесцельно и бездумно движется к удушающей гомогенизации, к полному стиранию нашей идентичности, к бредовой глобальной магме, сводящей нас к обычным производителям, простым потребителям без души и истоков).

В данном случае оратор также использует понятие «*homogenización*» / «гомогенизация», реализуя таким образом **тактику конкретизации**, которая заключается в применении узкоспециализированных терминов, чтобы показать аудитории высокий уровень собственной образованности, что должно значительно повысить степень доверия к его словам. Одновременно «гомогенизация» в речи Сантьяго Абаскаля – это и некий устрашающий символ «полного стирания идентичности» в современном мире, от способности противостоять которому зависит будущее всех стран.

Тактика указания на способы решения проблемы тесно связана с тактикой констатации проблемы, так как благодаря ей оратор может ненавязчиво ввести в речь свои предвыборные обещания:

«Pensemos en ese bien común, reforcemos los nudos que nos unen con nuestros compatriotas, cuidemos lo que es de todo, guardemos nuestras tradiciones, honremos a nuestros difuntos, pensemos en el futuro de nuestros hijos y dejemos una patria digna en herencia a nuestros descendientes, hagamos a nuestra patria grande otra vez, porque esa es la mejor manera de oponernos al globalismo y de vencer definitivamente al separatismo» (Давайте же задумаемся о нашем общем благе, укрепим узы, которые связывают нас с нашими соотечественниками, обо всем позаботимся, сохраним наши традиции, будем чтить наших усопших, размышлять о будущем наших детей и оставим достойную родину в наследство потомкам, снова сделаем нашу родину великой, потому что это лучший способ противостоять глобализму и решительно бороться с сепаратизмом внутри страны).

К применению **тактики дискредитации оппонента на фоне позитивной самопрезентации** прибегают фактически все политические деятели. Особенно ярко это проявляется в ходе предвыборных дебатов. Для данной тактики характерно применение оратором слов с положительной коннотацией при изложении собственных взглядов и слов с яркой отрицательной коннотацией по отношению к своему политическому оппоненту. Именно в рамках данной тактики наиболее очевидна основная семантическая оппозиция политического дискурса «свой – чужой». При этом частотно употребление форм третьего лица множественного числа

по отношению к абстрактному конкретному оппоненту. Таким образом, персуазивное воздействие реализует цель – скорректировать мнение о партии, которую представляет оратор, изменить его в лучшую сторону и «подтолкнуть» избирателей к тому, чтобы они «сделали правильный выбор»:

«Y no la riales, no dais un solo paso atrás, no las riales esas banderas ni ante los insultos, ni ante las amenazas, ni ante las piedras, ni lo haríamos ante las balas, ni lo hacéis ante los partidos liberticidas, ni ante sus medios lacayos que ... manipularán cada una de las palabras que digamos en estas tribunas. ¡Viva!» (И вы не смеетесь над этими знаменами, не отступаете ни на шаг ни перед оскорблениеми, ни перед угрозами, ни перед камнями, ни перед пулями, ни перед применяющими лакейские меры либертицидными партиями, которые... будут манипулировать каждым словом, сказанным нами с этой трибуны. Да здравствует Испания!).

Характеризуя партии своих оппонентов, оратор употребляет слово *«liberticidas / либертицидные»*. Согласно словарю испанского языка Испанской королевской академии, это прилагательное означает «разрушающие свободу». В связи с этим выбор такого определения для оратора мотивирован необходимостью подчеркнуть степень экспрессии признака, актуализируемого в слове, уже обладающего в силу специфики коннотативного значения необходимым pragматическим потенциалом. И для испанцев, одним из важнейших этнических свойств которых является свободолюбие, он становится действенным средством воздействия.

Оратор перечисляет то, перед чем, по его убеждению, нельзя склонять голову народу Испании, и в этом ряду он использует метафору камней, отсылающую к священным текстам¹. Испания – страна, в которой практически все население исповедует католицизм, поэтому политик, по-видимому, ожидает положительную реакцию на использование этого языкового средства.

Тактика сильного лидера направлена на то, чтобы политический лидер, выразив твердую личную позицию, показал тем самым и мощь стоящей за ним *партии*, создав у аудитории потенциальных избирателей ощущение надежности и положительной социальной перспективы. Выделенная тактика реализуется в использовании местоимений и глаголов в форме первого лица

¹ «Схвативши слуг его, иного прибили, иного убили, а иного побили камнями» (притча о злых виноградарях Мф. 21: 35); вариация данного мотива в Новом Завете – форма агрессии со стороны грешников против праведников.

множественного числа, когда речь идет о политической партии, которую представляет оратор, благодаря чему у аудитории создается представление не только о ее силе и внутренней сплоченности, но и возникает чувство причастности к некой значимой и психологически близкой общности:

«Hemos de desenmascarar a todos aquellos que escondidos en las peculiaridades y en las tradiciones locales de nuestra patria solo han buscado su interés personal, solo han buscado la discordia, la creación de parlamentos divisivos y ruinosos que nos empobrecen y que nos enfrentan» (Мы должны разоблачить всех тех, кто, скрываясь за особенностями местных традиций нашей родины, искал только свой личный интерес, только повод для раздора, создания разрозненных парламентов, которые несут разрушение и обедняют нас, сея между нами вражду).

Тенденции в современной политике аналогичны тенденциям в развитии социальных процессов, в которых наблюдается одновременное действие как глобализационных факторов, так и стремление к трайбализации*: все больше стран пытаются хоть в какой-то мере отступить от глобалистских установок, народы все больше начинают задумываться о собственной самобытности, вспоминают свои глубинные культурные и исторические корни. По этой причине оратор, отстаивающий подобные идеи, акцентирует уникальность Испании, но сдержанно, не переходя при этом границ политической корректности:

«Pero hoy nos reunimos aquí ... los que sabemos que los españoles de hoy no somos los dueños de esta tierra, sino solo sus depositarios temporales, porque la patria es una comunidad temporal que mece en su regazo a los vivos, a los muertos y a los que aún están por nacer. Algunos en cambio por falta de convicciones o por cobardía quieren hacernos creer que la patria es un contrato social o una constitución perecedera o una relación administrativa o un DNI» (Но сегодня мы собрались здесь: ... те, кто знает, что мы, нынешние испанцы, не хозяева этим землям, а только ее временные хранители, потому что родина – это временное сообщество, которое держит в своих материнских объятиях живых, мертвых и тех, кто еще не родился. Некоторые же из-за отсутствия собственных убеждений или трусости хотят заставить нас поверить,

* Трайбализация (от английского «tribe» – племя, род; «tribal» – племенной, родовой) – форма обособления группы людей, основанная на провозглашении собственной исключительности.

что родина – это всего лишь общественный договор, скоропортящаяся конституция, административные отношения или удостоверение личности).

