

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Известия  
Юго-Западного  
государственного  
университета  
Серия: Лингвистика и педагогика  
Научный журнал**

Том 13 № 2 / 2023

---

**Proceedings  
of the Southwest  
State University  
Series: Linguistics and Pedagogics  
Scientific Journal**

Vol. 13 № 2 / 2023



**Известия Юго-Западного  
государственного университета.  
Серия: Лингвистика и педагогика**

**(Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta.  
Seriya: Lingvistika i Pedagogika)**

Научный рецензируемый журнал

Основан в 2011 г.

Цель издания – публичное представление научной общественности научных результатов фундаментальных, прикладных, проблемно-ориентированных научных исследований в таких отраслях, как русский язык, теория языка, сравнительно-историческое типологическое и сопоставительное языкознание, теория и методика профессионального образования, общая психология, психология личности, история психологии, социальная психология.

В журнале публикуются оригинальные работы, обзорные статьи, рецензии и обсуждения, соответствующие тематике издания.

Публикация статей в журнале для авторов бесплатна.

Целевая аудитория: научные работники, профессорско-преподавательский состав образовательных учреждений, экспертное сообщество, молодые ученые, аспиранты, заинтересованные представители широкой общественности.

Журнал придерживается политики открытого доступа. Полнотекстовые версии статей доступны на сайте журнала, научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

Журнал включен в перечень ведущих научных журналов и изданий ВАК Минобрнауки России, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора наук, кандидата наук по следующим научным специальностям:

Филологические науки: 5.9.5; 5.9.8

Педагогические науки: 5.8.7

Психологические науки: 5.3.1

**ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:**

**Емельянов Сергей Геннадьевич**, д-р технических наук, профессор, ректор, ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет» (г. Курск, Российская Федерация)

**ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА:**

**Степыкин Николай Иванович**, доктор филологических наук, доцент; Юго-Западный государственный университет (г. Курск, Российская Федерация)

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

**Абрамов Валерий Петрович**, академик Академии педагогических и социальных наук, академик Российской академии естественных наук, доктор филологических наук, профессор; Кубанский государственный университет (г. Краснодар, Российская Федерация)

**Боженкова Раиса Константиновна**, доктор филологических наук, профессор; МГТУ им. Н.Э. Баумана (г. Москва, Российская Федерация)

**Боженкова Наталья Александровна**, доктор филологических наук, профессор; Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина (г. Москва, Российская Федерация)

**Василенко Татьяна Дмитриевна**, доктор психологических наук, профессор; Курский государственный медицинский университет (г. Курск, Российская Федерация)

**Криволапова Елена Михайловна**, доктор филологических наук, профессор; Курский государственный университет (г. Курск, Российская Федерация)

**Молчанова Людмила Николаевна**, доктор психологических наук, профессор; Курский государственный медицинский университет (г. Курск, Российская Федерация)

**Никишина Вера Борисовна**, доктор психологических наук, профессор; Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова (г. Москва, Российская Федерация)

**Пищальникова Вера Анатольевна**, доктор филологических наук, профессор; Московский государственный лингвистический университет (г. Москва, Российская Федерация)

**Подымова Людмила Степановна**, доктор педагогических наук, профессор; Московский педагогический государственный университет (г. Москва, Российская Федерация)

**Попова Нина Васильевна**, доктор педагогических наук, профессор; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

**Скобликова Татьяна Владимировна**, д-р педагогических наук, профессор; Юго-Западный государственный университет (г. Курск, Российская Федерация)

**Степанова Надежда Сергеевна**, доктор филологических наук, доцент; Юго-Западный государственный университет (г. Курск, Российская Федерация)

**Томаков Владимир Иванович**, доктор педагогических наук, профессор; Юго-Западный государственный университет (г. Курск, Российская Федерация)

**Шаклеин Виктор Михайлович**, академик РАН, доктор филологических наук, профессор; Российский университет дружбы народов (г. Москва, Российская Федерация)

**Якушкина Татьяна Викторовна**, доктор филологических наук, доцент; Российский государственный гидрометеорологический университет (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

#### Учредитель и издатель:

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

Адрес учредителя, издателя и редакции

305040, г.Курск, ул. 50 лет Октября, д. 94

Телефон: +7(4712) 22-25-26,

Факс: +7(4712) 50-48-00.

E-mail: rio\_kursk@mail.ru

#### Наименование органа, зарегистрировавшего издание:

Журнал зарегистрирован Федеральной службой

по надзору в сфере связи, информационных

технологий и массовых коммуникаций

(ПИ №ФС77-80884 от 21.04.21).

ISSN 2223-151X (Print)

Сайт журнала: <https://swsu.ru/izvestiya/serieslingva/>

© Юго-Западный государственный университет, 2023



Материалы журнала доступны  
под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License

#### Типография:

Полиграфический центр

Юго-Западного государственного

университета, 305040, г. Курск,

ул. 50 лет Октября, д. 94

#### Подписка и распространение:

журнал распространяется

по подписке.

Подписной индекс журнала 44292

в объединенном каталоге

«Пресса России».

Периодичность: четыре выпуска в год

#### Свободная цена

Оригинал-макет подготовлен Е.Г. Анохиной

Подписано в печать 05.09.2023

Дата выхода в свет 08.11.2023. Формат 60x84/8.

Бумага офсетная. Усл.печ.л. 14,8.

Тираж 1000 экз. Заказ 53.

16+



## **Proceedings of the Southwest State University**

### **Series: Linguistics and Pedagogics**

Peer-reviewed scientific journal

Published since 2011

The purpose of the publication is to publicly present to the scientific community the scientific results of fundamental, applied, problem-oriented research in such fields as the Russian language, language theory, comparative historical typological and comparative language knowledge, theory and methodology of vocational education, general psychology, personality psychology, history of psychology, social psychology.

The journal publishes scientific articles, critical reviews, reports and discussions in the above mentioned areas.

All papers are published free of charge.

Target readers are scientists, university professors and teachers, experts, young scholars, graduate and post-graduate students, stakeholders and interested public.

The Editorial Board of the journal pursues open access policy. Complete text of the articles are available at the journal web-site and at eLIBRARY.RU.

The journal is included into the Register of the Top Scientific Journals of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation as a journal recommended for the publication of the findings made by the scientists working on a doctoral or candidate thesis in the following areas:

Philological Sciences: 5.9.5; 5.9.8

Pedagogical Sciences: 5.8.7

Psychological Sciences: 5.3.1

#### **EDITOR-IN-CHIEF**

**Sergey G. Yemelyanov**, Doctor of Engineering, Rector of the Southwest State University  
(Kursk, Russian Federation)

#### **DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF**

**Nikolay I. Stepykin**, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor;  
Southwest State University (Kursk, Russian Federation)

#### **EDITORIAL BOARD**

**Valery P. Abramov**, Doctor of Philological Sciences, Professor; Kuban State University (Krasnodar, Russian Federation)

**Raisa K. Bozhenkova**, Doctor of Philological Sciences, Professor; Bauman Moscow State Technical University (Moscow, Russian Federation)

**Natalia A. Bozhenkova**, Doctor of Philological Sciences, Professor; Pushkin State Russian Language Institute (Moscow, Russian Federation)

**Tatyana D. Vasilenko**, Doctor of Psychological Sciences, Professor; Kursk State Medical University (Kursk, Russian Federation)

**Elena M. Krivolapova**, Doctor of Philological Sciences, Professor; Kursk State University (Kursk, Russian Federation)

**Lyudmila N. Molchanova**, Doctor of Psychological Sciences, Professor; Kursk State Medical University (Kursk, Russian Federation)

**Vera B. Nikishina**, Doctor of Psychological Sciences, Professor; Pirogov Russian National Research Medical University (Moscow, Russian Federation)

**Vera A. Pischalnikova**, Doctor of Philological Sciences, Professor; Moscow State Linguistic University (Moscow, Russian Federation)

**Lyudmila S. Podymova**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor; Moscow Pedagogical State University (Moscow, Russian Federation)

**Nina V. Popova**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor; Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (St. Petersburg, Russian Federation)

**Tatiana V. Skoblikova**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor; Southwest State University (Kursk, Russian Federation)

**Nadezhda S. Stepanova**, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor; Southwest State University (Kursk, Russian Federation)

**Vladimir I. Tomakov**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor; Southwest State University (Kursk, Russian Federation)

**Victor M. Shaklein**, Doctor of Philological Sciences, Professor; RUDN University (Moscow, Russian Federation)

**Tatiana V. Yakushkina**, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor; Russian State Hydrometeorological University (Saint Petersburg, Russian Federation)

**Founder and Publisher :**  
“Southwest State University”

**Official address of the Founder, Publisher  
and Editorial Office**

50 Let Oktyabrya str., 94, Kursk 305040,  
Russian Federation

**Phone:** +7(4712) 22-25-26,

**Fax:** +7(4712) 50-48-00.

**E-mail:** rio\_kursk@mail.ru

**The Journal is officially registered by:**

The Federal Supervising Authority in the Field  
of Communication, Information Technology and Mass media  
(PI №FS77-80884 of 21.04.21).

**ISSN 2223-151X (Print)**

**Web-site:** <https://swsu.ru/izvestiya/serieslingva/>

**Printing office:**

Printing Center

of the Southwest State University,  
50 Let Oktyabrya str., 94, Kursk 305040,  
Russian Federation

**Subscription and distribution:**

the journal is distributed by subscription.  
Subscription index 44292 in the General  
Catalogue “Pressa Rossii”

**Frequency:** Quarterly

**Free-of-control price**

Original lay-out design Elena G. Anohina

16+

© Southwest State University, 2023



Publications are available in accordance with  
the Creative Commons Attribution 4.0 License

Sent to the printing 05.09.2023.

Release date 08.11.2023. Format 60x84/8.

Offset paper. Printer's sheets: 14,8.

Circulation 1000 copies. Order 53.