Тактика обещания процветания и благополучия, которых страна некогда может достичь, используется, чтобы расположить к себе слушателей и показать, что, сделав выбор в пользу партии, которую представляет оратор, можно приблизить наступление долгожданного благоденствия и улучшить качество жизни граждан:

«Vosotros sabéis que la patria es el asidero que tenemos para evitar nuestro naufragio como sociedad. Vosotros sabéis que, sin familia, sin comunidad, sin lazos sociales fuertes, sin cimientos sólidos, en definitiva, sin patria no hay futuro para nuestra sociedad. Por eso hoy estamos aquí para pediros, para proponeros una vez más que volvamos a encontrarnos, una y otra vez, con las preguntas que hicieron nuestros ancestros. Pues, sólo así nos situaremos, de verdad, de frente, ante el porvenir» (Вы знаете, что родина – это опора, которая у нас есть, чтобы избежать нашего крушения как общества. Вы знаете, что без семьи, без сообщества, без сильных социальных связей, без прочных оснований в конечном счете без родины нет будущего для нашего общества. Вот почему сегодня мы здесь, чтобы попросить вас, вновь предложить вам снова и снова задаваться вопросами, которые задавали себе наши предки. Только так мы действительно встретимся лицом к лицу с будущим).

Тактика опоры на общественные ценности позволяет привлечь на свою сторону как можно больше избирателей, так как она основана на универсальных концептах. Часто эта стратегия представляется с помощью политических клише с положительной коннотацией и, как правило, дополняется применением тактики единения.

Тактика единения пронизывает всю речь оратора, ведь он говорит о том, что объединяет всех испанцев в единый народ и определяет его идентичность: о культуре, земле, истории, предках и общем будущем. Сантьяго Абаскаль объединяет все это в понятие «наše видение мира»:

«Para eso estamos aquí. ¡Para afirmar la continuidad histórica de nuestra patria que se llama España! Porque, queridos compatriotas, acaso no es hermoso saber, que, a cientos de kilómetros de nuestras casas, tal vez en otra lengua, tal vez en otra gastronomía, tal vez con otros paisajes hay personas que comparten nuestro amor a España, que comparten nuestra visión del mundo, que comparten nuestra manera de vivir y nuestra manera de entender la familia» (Для этого мы здесь. Чтобы подтвердить историче-

скую преемственность нашей родины, которая называется Испанией! Потому что, дорогие соотечественники, разве не прекрасно знать, что за сотни километров от наших домов, может быть, на другом языке, может быть, с другой национальной кухней, может быть, с другими пейзажами есть люди, которые разделяют нашу любовь к Испании, разделяют наше видение мира, разделяют наш образ жизни и наше понимание семьи).

Тактика констатации общеизвестной истины с целью представить свою собственную позицию как мнение адресата – это попытка оратора манипулировать эмоциями слушателей, поскольку эмоциональное единство способствует восприятию заложенных в речи смыслов и направляет понимание слушателей в нужное оратору русло:

«Para amar a la pluralidad de España y para conservar sus tradiciones no hace falta 17 parlamentos de espaldas al bien común y mirándose el ombligo» (Чтобы любить многообразие Испании и сохранять свои традиции, не нужно 17 парламентов, стоящих спиной к общему благу и ставящих себя на первое место).

Тактика использования национальных стереотипов – важнейшее средство эффективного pragматического воздействия на аудиторию в выступлениях Сантьяго Абаскаля, который постоянно отсылает слушателей к национально актуальным прецедентным феноменам:

«Qué orgullo sentírnos herederos de quienes descubrieron el Nuevo Mundo, de aquellos que pusieron fin al genocidio de los pueblos indios, de aquellos que inventaron el Imperio de los Derechos Humanos, de aquellos que dieron al mundo la mayor obra de hermandad universal que haya aportado ningún pueblo, de los intrépidos que frenaron al Turco en el Mediterráneo y de aquellos que regaron con su sangre los campos de media Europa para hacer una España acorde al tamaño de sus sueños!» (Какая гордость знать, что мы наследники тех, кто открыл Новый Мир, кто положил конец геноциду коренных народов, кто создал испанскую солнечную империю, которая была империей прав человека, тех, кто дал миру величайшее дело всеобщего братства народов, мы наследники бесстрашных воинов, которые сдержали турок в Средиземном море, и тех, кто полил своей кровью поля половины Европы, чтобы создать Испанию своей мечты).

Применяя эту тактику в выступлении, сам политик предстает как яркий носитель кодов национальной культуры, представленных в прецедентных феноменах. Рисуя перед своим избирателем светлые, «солнечные» перспективы, обещая вернуть стране ее былое величие, Сантьяго Абаскалль хорошо понимает зыбкость этих обещаний, но использует названный прием для обозначения некоего идеала, к которому можно и нужно стремиться.

При этом немаловажно, что данное выступление политика пришлось на октябрьские дни 2021 г., когда вся страна вспоминала событие 450-летней давности, оставившее глубочайший след в национальном сознании испанцев, а именно битву при Лепанто, состоявшуюся 07 октября 1571 г., последнее в европейской истории крупное и самое ожесточенное сражение галерных флотов. В этой битве в Средиземноморье флот Священной лиги, в которую входила Испания, разгромил флот турок, наводивших в те времена ужас на всю Европу. Этот успех не стал победой в войне с османами, но морально-психологическое значение победы христианского флота при Лепанто было столь велико, что в память о ней католическая церковь учредила даже особый праздник Пресвятой Девы Марии – Царицы Розария.

В этом сражении участвовал и был ранен молодой Мигель де Сервантес Сааведра, будущий автор великого «Дон Кихота», служивший солдатом в испанской морской пехоте. В «Назидательных новеллах», в Прологе к читателю Сервантес напишет о себе в третьем лице: «В морской битве при Лепанто выстрелом из аркебуза у него была искалечена рука, и хотя увечье это кажется иным безобразием, в его глазах оно прекрасно, ибо он получил его в одной из самых знаменитых битв, которые были известны в минувшие века и которые могут случиться в будущем...» [Сервантес, 2020, с. 10].

В память о битве при Лепанто Тициан написал свое знаменитое аллегорическое полотно под названием «Религия, спасенная Испанией», изображающее религию коленопреклоненной женщиной, за спиной которой притаились враги в виде ядовитых змей. Символическая же фигура Испании предстает в облике женщины, решительно шагающей вперед со знаменем, развивающимся на поднятом вверх копье. Этому образу Испании, думается, очень близка та «Испания мечты», к мысли о которой то и дело возвращается Сантьяго Абаскалль.

Перечисленные выше прецедентные феномены не упоминаются в выступлении политика прямо, но подспудно в нем присутствуют, определяя образный ряд и сам тон речи, в которой не-

изменно превозносятся идеи единого испанского мира, защищающего христианские ценности и объединенного одним языком (*«la mayor obra de hermanamiento universal como la evangelización de América y la hispanidad»* [Сантьяго Абаскаль, 2022]).

Используя **тактику призыва к переменам и тактику нацеленности на будущее** Сантьяго Абаскаль попутно фактически излагает основные положения своей политической программы, убеждая таким образом аудиторию, что перемены в Испании будут реально претворены в жизнь лишь в случае, если к власти придет партия «Голос»:

«Levantémonos contra la altanería de los progres y de los cosmopolitas que desprecian todos los lugares por igual, porque son incapaces de encontrar un sitio a la altura de sus prejuicios, de su soberbia y de su exquisites, levantémonos contra la tabla rasa del globalismo y levantémonos contra la amputación de nuestras raíces y de nuestras tradiciones que representa el separatismo. Reivindiquemos el orgullo de pertenencia, el orgullo de la tierra, de las costumbres heredadas y transmitidas, del amor por la naturaleza y de la pasión por todo aquello que permanece inalterable» (Давайте восстанем против высокомерия прогрессистов и космополитов, которые презирают все страны одинаково, потому что они не могут найти место, которое бы соответствовало их предрассудкам, их гордости и их изыскам, давайте восстанем против необоснованного глобализма и против отсечения наших корней и наших традиций, против сепаратизма. Давайте заявим о гордости быть гражданами своей страны, гордости жить на этих землях, унаследованных и передаваемых из поколения в поколение обычаев, любви к природе и страсти ко всему, что остается неизменным).

Заключение

Персуазивность – это универсальная исследовательская категория, отражающая способы, приемы и средства воздействия говорящего / пишущего на аудиторию с целью достижения определенного прагматического эффекта, зависящего не от отбора манипулятивно заряженных языковых средств, но и от того, насколько оратор сумел учесть принадлежность слушателей к конкретной лингвокультурной общности. Оратор, как и его слушатели, – это носители определенной уникальной культуры и особого видения мира, поэтому максимального отклика оратор может добиться лишь в том случае, если строит свое послание с учетом

национального менталитета своей аудитории. Реализация персуазивности напрямую зависит как от личности адресанта, так и от совокупной личности адресата.

Обращаясь к своей аудитории, Сантьяго Абаскаль говорит:

«Pero también sois los guardianes del legado de cientos de millones de hombres y mujeres corrientes que, a lo largo de los siglos en sus cometidos diarios, en sus trabajos en sus hogares, en sus pueblos, en sus campos y sus ciudades dieron forma a esta España diversa, a esta España rica y a esta España irrevocable que hoy pisamos y cuyos bailes, cuya música, cuyas fiestas, cuyos poemas, cuya arquitectura, cuyo arte y geografía celebramos con orgullo. Porque España, porque esa España que amamos es también una vocación, es una realidad, es un pasado y es un destino irrenunciable. Pero esa vocación de unidad y de continuidad histórica, esa realidad nacional innegable, ese pasado y ese destino se declinan en plural» (Вы хранители наследия сотен миллионов обычных мужчин и женщин, которые за многие столетия, занимаясь своими ежедневными делами и работая в своих домах и в полях, в деревнях, в небольших и крупных городах, создали эту разнообразную Испанию, богатую Испанию, Испанию, которую невозможно отменить. Именно в такой стране мы живем сегодня, ее танцы, музыка, праздники, стихи, архитектура, искусство и земли – это наша гордость. Потому что это та Испания, которую мы любим, – это мечта, это реальность, это прошлое и это судьба, от которой невозможно отказалось. Однако стремление к единству и исторической преемственности, неоспоримая национальная реальность, прошлое и предназначение – все это относится и к каждому из нас).

Таким образом, в приведенных выше текстовых фрагментах отражена глубинная закономерность, показывающая, как повышается эффективность персуазивных средств воздействия оратора на аудиторию в зависимости от того, насколько ему удается учесть в своей речи ее ментальные стереотипы, из которых во многом складывается объединяющее их видение мира и опора на которые и обеспечивает подлинную коммуникацию, политическую в том числе.

Список литературы

Голоднов А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации: на примере современной немецкоязычной рекламы : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2003. – 23 с.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.

Сантьяго Абаскаль. Приветственное слово главы ультраправой партии «Голос» в рамках мероприятия «Viva21» в Мадриде в октябре 2021 года. – 2021. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NinfIScr6D8> (дата обращения: 28.05.2022).

Сантьяго Абаскаль. Заключительное слово в рамках предвыборной кампании «Посев» в автономном сообществе Кастилия и Леон в феврале 2022 года. – 2022. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qIiZpgUfKzI> (дата обращения: 28.05.2022).

Сервантес М. Назидательные новеллы : в 2 кн. / изд. подгот. С.И. Пискунова, М.Б. Смирнова, Т.И. Пигарёва ; пер. с исп. Б.А. Кржевского (проза) и М.Л. Лозинского (стихи). – Москва : Ладомир : Наука, 2020. – Кн. 1. – 548 с.

Словарь испанского языка Испанской королевской академии (la Real Academia Española). – URL: <https://dle.rae.es/liberticida?m=form> (дата обращения: 04.06.2022).

Смирнова И.В. Лингвопрагматическая стратегия персуазивности в текстах программ испанских политических партий : дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2014. – 138 с.

Черняевская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – 136 с.

Rosell C. Historia del combate naval de Lepanto. – Madrid : Imprenta de la Real Academia de la Historia, 1853. – 260 p.

References

- Golodnov, A.V. (2003). *Lingvopragmatische osobennosti persuaazivnoi kommunikatsii (na primere sovremennoi nemetskoyazychnoi reklamy)* [Linguapragmatic features of persuasive communication on the material of modern German-language advertisement]. Unpublished doctoral thesis. Saint-Petersburg.
- Karasik, V.I. (2002). *Yazykovoj krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena.
- Vox España (2021). *Histórico discurso de Santiago Abascal en #VIVA21* [video-recording] Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=NinfIScr6D8>
- Vox España (2022). *Discurso completo de Santiago Abascal en el cierre de campaña #Siembra* [videorecording] Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=qIiZpgUfKzI>
- Cervantes, M. (2020). *Nazidatel'nye novelly* [Exemplary Novels]. Moscow: Ladomir.
- Diccionario de la Real Academia Española. Retrieved from <https://dle.rae.es/liberticida?m=form>
- Smirnova, I.V. (2014). *Lingvopragmatische strategiya persuazivnosti v tekstakh programm spanskikh politicheskikh partij* [Linguapragmatic strategy of persuasion in the texts of programs of Spanish political parties]. Unpublished doctoral thesis. Moscow.
- Chernyavskaya, V.E. (2006). *Diskurs vlasti i vlast' diskursa: problemy rechevogo vozdejstvija* [Discourse of the authorities and the power of the discourse: problems of speech influence]. Moscow: Flinta; Nauka.
- Rosell, C. (1853). *Historia del combate naval de Lepanto* [History of the naval battle of Lepanto]. Madrid: Imprenta de la Real Academia de la Historia.