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....</b>                                                                                                                                                                                    | <b>8</b>   |
| Экспериментальное исследование восприятия феминитивов (результаты количественного анализа данных).....                                                                                                              | 8          |
| <i>Виноградова М. В., Кочергина И. В.</i>                                                                                                                                                                           |            |
| Лингвистические формы продвижения радиостанции.....                                                                                                                                                                 | 19         |
| <i>Беспалова Е. А.</i>                                                                                                                                                                                              |            |
| Образ России в сознании современной молодежи через восприятие слов-стимулов «глобализация» и «культура» (по материалам ассоциативного эксперимента).....                                                            | 31         |
| <i>Попадинец Р. В., Андреева О. А.</i>                                                                                                                                                                              |            |
| Реализация прецедентности в текстах современной испанской публицистики .....                                                                                                                                        | 43         |
| <i>Алдошина С. А.</i>                                                                                                                                                                                               |            |
| Проблемы современной французской этнолингвистики.....                                                                                                                                                               | 55         |
| <i>Верещагина Н. В.</i>                                                                                                                                                                                             |            |
| Система именований персонажей в повести А.П. Гайдара «Судьба барабанщика» .....                                                                                                                                     | 63         |
| <i>Кочергина И. В., Климас И. С., Михайлов И. А.</i>                                                                                                                                                                |            |
| Способы создания негативного образа России в политическом дискурсе Грузии .....                                                                                                                                     | 73         |
| <i>Ахметгареева О. Ф.</i>                                                                                                                                                                                           |            |
| <b>ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....</b>                                                                                                                                                                                    | <b>82</b>  |
| Интерактивные формы и методы преподавания в процессе подготовки кадров для ресторанного бизнеса (на примере дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе»).....                                               | 82         |
| <i>Соловьянова М.В., Волобуев В.В.</i>                                                                                                                                                                              |            |
| Реализация идеи народности в образовательном процессе СПО (к 200-летию К. Д. Ушинского).....                                                                                                                        | 97         |
| <i>Коновалова Л.И., Семенова Л.А.</i>                                                                                                                                                                               |            |
| <b>ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....</b>                                                                                                                                                                                   | <b>106</b> |
| Профилактика школьного буллинга среди подростков отдельных образовательных организаций для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья: модель антибуллинговой компетентности и оценка ее эффективности..... | 106        |
| <i>Молчанова Л.Н., Фомина А.В.</i>                                                                                                                                                                                  |            |
| Трансформационные игры как инструмент развития навыка эффективной коммуникации студентов .....                                                                                                                      | 118        |
| <i>Иванова Т.В., Алтунина Е.В., Данько О.А.</i>                                                                                                                                                                     |            |
| <b>К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ.....</b>                                                                                                                                                                                      | <b>127</b> |

## CONTENT

|                                                                                                                                                                                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>LINGUISTICS.....</b>                                                                                                                                                                          | <b>8</b>   |
| Experimental Research of Femininitives Comprehension (Data Quantitative Analysis Results).....                                                                                                   | 8          |
| <i>Margarita V. Vinogradov, Irina V. Kochergina</i>                                                                                                                                              |            |
| Linguistic forms of radio station promotion.....                                                                                                                                                 | 19         |
| <i>Ekaterina A. Bespalov</i>                                                                                                                                                                     |            |
| The image of Russia in the Minds of Modern Youth Through the Perception of the Stimulus Words "Globalization", "Culture" (Based on the Materials of an Associative Experiment).....              | 31         |
| <i>Roman V. Popadinets, Olga A. Andreeva</i>                                                                                                                                                     |            |
| Precedence in Modern Spanish Journalism.....                                                                                                                                                     | 43         |
| <i>Sofiia A. Aldoshina</i>                                                                                                                                                                       |            |
| Problems of Contemporary French Ethnolinguistics.....                                                                                                                                            | 55         |
| <i>Nika V. Vereshchagina</i>                                                                                                                                                                     |            |
| The System of Naming Characters in the Story of A.P. Gaidar "The Fate of the Drummer".....                                                                                                       | 63         |
| <i>Irina V. Kochergina, Irina S. Klimas, Igor A. Mikhailov</i>                                                                                                                                   |            |
| Ways to Create a Negative Image of Russia in Georgia's Political Discourse.....                                                                                                                  | 73         |
| <i>Oksana F. Akhmetgareeva</i>                                                                                                                                                                   |            |
| <b>PEDAGOGICAL SCIENCE.....</b>                                                                                                                                                                  | <b>82</b>  |
| Interactive Forms and Methods of Teaching in the Process of Training Personnel for the Restaurant Business (on the Example of the Discipline "Business Culture in the Restaurant Business")..... | 82         |
| <i>M.V. Solovyanova, V.V. Volobuev</i>                                                                                                                                                           |            |
| The Implementation of the Idea of Nationality in the Educational Process of SPO (to the 200th Anniversary of K. D. Ushinsky).....                                                                | 97         |
| <i>L.I. Konovalova, L.A. Semenova</i>                                                                                                                                                            |            |
| <b>PSYCHOLOGY.....</b>                                                                                                                                                                           | <b>106</b> |
| Prevention of School Bullying Among Adolescents of Individual Educational Organizations for Students with Disabilities: a Model of Antibullying Competence and Evaluation of its Efficiency..... | 106        |
| <i>L.N. Molchanova, A.V. Fomina</i>                                                                                                                                                              |            |
| Transformational Games as a Tool for Developing Students' Effective Communication Skills.....                                                                                                    | 118        |
| <i>Tatiana V. Ivanova, Elena V. Altunina, Olga A. Danko</i>                                                                                                                                      |            |
| <b>К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ.....</b>                                                                                                                                                                   | <b>127</b> |

УДК 81-114.4

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-8-18>



## Экспериментальное исследование восприятия феминитивов (результаты количественного анализа данных)

М. В. Виноградова<sup>1</sup>✉, И. В. Кочергина<sup>2</sup>

<sup>1</sup>МИРЭА – Российский технологический университет  
просп. Вернадского, д. 78, г. Москва 119454, Российская Федерация

<sup>2</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: rita\_kuptsova@mail.ru

### Резюме

Статья посвящена описанию результатов количественного анализа данных экспериментального исследования русских феминитивов. Актуальность выбранного объекта обусловлена наблюдающимся в настоящее время всплеском словотворчества в области именовании лиц женского пола. Изучение процесса функционирования значений существительных, именующих женщин, с позиций психолингвистики представляется новым и перспективным направлением лингвистических исследований.

В целях определения стратегий и механизмов идентификации значений феминитивов носителями языка было предпринято экспериментальное психолингвистическое исследование, в задачи которого входили детерминация субъективной оценки степени частотности и понятности предложенных слов-стимулов, изучение их актуализированности в сознании участников эксперимента.

В данной статье описывается ход организации и проведения экспериментального психолингвистического исследования, приводятся результаты первого этапа обработки экспериментальных данных, а именно реакций, полученных в процессе распознавания испытуемыми слов-стимулов как знакомых/незнакомых, и оценивания ими степени понятности их значений. Полученные цифры для удобства анализа выражены в процентном соотношении и представлены в сводных таблицах. На основе их анализа формулируются некоторые выводы. В частности, установлено, что только 20% списка слов-стимулов знакомо примерно половине молодых людей, принявших участие в исследовании. При этом количественные характеристики «непонятности» феминитивов существенно выше: максимально понятная номинация женщин распознана как таковая только 54,5% испытуемых в то время, как наименее понятный феминитив оценён как таковой практически 90% участников. Кроме того, вопреки ожиданиям приводимые данные не демонстрируют склонности молодых людей к лучшему восприятию и пониманию именовании женщин, возникших в последнее время, по сравнению с феминитивами, вошедшими в более ранние лексикографические источники.

**Ключевые слова:** психолингвистический эксперимент; феминитив; идентификация значения слова; количественный анализ данных; отбор экспериментального материала.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Виноградова М. В., Кочергина И. В. Экспериментальное исследование восприятия феминитивов (результаты количественного анализа данных) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 8-18. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-8-18>.

Статья поступила в редакцию 03.04.2023    Статья подписана в печать 20.05.2023

Статья опубликована 05.09.2023

© Виноградова М. В., Кочергина И. В., 2023

## Experimental Research of Femininitives Comprehension (Data Quantitative Analysis Results)

Margarita V. Vinogradova<sup>1</sup>✉, Irina V. Kochergina<sup>2</sup>

<sup>1</sup> MIREA – Russian Technological University  
78, Vernadsky Avenue, Moscow 119454, Russian Federation

<sup>2</sup> Southwest State University  
50 Let Oktyabrya Str., 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: rita\_kuptsova@mail.ru

### Abstract

The article reveals some results of an experimental research which have been conducted within the psycholinguistic concept of the word meaning. Russian femininitives were chosen as the object of the study due to their nowadays increasing actuality. Indeed, a noticeable burst in female-nominating nouns creation has lately been observed. Thus, functioning of such female nominations meanings seems to be a new and prospective direction of linguistic researches.

Having studying identification strategies and mechanisms of the given femininitives meanings as a goal we staged a psycholinguistic experiment. In order to reach the goal the tasks of the cue words frequency and apprehensibility determination and the degree of their foregrounding research were solved. The planning and course of the experiment as well as the results of the first stage of the experimental data processing are described in the present article. The mentioned stage comprised the counting of the responses the experiment participants had given, when asked to identify the cue words as known or unknown and estimate the degree of their meanings transparency. The percentage ratios of the familiar and unfamiliar words are presented in tables.

Based upon these figures, several conclusions were arrived at. In particular, only 20% of the cue words are known to the half of the experiment participants. But for all that almost 90% of the respondents agreed upon the least comprehensible femininitive as such. Besides, against our expectations, the young people didn't show a better comprehension and identification of the recent women nomination compared to the nouns which had been picked out from the long-time dictionaries.

**Keywords:** psycholinguistic experiment; femininitive; word meaning identification; quantitative data analysis; experimental research material selection.

**Conflict of interest:** The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Vinogradova M. V., Kochergina I. V. Experimental Research of Femininitives Comprehension (Data Quantitative Analysis Results). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 17–28 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-8-18>.

Received 03.04.2023

Accepted 20.05.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

Одним из наиболее заметных изменений, происходящих в современном русском языке, является образование и распространение новых феминитивов. Новых потому, что существительные, именующие женщин, хотя и существовали в нём на протяжении всей его истории, но до XIX века в русском языке именования, например, профессий разграничивались в

соответствии с собственным лексическим значением, т.к. существовали традиционно женские (*кружевница*) и традиционно мужские (*камердинер*) виды деятельности. Обозначения труда, которым занимались представители обоих полов, существовали в виде коррелирующих существительных мужского и женского родов (*швец – швея*). Первый всплеск образования новых существительных, обозначающих профессии женщин, был от-

мечен во второй половине XIX века, в период расширения областей женского труда, включением женщин в общественную и политическую жизнь России, приходом в страну суфражистского течения. Рубеж XIX и XX столетий характеризуется ломкой мировоззрений, борьбой консервативных и революционных идей и впервые возникшей необходимостью сделать женщин заметными, равноправными с мужчинами членами общества, что и стало причиной активного увеличения количества новообразований, обозначающих трудящихся женщин [1].

Конец XX и начало XXI века ознаменовались новым всплеском женской эмансипации и яростной борьбы консервативных и прогрессивных идей, касающихся устройства общества, пересмотра и перераспределения социальных ролей. Естественным образом эти тенденции отразились в русском языке, породив вторую волну появления и роста числа новых существительных, именующих женщин (*психологиня, юристка*), как маркеров процесса целенаправленного преодоления андрогинности русского языка и устранения гендерной асимметрии [2, 3, 4].

В настоящее время образование и распространение феминитивов – существительных женского рода, которые обозначают женщин, образованы от однокоренных существительных мужского рода, обозначающих мужчин, и являются парными к ним [5, с. 90] – это одно из наиболее значимых среди активных явлений современного русского языка. В центре внимания его исследователей находятся два аспекта функционирования номинаций женщин – идеологический и словообразовательный [6, 7]. При этом зачастую первые увлечённо доказывают крайнюю необходимость образования и употребления феминитивов в речи, а вторые убедительно обосновывают абсурдность их противоестественной деривации и насильственного насаждения. Разумеется, высказываются и менее эмоциональные мнения, призывающие не фор-

сировать события и положиться на вековые законы развития языка [8, 9], которые в итоге и определяют, каким новообразованиям и тенденциям жить, а каким остаться в истории.

На наш взгляд, сказать точно, какие феминитивы, как и любые «потенциальные» слова, приживутся в языке нельзя. Но проследить процесс интеграции новых языковых единиц в лексикон носителей языка можно. Следует подчеркнуть при этом, что наличие слова в каком бы то ни было лексикографическом источнике не является показателем его включённости в индивидуальный лексикон, а следовательно, не гарантирует того, что словесное новообразование ассимилировалось в языковом сознании его носителей. Для того чтобы понять, насколько эффективно преодолевается андроцентризм в обществе, необходимо, помимо прочего, определить степень интегрированности именований женщин в языковое сознание людей, требуется изучить не словари, а речевую организацию человека как отражение его образа мира. При этом важно, как отмечает А. А. Залевская, не просто анализировать получаемые от носителей языка реакции на предложенные вопросы и задания, а фокусировать внимание на связях между стимулами и реакциями с учётом всех качеств обозначенных исследуемыми словами объектов [10]. То, каким образом будут вербально выражены глубинные связи и отношения между денотатом и сигнификатом, как будет опознано исходное слово – в нашем случае феминитив – и распознано его значение, и покажет ракурс переживания именуемого словом объекта как знакомого, включённого в индивидуальную картину мира.

## Материалы и методы

В целях исследования механизмов восприятия значений феминитивов мы организовали и провели психолингвистическое исследование процесса идентификации русскоязычных именований жен-

щин носителями языка. В основу исследования легли теория психолингвистического значения слова И. А. Стернина, которая «позволяет интерпретировать экспериментальные данные так, чтобы установить связанные со словом смыслы в языковом сознании» [11], и психолингвистическая теория слова как достояния индивида А. А. Залевской, согласно которой «живое слово представляет собой средство доступа к образу мира индивида» [10, с. 23]. Поскольку в современном российском обществе именовании женщин, особенно новые, являются неоднозначно воспринимаемым феноменом, мы предположили, что наиболее иллюстративными будут результаты исследования оперирования феминитивами в среде молодых людей как членах социума, менее консервативных и более осведомлённых о новых языковых единицах и явлениях. Таким образом, испытуемыми (далее ии.) в нашем эксперименте выступили 156 студентов обоих полов, обучающихся на 1 и 2 курсах по направлениям подготовки, не связанным с изучением языков и лингвистики. Последний критерий представляется нам немаловажным, т.к. профессионализм в работе с вызывающими затруднения языковыми единицами мог бы существенно снизить уровень объективности собранного в ходе исследования материала. Список слов-стимулов для исследования формировался с учётом того, что процесс идентификации значения лексемы тем нагляднее, чем медленнее протекает. Целесообразным, таким образом, было включение в него, наряду с понятными, на наш взгляд, существительными, именующими женщин, феминитивов-новообразований, а также историзмов и устаревших именовании. Кроме того, во избежание шаблонизации протекания речемыслительного процесса ии. в списке, по нашему мнению, должны были быть представлены феминитивы, произведённые на основе различных словообразовательных моделей и при помощи

разных суффиксов. Так, из довольно обширного первоначального списка существительных, обозначающих лиц женского пола, составленного методом сплошной выборки из «Нового словаря русской лексики», «Толкового словаря названий женщин» и ежегодника «Новое в русской лексике. Словарные материалы – 2021», в дальнейшем методом контролируемого отбора был сформирован конечный вариант, в который вошло 20 вокабул, представленных в табл. 1.

В качестве рабочей гипотезы при разработке психолингвистического экспериментального исследования, среди прочих, было выдвинуто предположение о том, что, ввиду меньшей консервативности речи молодёжи и её большей восприимчивости к новым явлениям, в том числе в языке, предложенные для идентификации существительные женского рода будут распознаны участниками исследования как феминитивы, т.е. произведённые от соответствующих именовании лиц мужского пола слова. Кроме того, полагалось, что устаревшие лексические единицы вызовут больше затруднений, чем новообразования. Для подтверждения или опровержения этих предположений были поставлены задачи определить, встречались ли именовании лиц женского пола из составленного нами списка участникам эксперимента ранее, выяснить, считают ли они значения слов-стимулов понятными и насколько, если да, установить, какие стратегии идентификации применяют ии. для распознавания значений, и оценить степень актуализированности изучаемых феминитивов в сознании носителей языка, участвующих в исследовании. Для решения перечисленных задач данные собирались методами приведения свободной ассоциативной реакции, субъективной дефиниции и микроконтекста употребления слова-стимула, а также субъективного оценивания. Чтобы избежать повторного предъявления стимулов ии. и, как следствия, шаблонности, маршрутизированной протекания ре-

чемыслительных процессов индивидов, обеспечив таким образом большую степень объективности полученных резуль-

татов, следовало разместить стимулы и отвести место для реакций на них на одном листе.

**Таблица 1.** Список слов-стимулов

**Table 1.** List of stimulus words

| Феминитив           | Значение феминитива                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Варяя</b>        | <b>Варщица</b> (разг.). Устар. Женщина, к-рая варит, готовит пищу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Партийка</b>     | Ж. р. к партиец - член какой-л. политической партии                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Авторша</b>      | <b>Авторесса</b> . Разг. Женщина, создавшая литературное или к.-л. иное художественное произведение, научный труд, проект и т. п.                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Мед-диссидентка     | О противнице проведения медицинских манипуляций, лечения в медицинских учреждениях и т.п.                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Вориха</b>       | <b>Воровка. Воруха. Воровайка</b> . Жарг. Женщина, занимающаяся воровством, совершающая кражи.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Лектриса</b>     | 1) Женщина, в обязанности которой входило чтение вслух кому-л.; чтица.<br>2) Ж. р. к лектор – 1) тот, кто читает лекции перед аудиторией;<br>2) устар. преподаватель иностранного языка в высшем учебном заведении                                                                                                                                                                |
| <b>Белянка</b>      | <b>Беляночка</b> . Разг. Светловолосая или белолицая женщина.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Фемпросветительница | <b>Фем...</b> (относящ. к феминизму, 2002) + <b>просветительница</b> (о женщине, распространяющей какие-л. знания).                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Товарка</b>      | Ж. р. к товарищ – тот, кто связан с кем-л. общей профессией, местом работы; коллега. Тот, кто занимает одинаковое с кем-л. положение в обществе, коллективе. 3) а) Тот, кто связан с кем-л. узами дружбы. 4) а) Тот, кто участвует в одном деле с кем-л.; компаньон<br><b>Товаристка</b> (устар.). Разг. Женщина, связанная с кем-л. узами дружбы; близкая приятельница, подруга. |
| <b>Биологиня</b>    | <b>Биологичка</b> . Разг. Учительница, преподавательница биологии.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Целовальница</b> | <b>Целовальничиха</b> . Ист. 1) Жена целовальника (продавца вина в питейном заведении).<br>2) Женщина, продающая вино в питейном заведении; кабатчица (во 2 знач.).                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Болванка</b>     | 1) а) Слиток металла, кусок дерева и т.п., служащие заготовками для какого-л. изделия. б) перен. разг. Черновой набросок, схема чего-л.<br>2) То же, что: болван.<br>3) перен. разг.-сниж. Бестолковая, глупая женщина.                                                                                                                                                           |
| Кикиморакорщица     | Поклонница стиля кикиморакор (разг.)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Ампутантка</b>   | Разг. Женщина, подвергшаяся ампутации (хирургической операции, состоящей в отсечении к.-л. конечности или ее части).                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Гидесса</b>      | Ж.р. к гид – тот, кто сопровождает туристов и показывающий им какие-л. достопримечательности.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Попытерка           | О той, у кого есть игрушка-антистресс поп-ит (попыт); о той, которая увлекается этой игрушкой (разг.).                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Лукавица</b>     | Ж. р. к лукавец – лукавый человек                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Втузовка</b>     | Студентка втуза (высшего технического учебного заведения).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Лешачиха</b>     | Ж. р. к лешак (леший)– сверхъестественное существо, живущее в лесу (в русской народной мифологии). Употребляется как бранное слово                                                                                                                                                                                                                                                |
| Бескуарница         | О женщине, которая не имеет куар-кода вакцинированного от корона-вирусной инфекции COVID-19 или перенесшего это заболевание (разг.).                                                                                                                                                                                                                                              |