Симоненко М.А.

**«Языковая синестезия = метафора»:
аксиома или лингвистическая гипотеза?***

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Россия, Москва, masimonenko@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматривается синестетическая метафора как одна из доминирующих форм языковой синестезии, обосновывается соответствие синестетических высказываний основным принципам теории концептуальной метафоры. Однонаправленность синестетических переносов и кросс-сенсорная асимметрия подтверждаются на материале корпусов русского и английского языков. Подвергается критике тезис о тождественности синестетической метафоры и языковой синестезии, предлагается гипотеза о родо-видовых отношениях между двумя понятиями.

Ключевые слова: теория концептуальной метафоры; языковая синестезия; синестетическая метафора; проекция; синестетический перенос; сенсорный язык.

Поступила: 07.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

* © Симоненко М.А., 2022

Simonenko M.A.
«Verbal synesthesia = metaphor»:
axiom or linguistic hypothesis?*

*Plekhanov Russian University of Economics,
Russia, Moscow, masimonenko@yandex.ru*

Abstract. The paper explores synaesthetic metaphor as a predominant form of verbal synesthesia and explains compliance of synaesthetic expressions with major principles of the Conceptual Metaphor Theory. Russian and British Corpora provide evidence for unidirectionality of synaesthetic transfers and cross-sensory asymmetry. The statement equating synaesthetic metaphors and verbal synesthesia is criticized. Alternatively, the author suggests a hypothesis of hyperonym-hyponym relations between the two concepts.

Keywords: Conceptual Metaphor Theory; verbal synesthesia; synaesthetic metaphor; mapping; synaesthetic transfer; sensory language.

Received: 07.04.2022

Accepted: 16.08.2022

Введение

В последние годы сенсорная лингвистика уверенно развивается и приобретает статус самостоятельного научного направления, постепенно вырабатывая собственный терминологический аппарат и формируя методологический инструментарий. Д. Хауз отмечает, что «...лингвистика сегодня переживает настоящую сенсуалистическую революцию, когда все больше и больше лингвистов переключают внимание на сенсориум» [Howes, 2013, p. 294]. Однако несмотря на очевидный прогресс в познании и научном описании сенсорного языка, остается много проблемных вопросов, малоизученных или вовсе обделенных вниманием научного сообщества. Р. Кабаллеро и К. Паради относят к наиболее проблемным зонам сенсорной лингвистики недостаток работ в области семантического анализа, малочисленность социокультурных исследований сенсорного лексикона на материале разных языков и неоформленность эмпирической базы [Caballero, Paradis, 2015].

* © Simonenko M.A., 2022

Данный список можно продолжить, включив в поле внимания один из наиболее обсуждаемых в сенсорной лингвистике феноменов – языковую синестезию. Критический анализ большого количества работ отечественных и зарубежных исследователей языковой синестезии инспирировал формулирование следующих дискуссионных вопросов. Насколько равнозначны понятия «языковая синестезия» и «синестетическая метафора»? К какому типу концептуальной метафоры можно отнести синестетическую метафору? Сохраняются ли в синестетической модели основополагающие свойства концептуальной метафоры (однонаправленность и асимметрия метафорической проекции)?

Ответы на данные вопросы составляют основное содержание статьи. Предлагаемая работа является фрагментом большого междисциплинарного проекта, ставящего целью исследование синестезии с позиции разных гуманитарных наук и научных направлений.

Языковая синестезия и синестетическая метафора: соотношение понятий

Традиционно языковая синестезия терминологически приравнивается к понятию «синестетическая метафора», а основной научной парадигмой, в рамках которой изучаются синестетические тропы, служит теория концептуальной метафоры (ТКМ). Согласно одному из главных постулатов ТКМ, в процессе метафорической концептуализации имеет место однонаправленный кросс-доменный перенос (unidirectional cross-domain transfer) из сферы-источника в сферу-мишень, в результате чего абстрактные сущности из сферы-мишени осмысляются в терминах конкретного знания из сферы-источника [Lakoff, Johnson, 2003]. На основании того, что обе концептуальные области, вовлеченные в формирование языковой синестезии, содержат репрезентации конкретного знания, продукты концептуализации перцептивного опыта, некоторые авторы отказывают сенсорным сочетаниям в статусе метафоры [Winter, 2019; Rakova, 2003; Paradis, Eeg-Olofsson, 2013]. В качестве аргумента приводится языковой ряд *dark colors / dark smell / dark taste / dark hearing*, где компонент «*dark*» квалифицируется как моносемантическое прилагательное, вербализующее один и тот же лексический концепт для разных сенсорных модальностей, что, с позиции данного подхода, указывает на изна-

чальную мультисенсорность восприятия, а, следовательно, противоречит принципу асимметрии метафорического знака.

Однако большинство исследователей сенсорного языка интерпретируют синестезию в терминах концептуальной метафоры, подчеркивая принадлежность обеих сфер концептуальной проекции к сенсорным концептам как отличительную черту синестетической метафоры [Yu, 2003; Strik Lievers, 2016]. Тенденция к построению аналогий между синестезией и метафорой со всей очевидностью проявляется в следующих дефинициях:

- «синестезия – это метафорическое выражение, в котором сфера источника и сфера мишени содержат презентации концептов, относящихся к разным сенсорным модальностям» [Shen, Cohen, 1998, р. 124];

- «синестезия – это метафора, которая фиксирует соответствие между разными сенсорными доменами» [Yu, 2003, р. 20];

- «лингвистическая синестезия – это особая форма метафоры, так как за счет механизма построения аналогии она расширяет значение высказывания, выходя за пределы одной сенсорной модальности в сферу влияния другой модальности» [Linguistic synesthesia ..., 2012, р. 139].

Родственность двух феноменов – синестезии и метафоры – можно обнаружить, исходя из этимологии слов: *синестезия* – из греч. *syn* ‘вместе’ и *aisthesia* ‘восприятие’; *метафора* – из греч. *metá* ‘через’ и *phérō* ‘нести, переносить’. Однако родственность понятий не означает их идентичность. Синестезия и метафора действуют схожие механизмы формирования целостного образа, функционируя при этом на разных уровнях концептуализации – синестезия интегрирует продукты непосредственного восприятия, метафора закрепляет интеграцию двух концептуальных пространств в языковом знаке. Синестезия представляет собой процесс стимуляции одного сенсорного канала в результате активации другого, итогом становится наложение двух разных сенсорных модальностей (inducer-concurrent fusion) [Deroy, Spence, 2013]. Если допустить, что когнитивная основа метафоры вообще и синестетической метафоры, в частности, происходит из физического опыта и, следовательно, синестезия служит физической основой для когнитивного процесса, называемого метафорой [Salzinger, 2010], то метафора действительно является естественной и наиболее предпочтительной формой языковой синестезии. Вместе с тем неверно, на наш взгляд, сводить языковую синестезию к метафоре. Языковая синестезия может формироваться как по метафорическим моделям (например,

теплая чернота – warm blackness, горячая красота – flamboyant good looks, мягкое небо – soft clouds), так и неметафорически, задействуя иные механизмы, например синестетическую метонимию (*звонкая уличка, жемчужные волосы*) или комбинированные метафоро-метонимические паттерны (*бархатисто-пунцовевые губы, курчаво-зеленые горы*).