Так, был сформирован опросный лист с таблицей, в левой колонке которой в индивидуальных ячейках (строках) были приведены исследуемые феминитивы, расположенные так, чтобы избежать соседства лексических единиц с одинаковыми словообразовательными суффиксами и установить чередование длинных слов с короткими, устаревших с новыми и, на наш взгляд, понятных с вызывающими затруднения. Для выполнения каждого задания была отведена отдельная колонка: участникам эксперимента предлагалось в последовательном порядке отметить знаками «+» или «-» слова, которые, по их мнению, были им знакомы и незнакомы, субъективно оценить по шкале от 0 до 4, где 0 означает минимальную, а 4 – максимальную степень, насколько понятным они считают значение каждого стимула, после чего записать первое пришедшее в голову при виде стимула слово, затем попытаться дать определение каждому существительному и, наконец, привести пример возможного употребления исследуемых лексических единиц. По окончании инструктажа ии. получали бланк, на заполнение которого им отводилось 20 минут. В результате было получено 158 заполненных бланков, 2 из которых были забракованы в процессе обработки.

В данной статье приводятся результаты количественной обработки результатов экспериментального психолингвистического исследования процесса идентификации значения русских феминитивов носителями языка, собранных методами определения известности/неизвестности слов-стимулов и субъективного шкалирования степени понятности их значений.

## Результаты и обсуждение

Данные, полученные в результате количественного анализа реакций ии. на задания идентифицировать каждое слово-стимул как знакомое или незнакомое и

оценить степень понятности его значения, представлены в табл. 2. Для удобства сравнения количественных показателей исследованные феминитивы приведены в порядке уменьшения количества реакции «знакомо». В случаях, когда два или более стимула были распознаны участниками эксперимента как одинаково знакомые, они располагаются в порядке уменьшения количества ии., оценивших степень понятности их значений как максимальную. Для наглядности и облегчения проведения сравнения количественные показатели приведены в процентном соотношении.

Как видно из таблицы, наибольшее число раз участникам нашего исследования встретилось слово «болванка» – 85,9% из них идентифицировали его как знакомое. 75% ии. знают слово «авторша», и чуть более половины участников сталкивались с феминитивами «биологиня» и «партийка» – 51,3% и 50,6% соответственно. Почти половина участников эксперимента – от 42,3% до 47,4% – знакома с существительными «товарка», «лукавица», «фемпросветительница», «вориха». При этом максимально понятным посчитали 54,5% ии. значение феминитива «авторша». Остальные из распознанных как знакомые стимулов были максимально понятны примерно трети участников. Исключение составило слово «партийка», в значении которого оказались уверены лишь 10,3% контингента ии.

Большая часть списка слов-стимулов – 12 из 20 – оказалась малознакомой для молодых людей в возрасте от 16 до 19 лет. Самыми редко встречаемыми, по оценке участников исследования, являются феминитивы «кикиморакорщица», «бескуарница», «варея» – с ними знакомы 2,6%, 3,9% и 5,8% ии. соответственно. Как свидетельствуют данные, и степень понятности значений этих слов минимальна: лишь 1,3% принявших участие в эксперименте посчитали абсолютно по-

нятыми стимулы «варея» и «кикиморакорщица», и ни один участник не оценил степень понятности существительного «бескуарница» 4-мя баллами. Самое большое

количество – 89,1% – ии. при этом посчитали «бескуарницу» абсолютно непонятным словом.

**Таблица 2.** Результаты количественного анализа данных

**Table 2.** Results of quantitative data analysis

| Исследуемые слова   | Знакомо (%) | Незнакомо (%) | Степень понимания |       |       |       |       |
|---------------------|-------------|---------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|
|                     |             |               | 0 (%)             | 1 (%) | 2 (%) | 3 (%) | 4 (%) |
| болванка            | 85,9        | 14,1          | 12,8              | 6,4   | 17,3  | 22,4  | 41,1  |
| авторша             | 75          | 25            | 10,3              | 5,1   | 14,1  | 16    | 54,5  |
| биологиня           | 51,3        | 48,7          | 19,9              | 10,9  | 17,3  | 19,2  | 32,7  |
| партийка            | 50,6        | 49,4          | 19,9              | 23,7  | 24,4  | 21,8  | 10,3  |
| вориха              | 47,4        | 52,6          | 19,2              | 9,6   | 16    | 21,2  | 34    |
| фемпросветительница | 45,5        | 54,5          | 25                | 12,2  | 15,4  | 17,3  | 30,1  |
| лукавица            | 45,5        | 54,5          | 25,6              | 19,2  | 18    | 18,6  | 18,6  |
| товарка             | 42,3        | 57,7          | 29,5              | 17,3  | 23,1  | 12,8  | 17,3  |
| лектриса            | 35,3        | 64,7          | 19,9              | 16    | 15,4  | 20,5  | 28,2  |
| белянка             | 28,9        | 71,1          | 55,8              | 21,2  | 10,3  | 6,4   | 6,4   |
| ампутантка          | 22,4        | 77,6          | 36,5              | 15,4  | 23,1  | 17,3  | 7,7   |
| попытерка           | 21,2        | 78,8          | 60,9              | 16,7  | 6,4   | 7,1   | 8,9   |
| целовальница        | 21,2        | 78,8          | 40,1              | 26,9  | 16,7  | 11,5  | 4,8   |
| мед-диссидентка     | 21,2        | 78,8          | 37,8              | 32,1  | 17,3  | 7,1   | 5,8   |
| гидесса             | 19,9        | 80,1          | 43,6              | 12,2  | 13,5  | 13,5  | 17,2  |
| лешачиха            | 15,4        | 84,6          | 64,7              | 17,3  | 7,7   | 7,7   | 2,6   |
| втузовка            | 11,5        | 88,5          | 73,1              | 12,2  | 7,7   | 4,8   | 2,6   |
| варея               | 5,8         | 94,2          | 80,8              | 11,5  | 5,1   | 1,3   | 1,3   |
| бескуарница         | 3,9         | 96,1          | 89,1              | 5,8   | 1,9   | 3,2   | 0     |
| кикиморакорщица     | 2,6         | 97,4          | 75                | 13,5  | 5,8   | 4,5   | 1,3   |

Такая оценка феминитива «бескуарница» несколько не вписывается в выдвинутую нами гипотезу о том, что вокабулы, взятые из словаря «Новое в русской лексике 2021», должны быть более понятны и знакомы современной молодёжи, чем лексемы из двух других использованных лексикографических источников, в силу ряда причин. Во-первых, ежегодник «Новое в русской лексике» от-

ражает актуальнейшие общественные тенденции и содержит только современные новообразования, в отличие от «Толкового словаря именований женщин» и «Нового словаря русского языка», словарные статьи в которых не содержат пометы «неологизм» в принципе, поскольку, пока идёт создание лексикографического источника такого уровня, новое слово, как правило, или уже успевает

войти в пласт общеупотребительной лексики, или остаётся окказионализмом. Вторых, вокабула «бескуарница» была включена в список стимулов нашего исследования по причине большей, на наш взгляд, распространённости словообразовательной модели и «прозрачности» значения по сравнению с взятыми из того же источника феминитивами «мед-диссидентка», «фемпросветительница», «попытерка» и «кикиморакорщица». По нашему мнению, давно утративший свою актуальность корень *диссидент*, входящий в состав «мед-диссидентки», корень *фем*, образованный от нового, но имеющего различные толкования слова «феминизм», и корень *попыт*, более понятный современным детям, чем юношам и девушкам, и предположительно ассоциирующийся у последних со словом «попытка», должны были вызвать у ии. больше затруднений, чем образованная от одного из самых частотных слов 2021 года – «куар-код» – при помощи широко распространённых в русском языке приставки *бес-* и суффикса *-ниц-* лексема «бескуарница». Однако только 3,9% участников нашего экспериментального исследования посчитали этот стимул знакомым и 3,2% оценили степень понятности его значения 3-мя баллами, в то время как 89,1% нашли его абсолютно непонятным.

Этот результат наряду с тем, что устаревшее слово «целовальница» знакомо такому же количеству ии., которому знакомы неологизмы «попытерка» и «мед-диссидентка», легко опознаваемый, по нашему мнению, феминитив «гидесса» и предположительно актуальный для студенческой аудитории стимул «лектриса» оказались всё же менее понятными, чем «фемпросветительница», свидетельствует не в пользу нашей гипотезы о лучшем понимании молодыми людьми новых слов по сравнению с устаревающими лексическими единицами. Количе-

ственный анализ полученных реакций показал, что наиболее знакомыми и понятными являются частотные («авторша») многозначные («болванка») феминитивы, а также новообразования, возникшие на основе мотивирующих морфем с «прозрачным» значением («биологиня», «партийка», «вориха», «фемпросветительница», «лукавица», «товарка».)

Помимо комплексного анализа данных, полученных от всех участников экспериментального исследования, мы также сравнивали реакции ии. противоположных полов. Поскольку количество участвовавших в исследовании юношей в несколько раз превышало число девушек, мы не считаем полученные данные достаточно иллюстративными и не приводим их здесь полностью. Тем не менее, некоторые показатели привлекли наше внимание. Так, ни одна участница не распознала слово «кикиморакорщица» как знакомое и абсолютно или практически понятное, 4 девушки из 37 оценили степень понятности его значения 1-м баллом и 1 участница – 2-мя балами. А феминитив «биологиня», напротив, ии.-женщинам был более понятен и чаще встречался, чем участникам мужского пола: 73% девушек распознали его как встречавшийся им ранее и 51,4% оценили как абсолютно понятный.