Итак, синестетическая метафора представляет собой особый тип метафоры, в когнитивной структуре которой обе концептуальные сферы являются сенсорными. Как и любая метафора, языковая синестезия – это одновременно вербальный знак, материальный продукт кросс-сенсорной интеграции и процесс перцептивной концептуализации, подвергаемый моделированию в рамках ТКМ. Предположительно, что создание синестетических метафор сопряжено с теми же процессами, которые лежат в основе продуцирования любой метафоры – начиная с поиска концептуального сходства между двумя со-поставляемыми областями перцептивного опыта через фиксацию концептуального конфликта и заканчивая формированием нового метафорического образа. Языковая синестезия не ограничивается метафорическими отношениями, хотя метафора является наиболее частотной формой языковой синестезии.

Статус синестетической метафоры в ТКМ

Вопросы, связанные с отнесением синестетической метафоры к определенному типу, методами ее изучения и последующего научного описания являются дискуссионными в современных исследованиях сенсорного языка. В теории первичной метафоры (Primary Metaphor Theory), которая развивает отдельные положения ТКМ, синестетическая метафора соотносится с понятием «образа-схемы» (image-schema), повторяющейся когнитивной модели индивидуального телесного опыта, основанного на чувственном восприятии посредством зрения, слуха, осязания, обоняния, кинестетическом восприятии, и, возможно, таких субъективных ощущениях, как голод, боль [Grady, 2005]. Дж. Грейди проводит четкое различие между образами-схемами и другими метафорическими моделями, исходя из предположения, что «сенсорные / перцептивные концепты имеют особый статус в мыслительной сфере» [Grady, 2005, p. 45]. Ряд авторов описывают синестетические метафоры в терминах образа-схемы [Popova, 2005; Löffer, 2017].

Вместе с тем растет количество противников трактовки синестетической метафоры исключительно с позиции ТКМ и концепции образа-схемы (*image-schema conception*), поскольку подобный подход не учитывает динамическую природу синестезии [Wiben, Cufari, 2014; Müller, 2016; Wiben, 2017]. Однако Я. Попова, которая относит синестетическую метафору к образам-схемам, рассматривает межсенсорную метафоризацию как динамичный процесс, представляющий собой серию синестетических проекций (*synesthetic mappings*), начиная от кросс-сенсорной интеграции по типу образа-схемы и заканчивая концептуализацией абстрактных идей через обращение к сенсорному опыту по типу первичной метафоры (*primary metaphor*) [Popova, 2005]. По мнению автора, метафоры вроде *sweet person* являются итогом серии проекций ВКУС – ЗАПАХ – СЛУХ с последующим переносом на абстрактную сущность [Popova, 2005, р. 412]. М. Завиславская подчеркивает значимость новых экспериментальных данных, указывающих на динамичную природу и вариативность синестетической метафоры в дискурсе, и критикует ТКМ за умозрительность выводов и игнорирование прагматических свойств языковой синестезии [Zawisławska, 2019]. Недостаточность объяснительной базы ТКМ и несоответствие предлагаемого методологического инструментария требованиям учета дискурсивных факторов побуждают исследователей синестетической метафоры дополнять существующие методики метафорического моделирования методами, выработанными в рамках других теорий и концепций, например в дискурс-анализе [Musolff, 2012], контент-анализе [A fantasy theme ..., 2001], фреймовой семантике [Zawisławska, Fallowska, Ogródniczuk, 2018; Zawisławska, 2019].

В предлагаемой работе синестетические метафоры определяются как языковые выражения, изначально продуцируемые на базе простых образов-схем (чаще всего это скалярная схема – *scale schema*) и в процессе функционирования приобретающие свойства сложных концептов под влиянием контекстных и дискурсивных факторов. В статье рассматриваются только примеры сильной синестезии, когда в метафорическом проецировании участвуют исключительно сенсорные сферы, например *ледяная мгла – icy mink, услышав запах яблок – catch the scent of apples, notice the scent of apples*.

Асимметрия и односторонность синестетической проекции

Исследователи, которые отрицают метафоричность синестетических выражений, приводят следующие аргументы: 1) в отношении данных единиц не действует принцип односторонности метафорического переноса (например, *sweet smell – smells sweet*); 2) не соблюдается принцип асимметрии, поскольку обе концептуальные сферы, составляющие когнитивную основу синестетических выражений, относятся к области перцепции. На этом основании делается заключение, что в силу нарушения основополагающих принципов ТКМ синестетические номинации не являются продуктами метафорической концептуализации [Winter, 2019].

Однако к сегодняшнему дню накоплен значительный материал, подтверждающий релевантность принципа односторонности метафорической проекции для синестетических высказываний. Пионером в этой области исследований стал С. Улльман, изучавший синестезию в поэзии [Ullman, 1957]. С. Улльман зафиксировал определенную последовательность синестетических переносов и предложил иерархическую модель, согласно которой сенсорные ассоциации, связанные с модальностями низшего порядка (вкус, запах, осязание), проецируются на модальности высшего порядка (зрение, слух). Позже гипотеза С. Улльмана была подтверждена работами других исследователей, каждый из которых рассматривал синестезию в рамках определенной научной парадигмы [Popova, 2005; A frame-based analysis ..., 2008; Strik Lievers, 2016].

Однако вопрос об иерархичности сенсорного восприятия до сих пор остается дискуссионным. Отдельные публикации ставят под сомнение примат одних сенсорных ощущений над другими, тем самым отрицая строгую иерархию, заявленную в модели С. Улльмана [Paradis, Eeg-Olofsson, 2013]. В качестве подтверждения своей позиции авторы приводят примеры синестетических высказываний, в которых одно и то же определяющее слово сочетается с разным определяемыми: *sharp smell, sharp voice, sharp taste, sharp vision*. Высказывается предположение, что «*sharp*» – «острый» – не обязательно означает только тактильные ощущения, наоборот, соответствующие ассоциации могут стимулироваться другими сенсорными каналами – зрением, обонянием, а причиной лексического синкремизма может быть «концептуальная близость сенсорных репрезентаций нашего опыта» [Caballero, 2015, р. 8].