## Выводы

Подводя итог, следует отметить, что феминитивы как актуальный в настоящее время объект научных социолингвистических и лингвистических исследований представляет интерес и с точки зрения психолингвистики. В рамках теории слова как достояния индивида нами было предпринято экспериментальное психолингвистическое исследование, направленное на установление степени интегрированности именований женщин в являющуюся отражением целостного образа мира языковую картину мира носите-

лей русского языка. В результате количественного анализа данных, собранных методами распознавания значений слов-стимулов как знакомых/ незнакомых и определения степени их понятности, было установлено, что лишь 4 из 20 вошедших в список стимулов феминитива были распознаны более, чем половиной ии. как знакомые, ещё 4 встречались ранее 42% – 47% участников исследования. Остальные 12 показали знакомыми менее, чем 30% молодых людей, принявших участие в эксперименте. Максимально понятным из четырёх наиболее частотных, по мнению ии., существительных, обозначающих лиц женского пола, является слово «авторша». Однако как наиболее понят-

ное его оценили лишь 54,5% участников исследования. Показатели, характеризующие наименее распространённые и понятные феминитивы, при этом значительно выше. Так, самое непонятное слово было оценено как таковое практически 90% ии. Более того, им стало существительное «бескуарница», включённое нами в список стимулов по причине высокой, на наш взгляд, степени понятности схемы его деривации и частотности для предшествующих лет словообразующего корня. Полученные данные, таким образом, свидетельствуют о невысокой степени понятности и частотности исследованных номинаций женщин носителям языка в возрасте от 16 до 19 лет.

### Список литературы

1. Беркутова В. В. Феминативы в русском языке: исторический аспект // Филологический аспект. 2018. № 11 (43). С. 6-22.
2. Бирюкова В. С., Тормышова Т. Ю. Лингвистическая характеристика феминитива в русском языке // Актуальные проблемы романо-германской филологии и методики преподавания иностранного языка. Липецк, 2019. С. 61-63.
3. Гузаерова Р. Р., Косова В. А. Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве // Филология и культура. Philology and Culture. 2017. № 4(50). С. 11-15.
4. Кривошеина В. А. Феминитивы в современных языковых практиках // Актуальные проблемы новой и новейшей истории зарубежных стран, 2019. Вып. 2. С. 146-153.
5. Баданина И.В. Функционирование феминитивов в языке интернета // Русский язык в интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции. М.: РУДН, 2017. С. 89-94.
6. Кобяков А.В. Феминитивы в медиа: проект словаря // VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал. 2021. 1(1). С. 89-97. [https://doi.org/10.34680/VERBA-2021-1\(1\)-89-97](https://doi.org/10.34680/VERBA-2021-1(1)-89-97)
7. Беспалова Е.А. Репрезентация образов мужчины и женщины в русской фразеологии: общая характеристика (на материале медиатекстов) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12, № 2. С. 8-19.
8. Авторка, блогерка, стримерша – как феминитивы приживаются в русском языке. URL: <https://donstu.ru/news/intervyu/avtorka-bloggerka-strimersha-kak-feminitivy-prizhivayutsya-v-russkom-yazyke/4> МАРТА 2021.
9. Фуфаева И. Я гримёрка, ты гримёр // «Троицкий вариант – Наука». 2019. №17. URL: [https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya\\_biblioteka/434929/Ya\\_grimyorka\\_ty\\_grimyor?from=rxblock](https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/434929/Ya_grimyorka_ty_grimyor?from=rxblock)
10. Залевская А.А. Значение слов через призму эксперимента. Тверь, 2011. 240 с.
11. Стернин И.А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова и его описание. М., 2011. 192 с.

## References

1. Berkutova V. V. Feminativy v russkom jazyke: istoricheskij aspekt [Feminatives in the Russian language: historical aspect]. *Filologicheskij aspekt = Philological Aspect*, 2018, no. 11 (43), pp. 6-22.
2. Birjukova V. S., Tormyshova T. Ju. [Linguistic characteristic of a feminine in the Russian language]. *Aktual'nye problemy romano-germanskoj filologii i metodiki prepodavaniya inostrannogo jazyka* [Actual problems of Roman-German philology and methodology of a foreign language teaching]. Lipec, 2019, pp. 61-63 (In Russ.).
3. Guzaerova R. R., Kosova V. A. Specifika feminativov v sovremennom russkom mediaprostranstve [Specificity of feminine nouns in modern Russian media space]. *Filologija i kul'tura. Philology and Culture = Philologie end Culture. Philology and Culture*, 2017, no. 4(50), pp. 11-15.
4. Krivosheina V. A. Feminativy v sovremennyh jazykovyh praktikah [Feminatives in modern language practices]. *Aktual'nye problemy novoj i novejshej istorii zarubezhnyh stran = Actual problems of new and the newest history of foreign countries*, 2019, is. 2, pp. 146-153.
5. Badanina I.V. [Feminatives in internet language]. *Russkij jazyk v internete: lichnost', obshhestvo, kommunikacija, kul'tura: sbornik statej I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii* [The Russian language on the Internet: personality, society, communication, culture. Collection of the I International Scientific and Practical Conference]. Moscow, RUDN Publ., 2017, pp. 89-94 (In Russ.).
6. Kobjakov A. V. Feminativy v media: proekt slovarja [Feminatives in media: a vocabulary project]. *VERBA. Severo-Zapadnyj lingvisticheskij zhurnal = VERBA. North-West Linguistic Journal*, 2021, no. 1(1), pp. 89–97. [https://doi.org/10.34680/VERBA-2021-1\(1\)-89-97](https://doi.org/10.34680/VERBA-2021-1(1)-89-97).
7. Bepalova E. A. Reprezentacija obrazov muzhchiny i zhenshhiny v russkoj frazeologii: obshhaja harakteristika (na materiale mediatekstov) [Representation of Images of Men and Women in Russian Phraseology: General Characteristics (Based on Media Texts)]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 2022, no. 12(2), pp. 8–19.
8. Avtorka, bloggerka, strimersha – kak feminativy prizhivajutsja v russkom jazyke [“Avtorka, bloggerka, strimersha” – the way the feminatives naturalize in the Russian language]. Available at: <https://donstu.ru/news/intervyu/avtorka-bloggerka-strimersha-kak-feminativy-prizhivayutsya-v-russkom-yazyke/4> MAPTA 2021.
9. Fufaeva I. *Ja grimjorka, ty grimjor* [I'm a make-up man, you're a make-up woman]. "Troickij variant – Nauka" = Troitskiy variant – Science, 2019. no. 17. Available at: [https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya\\_biblioteka/434929/Ya\\_grimyorka\\_ty\\_grimyor?from=rxblock](https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/434929/Ya_grimyorka_ty_grimyor?from=rxblock).
10. Zalevskaya A. A. *Znachenie slova cherez prizmu eksperimenta* [The meaning of a word through the prism of an experiment]. Tver', 2011. 240 p.
11. Sternin I.A., Rudakova A.V. *Psiholingvisticheskoe znachenie slova i ego opisanie* [Psycholinguistic meaning of the word and its description]. Moscow, 2011. 192 p.

---

**Информация об авторах / Information about the Authors**

**Виноградова Маргарита Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Института радиоэлектроники и информатики, МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва, Российская Федерация,  
e-mail: rita\_kuptsova@mail.ru

**Кочергина Ирина Владимировна**, старший преподаватель кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

**Margarita V. Vinogradova**, Cand. of Sci. (Philological), Associate Professor of Foreign Languages Department of Institution of Radio Electronics and Informatics, MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russian Federation,  
e-mail: rita\_kuptsova@mail.ru.

**Irina V. Kochergina**, Senior Lecturer of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

## Оригинальная статья / Original article

УДК 811.161.1:070

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-19-30>

## Лингвистические формы продвижения радиостанции

Е. А. Беспалова<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: kbspalova@yandex.ru

## Резюме

Одним из актуальных направлений современной медиалингвистики выступает изучение языка радио. Такие компоненты радиотекста, как имя радиостанции, слоганы, рефрены, названия рубрик и программ, могут по-разному влиять на популярность медиа и в различной степени способствовать укреплению его репутации. Целью данного исследования является выявление ключевых элементов радиотекста, способствующих продвижению на лингвистическом уровне брендов «Авторадио», радио «Курс» и радио «Искатель». В работе применены методы наблюдения, сплошной выборки, количественного и семантического анализа, систематизации и сопоставления языкового материала.

Установлено, что наиболее значимыми вербальными формами продвижения анализируемых медиа-брендов выступают имя радио и слоган. Наименование радио позволяет слушателю соотносить контент и порождаемые впечатления, вырабатывает устойчивые ассоциации с радиостанцией. Во всех трех случаях имя радио выступает сильной позицией бренда, отражая его идею; вне иных речевых формул наиболее часто оно звучит на «Авторадио». Слоганы служат раскрытию уникальной концепции каждой из радиостанций, подчеркивая их конкурентное преимущество; наиболее четко такая концепция раскрывается в имени и слоганах «Авторадио» и радио «Курс». Развитие внутреннего образа, находящего отражение в вербальном логотипе радиостанции, за счет использования языковой игры (в первую очередь, полисемии), использование лексических средств, подчеркивающих исключительное превосходство радио по определенному признаку, делают ключевые слоганы медиабрендов уникальными и эффективными. Помимо имени радио и слоганов, продвижению медиабрендов способствует использование в эфире рефренов и названий рубрик / программ, привязанных к имени радиостанции, однако такой потенциал брендинга используется в полном объеме не всеми аудиальными СМИ.

**Ключевые слова:** язык радио; медиабренд; продвижение; имя радио; слоган; «Авторадио»; радио «Курс»; радио «Искатель».

**Конфликт интересов:** Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Беспалова Е. А. Лингвистические формы продвижения радиостанции // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 19-30. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-19-30>.

Статья поступила в редакцию 15.06.2023

Статья подписана в печать 04.07.2023

Статья опубликована 05.09.2023

## Linguistic forms of radio station promotion

Ekaterina A. Beshpalova<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Southwest State University

50 Let Oktyabrya Str., 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: kbespalova@yandex.ru

### Abstract

One of the most relevant areas of modern media linguistics is the study of the radio language. Such components of the radio text as the name of the radio station, slogans, refrains, titles of headings and programs can affect the popularity of the media in different ways and contribute to the strengthening of its reputation to varying degrees. The purpose of this study is to characterize the key elements of the radio text that contribute to the promotion at the linguistic level of the brands "Autoradio", radio "Course" and radio "Seeker". The methods of observation, continuous sampling, quantitative and semantic analysis, systematization and comparison of linguistic material are used in the work.

It is established that the most significant verbal forms of promotion of the analyzed media brands are the name of the radio and the slogan. The name of the radio allows the listener to correlate the content and the impressions generated, develops stable associations with the radio station. In all three cases, the radio name acts as a strong brand position, reflecting its idea; outside of other speech formulas, it is most often heard on "Autoradio". The slogans serve to reveal the unique concept of each of the radio stations, emphasizing the competitive advantage of each of them; this concept is most clearly revealed in the name and slogans "Autoradio" and radio "Course". The development of the internal image reflected in the verbal logo of the radio station, through the use of language play (primarily polysemy), the use of lexical means emphasizing the exceptional superiority of radio on a certain basis, make the key slogans of media brands unique and effective. In addition to the name of the radio and slogans, the promotion of media brands is facilitated by the use of on-air refrains and the names of categories / programs tied to the name of the radio station, however, such branding potential is not fully used by all auditory media.

**Keywords:** radio language; media brand; promotion; radio name; slogan; "Autoradio"; radio "Course"; radio "Seeker".

**Conflict of interest:** The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Beshpalova E. A. Linguistic forms of radio station promotion. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 19–30 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-19-30>.

Received 15.06.2023

Accepted 04.07.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

На развитие современного коммуникативного пространства влияют различные факторы, связанные как с собственно языковыми процессами, так и с внешними. Актуальным направлением современной медиалингвистики [1] является изучение языка радио, применяемых в эфире коммуникативных стратегий [2]. Совершенствование информационно-коммуникационных технологий дает возможность доступа к контенту СМИ на разных площадках (радиостанции вещают как на своих волнах, так и на страницах Интер-

нета, а также работают в приложениях); обратную связь с аудиторией и продвижение медиа можно реализовать в социальных сетях и мессенджерах, а крупные радиокomпании могут себе позволить организацию видеозэфира.

На современном этапе развития медиасистемы успешность и популярность радиостанции во многом зависят от качества и характера ее продвижения на российском или региональном уровне.

Репутация компании, продвижение бренда и приемы эффективной коммуникации с аудиторией относятся к нематериальным активам компании [3], но при

этом представляют особую ценность, от которой зависит степень конкурентоспособности на медиарынке.

Продвижение компании направлено на формирование неповторимого образа предприятия и предоставляемых им продуктов или услуг [4], восприятие этого образа целевой аудиторией должно благоприятным, вызывать положительные эмоции. Внимание современных ученых привлекают вопросы эфирной промоции радиостанций [5], вербальные и невербальные средства создания корпоративного стиля радио [6], подходы к изучению бренда как СМИ [7].

Приемы брендинга как одного из важных инструментов медиаполитики, влияющего на предпочтения аудитории, важно изучать на лингвистическом уровне.

Все текстовые составляющие контента радио, которые включают звучащие «в эфире фрагменты устной речи», «материалы, представленные на сайте радиостанции» и другие элементы и рассматриваются исследователями как единый радиотекст [8, с. 90], могут в разной степени служить развитию популярности радио и укреплению его репутации.

Для радиокompании основным каналом продвижения бренда и предоставления информации о себе является аудиальный, т.е. звучащий контент, могущий влиять на сложившуюся или потенциальную аудиторию. Можно предположить, что знакомство слушателя с радио происходит через названный канал, а звучащая вербальная информация впоследствии может расширяться визуальной составляющей через сайт или приложение.

Радийные слоганы и само имя бренда служат, наряду с другими формами, одним из способов создания эффективного бренда и его продвижения [9, с. 73]. Помимо этого, они позволяют слушателю в достаточно короткое время идентифицировать радиостанцию, к которой он подключился.

Предпочтения целевой аудитории определяются не только сеткой вещания радиостанции и музыкальными пристрастиями, но и транслируемыми через слоганы и рефрены ценностями; ценности выступают «своеобразным фундаментом, формирующим отношение к миру отдельного человека» [10, с. 29]. Так, современным радиослушателям, как и любому смотрящему за повесткой дня человеку, важно *быть в курсе* событий; этот принцип, обозначенный устойчивым сочетанием, лег в основу образного основания названия радио «Курс» и связанных с ним повторяемых речевых формул. Другая установка – ограничение контента по возрастному признаку и соблюдение этого ограничения, важное для многих родителей-радиослушателей и людей, озабоченных корректным содержанием контента, – отражена в слоганах «Автораддио» «Радио для всех», «Радио без возрастных ограничений». Такие речевые формулы позволяют, кроме того, сделать акцент на отличительных признаках медиабренда, подчеркивая его конкурентное преимущество.

### Материалы и методы

Предметом рассмотрения в данной статье выступают лингвистические средства продвижения радиостанции. К языковым формам, позволяющим акцентировать внимание радиослушателей на отличительных признаках медиабренда, можно отнести такие структурные элементы, как наименование (имя) радио («Автораддио», радио «Курс» и радио «Искатель»), слоганы, сопряженные с именем радио названия рубрик и программ и иные речевые формулы, которые с определенной периодичностью звучат в эфире, организуют эфирный час и служат единицами анализа в данной статье.

Наименование радио выступает важнейшим средством продвижения бренда. Оно не столь информативно, как более развернутый и позволяющий понять концепцию радиостанции слоган, но при

этом выполняет задачу идентификации радиоканала. Аудитория слышит его среди других речевых форм, способствующих продвижению компании, но именно его она запоминает и к нему обращается при выборе радиийного контента.

Наименование радиостанции может звучать изолированно (как отбивка между музыкальными композициями или иными блоками информации) или входить в состав названий рубрик, объявлений о начале и конце рекламного материала, выпуска новостей и т.п., связывая таким образом воедино радиийный контент.

Имя радио, выступая его логотипом (или его частью), обычно звучит как «музыкально-речевой джингл» [11]; периодичность его звучания варьируется на каждой радиостанции. Обычно он основывается «на коротких мелодических (шумовых) мотивах или фразах (2-10 секунд)», его главная цель – привлечь внимание слушателя и напомнить, к какому радиоканалу относится звучащий эфир [11]: (например, воспроизводимая на музыкальном фоне фраза «*Авторадио. Первое автомобильное радио*»).

Слоганы представляют собой специфические единицы радиийного дискурса, которые раскрывают концепцию радио, служат на долгосрочную перспективу его продвижения вне зависимости от меняющегося содержания программ сетки вещания. Слоганы на радио должны обладать такими качествами, как «уникальность, запоминаемость, позиционирование, выразительность, адресность» [12, с. 62].

Наиболее эффективными считаются слоганы, связанные с именем компании (имя бренда включено во фразу) и привязанные к нему (соотносятся с названием по ритму и стилистике), т.к. они способствуют запоминанию марки; выделяются также слоганы свободные, формулировка которых (за исключением названия бренда) может быть самодостаточна и понятна при свободном употреблении [13,

с. 75-76]. Если слоган содержит личное обращение к потребителю, то его называют прямым [14, с. 229].

Помимо слогана, предметом нашего рассмотрения выступают рефрены. Под рефреном мы понимаем повторяющиеся речевые формулы, которые не служат раскрытию концепции радио, а способствуют привыканию аудитории к нему, т.е. выполняют только мнемоническую функцию.

Названия программ и рубрик, так же как и имена радиостанций, характеризуются уникальностью, употребляются исключительно в эфире определенного радио; «пересечения названий передач на разных радиостанциях исключены» [8, с. 94]. Отличительная черта таких формулировок – выполнение функции «коммуникативной перспективы» [15, с. 169], т.е. анонсирование предстоящего контента.

Чтобы сохранять и укреплять доверие аудитории, радиокомпаниям необходимо продвигать информацию о транслируемых ценностях, подчеркивать уникальные свойства и преимущества радиостанции посредством устоявшихся и новых речевых формул, различных форм саморекламы.

Эмпирическим материалом для проведения данного исследования послужили наименования радиостанций «Авторадио» [16], «Курс» [17], «Искатель» [18], слоганы и рефрены, названия программ и рубрик, а также иные речевые формулы, звучащие в прямом эфире и отобранные методом сплошной выборки на протяжении мая и июня 2023 года.

В ходе исследования применялись методы наблюдения, сплошной выборки, количественного и семантического анализа, систематизации, сопоставления и классификации языкового материала.

## Результаты и обсуждение

Различные языковые формулы позволяют подчеркнуть превосходство конкретного радио над другими. Для анализа

нами были отобраны три радиостанции разного охвата аудитории и различной концепции.

«Авторadio» является одной из наиболее успешно развивающихся радиостанций России, занимает одну из лидирующих позиций в радиовещательном секторе российских СМИ. Среди анализируемых станций имеет наибольшую аудиторию, популярность и возможности вещания. Такое преимущество проявляется, например, в возможности предоставления прямого видеоэфира утреннего и вечернего шоу, а также в наличии собственных корреспондентов в Москве и других городах, участвующих в подготовке новостей (что сочетается с данными информационных агентств) [19, с. 49].

Название радиостанции отражает суть медиабренда и специфику целевой аудитории: «*Авторadio является станцией № 1 среди тех, кто слушает радио в машине*» [16]. Наименование образовано путем сложения: *автомобильное + радио*.