Иную позицию занимают сторонники концепции С. Улльмана, опирающиеся в построении своей аргументации на экспериментальные данные. В ряде работ разных лет выявляется зависимость скорости распознавания синестетических метафор от направления синестетического переноса [Shen, Cohen, 1998; A frame-based analysis ..., 2008]. Недавнее корпусное исследование языковой синестезии в турецком языке в целом подтвердило состоятельность иерархической модели С. Улльмана, зафиксировав при этом немногочисленные случаи отклонения от принципа сенсорной иерархии, когда модели межсенсорной интеграции включали две равноценные перцептивные сферы (ВКУС – ОСЯЗАНИЕ, ЗРЕНИЕ – СЛУХ) либо синестетический перенос происходил в направлении от высших к низшим сенсорным модальностям (ЗРЕНИЕ – ОСЯЗАНИЕ) [Ciftci, 2021]. Ф. Стрик Ливерс подчеркивает примат зрения и слуха в нашем перцептивном опыте, что предопределяет частотность соответствующих концептов в роли сферы-мишени при синестетических переносах [Strik Lievers, 2016]. По мнению Б. Хампе, «...истинное синестетическое восприятие – это улица с односторонним движением. Оно асимметрично, поскольку один сенсорный стимул приводит в действие другой, вторичный перцепт, но не наоборот» [Hampe, 2005, р. 62].

Синестетические метафоры, отобранные из Национального корпуса русского языка, Британского национального корпуса, текстов И.А. Бунина и их англоязычных переводов (всего 260 единиц на данном этапе), в целом отражают последовательность межсенсорных переносов, которая соответствует принципу сенсорной иерархии С. Улльмана, в нашей выборке наиболее распространены модели ОСЯЗАНИЕ – ЗРЕНИЕ и ОСЯЗАНИЕ – СЛУХ (*warm blackness, heavy fog, dry cough, легкое небо, жидкое небо, сухая мгла, густой благовест, тяжкие завывания*). Следует уточнить, что асимметрия кросс-сенсорного переноса в большей степени характерна для конвенциональных метафор и в меньшей – для авторских тропов. В процессе анализа были зафиксированы единичные случаи нарушения сенсорной иерархии, когда в формирование межсенсорных связей были вовлечены две равноценные перцептивные сферы, например, СЛУХ – ЗРЕНИЕ или ОБОНИЯНИЕ – ОСЯЗАНИЕ (*noisy blackness, fragrant dampness*).

По данным исследования, самой продуктивной сферой – источником синестетического проецирования является ОСЯЗАНИЕ, данный факт объясняется ее развитой фреймовой структурой – тактильный опыт охватывает большое количество разных ощуще-

ний: температурных, кинестетических, вибрационных, ощущений плотности и давления. Тактильные ощущения «континуальны, последовательны и не дискретны» [Порова, 2005, р. 409], они относительны и субъективны в отличие от визуального восприятия, которое дискретно, симультанно и более универсально.

Определенные трудности возникали с идентификацией сенсорной модальности одного из компонентов в синестетических номинациях типа *soft breeze*, что, в свою очередь, ставило под вопрос асимметрию метафорического знака. На наш взгляд, проблема решается на уровне фреймового анализа, предоставляющего возможность детализировать внутреннюю структуру сферы-источника и сферы-мишени. Оба слова в *soft breeze* активируют тактильные ассоциации, однако второй компонент *breeze* вербализует сразу несколько со-ощущений – это собственно осязание, запах, температура, вибрация. Все эти субмодальности интегрированы в значении слова, а на уровне кросс-сенсорной модели формируют фреймовую структуру сферы-мишени. Психологи и лингвисты считают мультимодальность неотъемлемым свойством человеческого восприятия [Zawiślawska, Fallowska, Ogrodniczuk, 2018; Walsh, 2000; Winter, 2016]. В. Уолш обращает внимание на высокую степень интеграции визуального и тактильного видов перцепции при ориентировании в пространстве [Walsh, 2000], например в процессе поиска предмета или идентификации его формы и размера. М. Завиславская считает мультимодальное восприятие (*multimodal perception*) наряду с осязанием и зрением основными сферами – источниками синестетических метафор [Zawiślawska, Fallowska, Ogrodniczuk, 2018]. В данном исследовании мультимодальное восприятие представлено как в сфере-мишени, на которую преимущественно проецируются тактильные, вкусовые и ольфакторные ощущения (*мягкий ветер, горячий дурман, нежный воздух, кисловатая пlesень, пахучий дождь*), так и в сфере-источнике, которая концептуализирует зрительные и тактильные со-ощущения и формирует синестетические связи с аудиальными и зрительными перцептами (*velvety voice, бархатная тишина, velvety eyes*).

Итак, принципы односторонности и асимметрии синестетических проекций соблюдаются как в случае конвенциональных, так и в случае творческих метафор, однако последние демонстрируют большую вариативность кросс-сенсорных моделей. Исключения, хотя и немногочисленные, заслуживают внимания.

Заключение

В статье был очерчен круг вопросов, вызывающих наибольшие разногласия среди специалистов в области языковой синестезии и потому представляющих особый научный интерес. Так, до сих пор нет единого понимания относительно того, какие когнитивные структуры лежат в основе синестетической метафоры (первичные метафоры или образы-схемы), не определены терминологические границы между понятиями «языковая синестезия» и «синестетическая метафора».

На наш взгляд, языковая синестезия не сводится к метафоризации кросс-сенсорных отношений, когнитивную основу языковой синестезии могут также составлять метонимические и метафорометонимические паттерны. Гипотеза о нетождественности понятий «языковая синестезия» и «синестетическая метафора» родилась из стремления понять и описать специфику синестетических связей, вшитых в семантику составных прилагательных, которые не могут быть классифицированы как метафоры, однако демонстрируют свойства синестезии.

Согласно данным проведенного исследования, синестетическая метафора служит основной моделью для формирования языковой синестезии. Анализ направленности межсенсорных переносов в целом подтверждает принцип сенсорной иерархии: чаще всего тактильные ощущения проецируются на сферу зрительных и слуховых ощущений, таким образом, сфера-источник ОСЯЗАНИЕ демонстрирует максимальную продуктивность. В структуре синестетической модели был выделен отдельный компонент (мультисенсорное восприятие), который репрезентирует как источник, так и мишень метафорических переносов.

Очевидно, что выбор синестетической метафоры в качестве объекта исследования предполагает готовность к решению задач со многими неизвестными. Главный приоритет для исследователя языковой синестезии сегодня – формирование базы синестетических единиц, включая синестетические метафоры. Несмотря на то, что работа в этом направлении активно ведется, на основе экспериментальных и корпусных исследований генерируются данные, материала по-прежнему недостаточно для комплексного описания феномена языковой синестезии.