Наименование бренда само по себе служит средством его продвижения, т.к. «не только позиционирует ... услугу среди аналогов, но и помогает потребителю запомнить и выделить ... в ряду его конкурентов» [9, с. 80]. В данном случае название радиоканала «*Авторadio*» подчеркивает ориентированность на уникальную аудиторию – автолюбителей и профессионалов за рулем, хотя она может быть значительно шире.

Звучание имени радио связано с музыкальным лейтмотивом, вызывающим у слушателей, наряду с самим названием, устойчивые ассоциации (название *Авторadio* пропеваётся на оригинальном музыкальном фоне). Наиболее часто имени радио сопутствует указание частоты вещания в Курске: «*Авторadio 106.7 FM*».

Слоганы «Авторadio» раскрывают концепцию, отражённую в названии. Частотный слоган «*Первое автомобильное радио*» подчеркивает исключительность станции в нише.

Отталкиваясь от метафорического основания бренда, слоган «*Авторadio. Движение только вперёд*» также указывает на преимущество предлагаемого контента: компонент *движение* в нем связан, с одной стороны, с автомобильной темой, а с другой – с идеей любого развития; компонент *вперед* отражает положительный вектор изменений, а усиленная частица *только* подчеркивает исключительность направления развития.

Слоганы «Авторadio» акцентируют внимание слушателей и на другом преимуществе: «*Радиоканал Авторadio – радио без возрастных ограничений*» (и его вариант «*Автоканал без возрастных ограничений*») и «*Авторadio. Радио для всех*». Эти слоганы близки по содержанию, но последний содержит и подтекст, расширяющий границы целевой аудитории от автомобилистов до любых слушателей, и не находящихся за рулем.

К рефренам, звучащим на радио, но не отражающим идеи его концепции, можно отнести формулу «*Авторadio. Сделай громче*». Помимо мнемонической функции, такая формулировка содержит обращение к слушателю в форме повелительного наклонения, привлекая его внимание и способствуя единению с аудиторией.

Названия программ и рубрик также участвуют в продвижении медиабренда. Такие речевые формы могут включать имя радио в чистом виде («*Новости на Авторadio*», «*По волнам Авторadio*», «*Мурзилки Live на Авторadio*», «*Поющие ведущие на Авторadio*», «*Реклама на Авторadio*») или лексику тематической группы, связанной с автоделом («*Автомонитор – информация о ситуации на дорогах Курска*»). В качестве саморекламы используются анонсы популярных шоу: так, в вечернем эфире звучит анонс утреннего шоу «*Авторadio. Драйв*».

Развитию обратной связи с аудиторией и продвижению медиабренда через прямое общение с ней служат различные игры, проводимые в прямом эфире: так, в

рамках одной из наиболее популярных игр «Много денег. Юбилейный сезон» разыгрывается премиальный внедорожник, а шанс на участие в розыгрыше получает слушатель, у которого установлен на гудок гимн «Авторадио» и который может ответить на вопрос, какая песня звучала в эфире; оба эти условия позволяют поддерживать внимание аудитории на высоком уровне, не отрываться от радиоволны.

Среди сторонних площадок наиболее активно продвигается сообщество «Авторадио» ВКонтакте: например, рекламируется проект «Человек дела», реализуемый при поддержке АСИ и дающий возможность продвинуть свою инициативу, получить миллион на развитие проекта и встретиться с президентом.

Количественный анализ контента эфирного часа на «Авторадио» показал, что имя медиабренда (в том числе и в виде джингла) вне слоганов и иных речевых форм встречается реже, чем в их составе. В среднем изолированно имя «Авторадио» звучит 3-4 раза за один эфирный час, в то время как в составе слоганов, названий рубрик, анонсов и т.п. около 15 раз (что превышает показатели двух других радиостанций).

Радио «Курс» позиционирует себя как единственное самостоятельное радио Курского края (все остальные являются ретрансляторами).

Наименование радио «Курс», часто звучащее в эфире как отбивка между рубриками, позволяет слушателю идентифицировать радиостанцию и запомнить ее. В качестве имени бренда оно выполняет важную функцию, т.к. дает ключевую информацию о нем, «отпечатываясь» в сознании радиослушателя. Это речевое воплощение имени бренда, который имеет и свое изображение, представленное на сайте радио «Курс» и в приложении (логотип представлен надписью «Радио КУРС FM 103.7», в которой вертикальная черта буквы «р» представлена в виде стрелки компаса с синим концом на север

и красным на юг, что подчеркивает символику курса).

В названии радио «Курс» отражена многозначность курса, т.е. правильного направления, и информированности о событиях, что раскрывается в прямых слоганах («Будь в курсе»; «Не сбивайтесь с курса» и другие их варианты). Такая языковая игра, основанная на полисемии, подчеркивает преимущество, которое дает данное радио своим слушателям (они оказываются в курсе событий и идут правильным курсом). Дополнительный семантический оттенок появляется в сезонном рефрене «Летний Курс 103.7», рождающим ассоциации с курсом валют: радио котируется только на этой волне.

Слоганы на радио «Курс» подчеркивают его превосходство по ареалу вещания: «единственное свое», «радио Соловьиного края» – отправной точкой является факт функционирования единственного самостоятельного радио в Курской области и смежных регионах (остальные радиостанции выступают ретрансляторами и вещают на выделенных им частотах в определенное время), что подчеркивается прямым текстом как дополнительное преимущество перед ретрансляторами («Это были новости на волнах единственного своего»; «Это [название трека или рубрики] на волнах единственного своего»; «Рыльск. Здесь слушают радио Курс на волне 106.5. Курс – радио Соловьиного края»).

К слоганам, раскрывающим метафорическое основание радио «Курс», относится также весьма частотная в эфире формула «то, что звучит» в разных ее вариантах («Радио Курс. То, что звучит» / «То, что звучит. Курс радио» / «То, что звучит. Радио Курс»). Помимо фиксации конкретного звучащего контента, эта формула отражает сему 'звучит хорошо', обогащающую значение слогана.

При перечислении «частот вещания по городам Курского края» в эфире звучит слоган «Охват имеет значение», по-

строенный по модели «устойчивой фразы “размер имеет значение”» [20, с. 13].

Сезонные слоганы позволяют связать предлагаемый радиостанцией контент с актуальным временем года и декларировать определенное преимущество в связи с уникальностью предлагаемой музыки: «Весна приходит с радио Курс», «Радио Курс. Музыка этой весны», «Радио Курс. Звучим по-летнему», «Отдыхаем летом с радио Курс». Последние две формулы составлены в форме определенного-личного предложения, подразумевающего деятеля «мы» и таким образом отражающего идею единения радиоведущих и аудитории, с одной стороны, и факт существования особого сообщества, слушающего «Курс», с другой. Подчеркивает уникальность аудитории и слоган «Музыка поколения Курс».

Не все рубрики и названия программ радио «Курс» служат продвижению медиабренда: в некоторых из них нет привязки к наименованию радио, и случайных слушатель не сможет его идентифицировать, прослушав текст рубрики. К таким названиям относятся «Территория фактов», «Лаунж зона», «Русская кибернетика», «Японские шишки», информация о погоде и т.д. В некоторых случаях попытка указать радио не увенчивается успехом (т.е. название радио не звучит): «На волнах самой правильной музыкально-развлекательной радиостанции радио-шоу Digital emotions».

В названиях других программ содержится указание на радио «Курс», т.е. они работают на продвижение медиабренда: «Электроза на радио Курс», «News time» (в конце выпуска звучит название радио) и др. Рекламные отбивки также имеют такую привязку: (в начале) «Реклама на Курс радио» / (в конце) «Реклама на радио Курс [телефон]».

Радио «Курс» пытается использовать возможности привлечения сторонних площадок, в частности, предлагает слушателям голосовать за лучшие музыкальные композиции ВКонтакте («Новая

музыка на радио Курс. Голосуй ВКонтакте»), однако сайт радио и приложение развиты слабо (некоторые запланированные разделы пустуют).

В среднем за один эфирный час имя медиабренда звучит 2 раза изолированно, в остальных случаях оно входит в состав речевых формул, из которых наиболее частотно упоминание в связи с выходом рекламы, затем по частотности употребления следуют слоганы и рефрены, подчеркивающие региональную специфику («единственное свое», указание волны в Рыльске и других городах, «радио Соловьинского края»), за ними идут сезонные речевые формулы.

Радио «Искатель» является самым молодым из рассматриваемых станций, в Курске вещает на волне 92,7 FM.

Наименование радио «Искатель» задает направление концепции, по нему в общих чертах слушателю становится понятно отличие от более широких по своей идее радиостанций (таких, как «Русское радио», «Европа плюс» или «Love радио»), но все же требуется конкретизация, что именно подразумевает *искатель* (при восприятии наименования радио накладывается фоновая информация о значении слова из примеров его сочетаемости (*искатель приключений*), названия литературного альманаха «Искатель» и др.).

Частично проясняет образ *искателя* центральный лозунг, который звучит в эфире в начале каждого часа и отражен на сайте СМИ – «Бороться и искать! Найти и не сдаваться!», вызывая ассоциации с героями романа В. Каверина «Два капитана»; эта связь подчеркивается визуальным логотипом – символическим изображением самолета на сайте радио и в приложении (рисунок выполнен в плакатной стилистике середины 20 века, представляет собой изобразительный символ радиостанции; помимо него на сайте представлен брутальный фотообраз летчика).

Концепция радио «Искатель» более точно раскрывается в формулировке, с

которой пользователь знакомится при поисковом запросе в Интернете (эта информация появляется первой при запросе, однако отсутствует на самом сайте радио): «Радио Искатель – Радио о музыке и мире вокруг»; это позволяет уточнить идею радио – *искатели* собирают информацию о мире – и его направленность [18]. Показательно, однако, что информационная составляющая контента «Искателя» сводится к справочной, в том числе филологической (рубрика «*Имеет значение*» с Михаилом Кожуховым), к любопытным фактам из жизни известных людей, к интересным событиям, лингвострановедческой информации и т.п.; актуальных новостей в контенте медиа нет, т.е. оно оторвано от реальной общественно-политической повестки.