Список литературы

- A fantasy theme analysis of political cartoons on the Clinton-Lewinsky-Starr affair / *Benoit W.L., Klyukovski A.A., McHale J.P., Airne D.A.* // Critical Studies in Media Communication. – 2001. – Vol. 18(4). – P. 377–394.
- A frame-based analysis of synaesthetic metaphors / *Petersen W., Fleischhauer J., Beseoglu H., Bücker P.* // The Baltic international yearbook of cognition, logic and communication. – 2008. – Vol. 3 : Figure of Speech. – P. 2–20.
- Caballero R., Paradis C.* Making sense of sensory perceptions across languages and cultures. Functions of Language. – 2015. – Vol. 22(1). – P. 1–19. – URL: <https://doi.org/10.1075/fol.22.1.01cab>
- Cumcu A.* Linguistic synesthesia in Turkish: a corpus-based study of crossmodal directionality // Metaphor and Symbol. – 2021. – Vol. 36, Issue 4. – DOI: <https://doi.org/10.1080/10926488.2021.1921557>
- Deroy O., Spence Ch.* Why we are not all synesthetes (not even weakly so) // Psychon Bull Rev. – 2013. – Vol. 20. – P. 643–664. – URL: <https://link.springer.com/article/10.3758/s13423-013-0387-2>
- Grady J.* Image schema and perception: refining a definition // From perception to meaning: Image schemas in Cognitive Linguistics / ed. by Beata Hampe, Joseph E. Grady. – Berlin : Walter de Gruyter, 2005. – P. 35–57.
- Hampe B.* On the role of iconic motivation in metaphor – Has metaphor theory come full circle? // Outside-in – inside-out / ed. by Constantino Maeder, Olga Fisher and William J. Herlofsky. – Amsterdam : John Benjamins Publishing House, 2005. – P. 39–66.
- Howes D.* Postscript to sensuous cognition: the language of the senses // Sensuous cognition. explorations into human sentience: imagination, emotion and perception / ed. by Rosario Caballero & Javier E. Díaz-Vera. – De Gruyter Mouton, 2013. – P. 293–298.
- Lakoff G., Johnson M.* Metaphors we live by. – Chicago, 2003. – 256 p.
- Linguistic synesthesia, perceptual synesthesia, and the interaction between multiple sensory modalities / *Ronga I., Bazzanella C., Rossi F., Iannetti G.* // Pragmatics & Cognition. – 2012. – Vol. 20. – P. 135–167.
- Löffer D.* Color, metaphor and culture – empirical foundations for user interface design : Doctoral Dissertation. – Würzburg, 2017. – 299 p.
- Müller C.* Why mixed metaphors make sense // Mixing metaphor / ed. by Gibbs Jr.R.W. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing House, 2016. – P. 31–56.
- Musolff A.* The study of metaphor as part of critical discourse analysis // Critical Discourse Studies. – 2012. – Vol. 9, N 3. – P. 301–309.
- Paradis C., Eeg-Olofsson M.* Describing sensory experience: the genre of wine reviews // Metaphor and Symbol. – 2013. – Vol. 28(1). – P. 22–40. – DOI: <https://doi.org/10.1080/10926488.2013.742838>
- Popova Y.* Image schemas and verbal synesthesia // From perception to meaning: image schemas in Cognitive Linguistics / ed. by Beata Hampe, Joseph E. Grady. – Berlin : Walter de Gruyter, 2005. – P. 395–421.
- Rakova M.* The extent of the literal: Metaphor, polysemy and theories of concepts. – New York : Palgrave Macmillan, 2003. – 242 p.
- Salzinger J.* The sweet smell of red – an interplay of synesthesia and metaphor in language // Metaphorik.de. – 2010. – N 8. – P. 1857–1891.

- Shen Y., Cohen M.* How come silence in sweet but sweetness is not silent: a cognitive account of directionality in poetic synesthesia // *Language and Literature*. – 1998. – Vol. 7. – P. 123–140.
- Strik Lievers F.* Synaesthetic metaphors in translation // *SSL LIV*. – 2016. – Vol. 1. – P. 43–69.
- Ullman S.* The principles of semantics. A linguistic approach to meaning. – Glasgow : Jackson, 1957. – 346 p.
- Walsh V.* Neuropsychology: the touchy, feely side of vision // *Current Biology*. – 2000. – Vol. 10(1). – P. 34–35.
- Wiben J.T.* Doing metaphor: an ecological perspective on metaphoricity in discourse // *Metaphor. Embodied cognition and discourse* / ed. by B. Hampe. – Cambridge : Cambridge University Press, 2017. – P. 257–276.
- Wiben J.T., Cuffari E.* Doubleness in experience: toward a distributed enactive approach to metaphoricity // *Metaphor and Symbol*. – 2014. – Vol. 29(4). – P. 278–297.
- Winter B.* Sensory Linguistics: language, perception and metaphor // *Converging evidence in language and communication research*. – 2019. – Vol. 20. – DOI: <https://doi.org/10.1075/celcr.20>
- Winter B.* The sensory structure of the English lexicon : Doctoral dissertation. – Merced : University of California, 2016. – 215 p.
- Yu N.* Synesthetic metaphor: a cognitive perspective // *Journal of Literary Semantics*. – 2003. – Vol. 32. – P. 19–34.
- Zawisławska M.* Metaphor and senses. The Synamet corpus: a Polish resource for synesthetic metaphors. – Peter Lang, 2019. – URL: <https://www.europeana.eu/portal/record/2020903/KKSgb4385.html>
- Zawisławska M., Fallowska M., Ogorodniczuk M.* Verbal synesthesia in the Polish corpus of synesthetic metaphors // *LaMiCuS*. – 2018. – Vol. 2. – DOI: <https://doi.org/10.32058/LAMICUS-2018-008>

References

- Benoit, W.L., Klyukovski, A.A., McHale, J.P., Airne, D.A. (2002). A fantasy theme analysis of political cartoons on the Clinton-Lewinsky-Starr affair // *Critical Studies in Media Communication*, 18(4), 377–394.
- Petersen, W., Fleischhauer, J., Beseoglu, H., Bücker, P. (2008). A frame-based analysis of synesthetic metaphors. *The Baltic International Yearbook of Cognition, Logic and Communication*, 3, 2–20.
- Caballero, R., Paradis, C. (2015). Making sense of sensory perceptions across languages and cultures. *Functions of Language*, 22(1), 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1075/fol.22.1.01cab>
- Cumcu, A. (2021). Linguistic synesthesia in Turkish: a corpus-based study of cross-modal directionality. *Metaphor and Symbol*, 36(4). DOI: <https://doi.org/10.1080/10926488.2021.1921557>
- Deroy, O., Spence, Ch. (2013). Why we are not all synesthetes (not even weakly so). *Psychon Bull Rev*, 20, 643–664.

- Grady, J. (2005). Image schema and perception: refining a definition. In: Beata Hampe, Joseph E. Grady (Eds.). *From perception to meaning: Image schemas in Cognitive Linguistics* (pp. 35–37). Berlin: Walter de Gruyter.
- Hampe, B. (2005). On the role of iconic motivation in metaphor – Has metaphor theory come full circle? In: Constantino Maeder, Olga Fisher and William J. Herlofsky (Eds.). *Outside-in – inside-out* (pp. 39–66). Amsterdam: John Benjamins Publishing House.
- Howes, D. (2013). Postscript to sensuous cognition: the language of the senses. In: Rosario Caballero & Javier E. Diaz-Vera (Eds.). *Sensuous Cognition. Explorations into Human Sentience: Imagination, Emotion and Perception* (pp. 293–298). De Gruyter Mouton.
- Lakoff, G., Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by*. Chicago.
- Ronga, I., Bazzanella, C., Rossi, F., Iannetti, G. (2012). Linguistic synesthesia, perceptual synesthesia, and the interaction between multiple sensory modalities. *Pragmatics & Cognition*, 20, 135–167.
- Löffer, D. (2017). *Color, metaphor and culture – empirical foundations for user interface design*. (Unpublished doctoral dissertation). Würzburg.
- Müller, C. (2016). Why mixed metaphors make sense. In: Gibbs Jr, R.W. (Eds.). *Mixing metaphor* (pp. 31–56). Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing House.
- Musolff, A. (2012). The study of metaphor as part of critical discourse analysis. *Critical Discourse Studies*, 9(3), 301–309.
- Paradis, C., Eeg-Olofsson, M. (2013). Describing sensory experience: the genre of wine reviews. *Metaphor and Symbol*, 28(1), 22–40. DOI: <https://doi.org/10.1080/10926488.2013.742838>.
- Popova, Y. (2005). Image schemas and verbal synesthesia. In: Beata Hampe, Joseph E. Grady (Eds.). *From perception to meaning: Image schemas in Cognitive Linguistics* (pp. 395–421). Berlin: Walter de Gruyter.
- Rakova, M. (2003). *The extent of the literal: metaphor, polysemy and theories of concepts*. New York: Palgrave Macmillan.
- Salzinger, J. (2010). The sweet smell of red – an interplay of synesthesia and metaphor in language. *Metaphorik.de*, 1857–1891.
- Shen, Y., Cohen, M. (1998). How come silence in sweet but sweetness is not silent: A cognitive account of directionality in poetic synesthesia. *Language and Literature*, 7, 123–140.
- Strik Lievers, F. (2016). Synesthetic metaphors in translation. *SSL LIV*, 1, 43–69.
- Ullman, S. (1957). *The principles of semantics. A linguistic approach to meaning*. Glasgow: Jackson.
- Walsh, V. (2000). Neuropsychology: the touchy, feely side of vision. *Current Biology*, 10(1), 34–35.
- Wiben, J.T. (2017). Doing metaphor: an ecological perspective on metaphoricity in discourse. In: Hampe, B. (Ed.). *Metaphor. Embodied cognition and discourse* (pp. 257–276). Cambridge: Cambridge University Press.
- Wiben, J.T., Cuffari, E. (2014). Doubleness in experience: toward a distributed enactive approach to metaphoricity. *Metaphor and Symbol*, 29(4), 278–297.
- Winter, B. (2019). Sensory Linguistics: language, perception and metaphor. *Converging Evidence in Language and Communication Research*, 20. DOI: <https://doi.org/10.1075/celcr.20>

- Winter, B. (2016). *The sensory structure of the English lexicon*. (Unpublished doctoral dissertation). Merced: University of California.
- Yu, N. (2003). Synesthetic metaphor: a cognitive perspective. *Journal of Literary Semantics*, 32, 19–34.
- Zawisławska, M. (2019). *Metaphor and senses. The Synamet Corpus: a Polish resource for synesthetic metaphors*. Peter Lang. Retrieved from: <https://www.europeana.eu/portal/record/2020903/KKSgb4385.html>
- Zawisławska, M., Fallowska, M., Ogródniczuk, M. (2018). Verbal synesthesia in the Polish corpus of synaesthetic metaphors. *LaMiCuS*, 2. DOI: <https://doi.org/10.32058/LAMICUS-2018-008>

Информация для авторов

Научный журнал «Этнопсихолингвистика» – это периодическое рецензируемое сетевое научное издание ИНИОН РАН.

Журнал учрежден в 2017 году. С 2021 года выходит четыре раза в год. Электронный адрес журнала в сети Интернет: <http://epl-inion.org>

Журнал индексируется в РИНЦ.

Полнотекстовый архив журнала размещается на платформе Научной электронной библиотеки: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=69764>

Рукописи направляются на электронный адрес редакции журнала: epl@inion.ru, eplingua@yandex.ru в электронном виде в формате *.doc, *.docx или загружаются в систему подачи рукописей на официальном сайте журнала по адресу: <http://epl-inion.org/send.php>

К рассмотрению принимаются ранее не опубликованные (и не находящиеся на рассмотрении в других журналах, сборниках, материалах конференций) *исследовательские статьи и аналитические обзоры*.

Текст должен быть хорошо вычитан. Статьи, содержащие ошибки и опечатки, к рецензированию и публикации не принимаются.

Рукопись проходит обязательное рецензирование по модели «двойное слепое рецензирование». О результатах рецензирования автору сообщается по электронной почте.

Все поступившие в редакцию журнала исследовательские статьи и аналитические обзоры проверяются на наличие плагиата.

Редакция оставляет за собой право на научную и литературную правку рукописи.

Исследовательские статьи и аналитические обзоры в журнале публикуются бесплатно.

Общий объем текста одной статьи (с учетом метаданных на русском и английском языках) не должен превышать 35 000 знаков.

Авторы материалов, успешно прошедших рецензирование и принятых к публикации, направляют в адрес редакции журнала подписанный акцепт. Лицензионное соглашение и бланк акцепта размещены на официальном сайте журнала по адресу: <http://epl-inion.org/legal.php>

Подробное описание процедуры работы над статьей, требования, предъявляемые к рукописям, тематика журнала, состав редакционной коллегии представлены на официальном сайте журнала по адресу: <http://epl-inion.org>

ЭТНОПСИХОЛИНГВИСТИКА
№ 3 (10) 2022

Компьютерная верстка Н.В. Афанасьева
Корректор О.П. Дормидонтова

Уч.-изд. л. 4,56
Заказ № 76

Свидетельство о регистрации СМИ: ПИ № ФС 77 – 72547

**Институт научной информации
по общественным наукам РАН,
Нахимовский проспект, д. 51/21,
Москва, 117418**

**Отдел маркетинга и распространения
информационных изданий
Тел. / Факс: (925) 517-36-91
E-mail: shop@imion.ru**