Значение лексемы *искатели* раскрывается и в названии рубрик: «*Наши искатели*» (рассказы об исследователях, открывателях, конструкторах и других успешных людях, например, об авиаконструкторе А. Н. Туполеве, писателе А. Иванове), «*Правила искателей*» (сентенции известных людей о правилах жизни, к примеру, афоризмы Игоря Губермана) и т.д. Аудитория также относится к числу *искателей* (рубрика на сайте «*Искатели пишут*»), что подчеркивает идею единения с ней, положительное к ней отношение, показывает ее преимущество перед слушателями других радиостанций. Этой же цели служит и рефрен «*Музыка искателей*».

Произнесение самого имени медиабренда имеет свои особенности: зачастую используется прием повтора наименования «Искатель» посредством звукового эффекта эха, что, вероятно, преследует цель психологического воздействия на слушателя. Однако отдельно наименование радио звучит редко (в среднем 1 раз в час).

Помимо ключевого слогана, начинающего эфирный час («*Бороться и искать! Найти и не сдаваться*»), раскрытию концепции радио служит слоган «*В*

*этом есть смысл*», подчеркивающий познавательную направленность «Искателя», популярная рубрика об интересных фактах «*Хочу все знать. Радио Искатель*», название страноведческой рубрики «*Восточные истории на радио Искатель*».

Констатирующие рефрены («*Радио Искатель. Здесь и сейчас*») напоминают слушателю о том, на волне какого радио он находится. Рефрен «*Вы слушаете радио Искатель*» звучит на протяжении эфирного часа наиболее часто (в сравнении с концептуальными слоганами, единичными в эфирном часе). Вторую позицию по частоте употребления в течение эфирного часа занимают названия рубрик, привязанные к имени радио и *искателю* как герою бренда («*Радио искатель. Хочу все знать*» – наиболее часто, «*Наши искатели*», «*Музыка искателей*»).

Сильной стороной брендинга «Искателя» является его активное продвижение на других площадках, о чем ведущие часто рассказывают в эфире: звучит информация о сайте, странице ВКонтакте, возможностях приложения и его обновленной структуре, радиоведущие предлагают слушателям оценивать музыкальный контент в Телеграме.

## Выводы

Важными структурными элементами радиоэфира, организующими эфирный час и выступающими центральными вербальными средствами продвижения медиабренда, служат имя радио (употребляющееся самостоятельно и в составе рамочных отбивок для различных блоков), слоганы, рефрены, названия рубрик и программ.

Наименование радиостанции представляет собой идентифицирующий знак, который откладывается в сознании слушателя и с которым он ассоциирует воспринимаемый контент и порождаемые этим контентом впечатления; это важное средство продвижения медиабренда. Имя

радиостанции является отражением ключевого образа, символа, положенного в основу концепции радио и отличающего его от других радиостанций; значение этого имени метафорически разворачивается в слоганах, рефренах, названиях рубрик, попутных замечаниях радиоведущих.

Во всех трех случаях названия радиостанций можно считать сильной позицией брендов, удачно отражающей их концепцию и служащей фактором их успешности. Изолированно (вне слогана и иных речевых форм) имя радио наиболее часто звучит на «Авторadio», наименее часто – на радио «Искатель».

Слоганы позволяют подчеркнуть конкурентное преимущество каждой из радиостанций. Наиболее точно они соответствуют концепциям «Авторadio» и радио «Курс». Лексическое оформление слогана (использование слов, указывающих на лучшую позицию по какому-либо признаку) позволяет подчеркнуть исключительное преимущество радиостанции («Авторadio. Движение только вперед», «Первое автомобильное радио», «Радио Курс. Единственное своё»).

Рефрены не имеют такого концептуального содержания, как слоганы, выполняя в основном мнемоническую функцию: «Авторadio. Сделай громче», «Музыка искателей», «Новая музыка на радио Курс».

Имя радио используется в составе отбивок, окольцовывающих выпуски новостей, различные программы, рекламные блоки. При этом порядок следования компонентов в начале и конце блока может быть прямым и обратным («Радио искатель. Хочу все знать» (в начале) – «Хочу все знать. Радио Искатель» (в конце)).

Названия рубрик эфира также могут участвовать в медиапродвижении. Зачастую этот потенциал используется ведущими радиостанций, и если имя бренда не звучит в начальной отбивке программы или рубрики, то воспроизводится в

финале (например, в выпусках «News time» на радио «Курс»), однако не все радиостанции используют этот ресурс в полной мере (на том же радио «Курс» не привязаны к имени радио «Японские шиишки», информация о погоде и т.п.).

Проявлением брендинга на уровне успешной коммуникации с целевой аудиторией можно считать использование форм императива («Авторadio. Сделай громче», «Оставайтесь на волне единственного своего»), выступающего формой личного обращения к радиослушателю, а также определенно-личных конструкций, создающих эффект приобщения к избранному сообществу слушателей и ведущих конкретного радио («Радио Курс. Звучим по-летнему», «Отдыхаем летом с радио Курс»).

На сторонних площадках (в социальных сетях и мессенджерах) наиболее активно продвигают свою радиостанцию ведущие «Искателя»: в эфире звучит информация о сайте радио, его странице ВКонтакте, о новых возможностях приложения, слушателям предлагается обратная связь в Телеграме, что позволяет расширить и удержать аудиторию на этапе становления радиостанции. «Авторadio» как одному из лидеров в сегменте радиовещания уже давно удалось найти эффективные формы взаимодействия с аудиторией посредством использования диалога в прямом эфире популярных шоу, организации различных игр и конкурсов, для участия в которых организуется прямая связь со слушателем.

В целом медиаконцепция наиболее четко сформулирована и продвигается в имени и слоганах «Авторadio» и радио «Курс».

Уникальность образного основания, положенного в основу имени медиабренда, его слоганов, названий его программ, в сочетании с индивидуальной манерой подачи общей концепции конкретным радиоведущим, который использует собственные формулы, поддерживающие идею бренда, рожают неповторимый

единый корпоративный стиль радиостанции, узнаваемый радиослушателями и поддерживаемый выбором конкретной волны вещания.

Использование таких инструментов, как наименование радиостанции, слоганы, рефрены, названия тематических рубрик и т.п. (в сочетании с логотипом и сопутствующей информацией на сайте

СМИ и в приложении) позволяет редакциям проводить медиаполитику, которая формирует образ радиокomпании и ее репутацию, влияет на выбор аудитории радиостанции и может сделать такой выбор постоянным предпочтением, основанным на интересе к концепции радио и его контенту.

### Список литературы

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: актуальные направления изучения медиаречи // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 4. С. 26-38.
2. Малышева Е. Г., Егошина В. А. Коммуникативная стратегия формирования целевой аудитории в развлекательном радиийном дискурсе // Известия Смоленского государственного университета. 2018. № 3(43). С. 171-183.
3. Важенкина И. С. Репутация территории: теория, методология, практика. М.: Экономика, 2007. 207 с.
4. Кумбер С. Брендинг. М.: Вильямс, 2004. 176 с.
5. Киндра С. О. Специфика эфирной промоции радиостанции «Шарманка» // Universum: филология и искусствоведение. 2015. № 3-4(17). С. 2.
6. Саликова Е. Вербальные и невербальные образы корпоративного стиля радиостанций // Әлемдік PR: ӨЗЕКТІЛІГІ ЖӘНЕ КЕЛЕСЕГІ. Нұр-Сұлтан: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2020. С. 186-190.
7. Солодовникова Т. В. Бренды как новые средства массовой информации и коммуникации // Язык и действительность. Научные чтения на кафедре романских языков им. В.Г. Гака. М.: ООО "Издательство "Спутник+", 2022. Т. 7. С. 437-441.
8. Нестерова Н. Г. Радиотекст как гипертекст // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2015. № 5(37). С. 89-99. <https://doi.org/10.17223/19986645/37/7>.
9. Калмычкова А. Д. Создание эффективного бренда как основа формирования репутации компании: лингвокогнитивный аспект // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2012. № 647. С. 73-90.
10. Попова Г. В. Система ценностных характеристик современного любовного романа // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2014. № 4. С. 29-37.
11. Чернышов А. В. Музыкальное оформление медиа-рекламы // ЭНЖ "Медиамузыка". 2015. № 4. URL: [http://mediamusic-journal.com/Issues/4\\_1.html](http://mediamusic-journal.com/Issues/4_1.html)
12. Нестерова Н. Г., Фащанова С. В. Слоган как девиз радиостанции и радиопередачи // Современное информационное пространство: коммуникация в рекламе и PR: материалы международной научной конференции. СПб.: Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина, 2013. С. 61-68.
13. Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст: задачник для копирайтеров. М., 2004.
14. Середняк Л. Роль слоганов в позиционировании бренда // Вестник МГУП имени Ивана Федорова. 2013. № 6. С. 228-231.
15. Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М., 2008.
16. Авторadio. URL: <https://www.avtoradio.ru/station/city/93>
17. Радио Курс. URL: <https://radio-kurs.ru/>

18. Радио Искатель. URL: <https://radioiskatel.ru/>
19. Ржанова С. А., Чаткина М. Г. Структура новостной программы коммерческой радиостанции: интеграция в эфир "Авторadio", "Дорожное радио" // Казанская наука. 2016. № 2. С. 48-50.
20. Беспалова Е. А., Сергеева А. А. Проблемы речевой культуры на региональном радио // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12, № 1. С. 10-19.

## References

1. Dobroslonskaya T. G. Medialingvistika: aktual'nye napravleniya izucheniya mediarechi [Media linguistics: current directions of studying media speech]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya = Bulletin of the Moscow University. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, no. 4, pp. 26-38.
2. Malysheva E. G., Egoshina V. A. Kommunikativnaya strategiya formirovaniya celevoj auditorii v razvlekatel'nom radijnom diskurse [Communicative strategy of target audience formation in entertainment radio discourse]. *Izvestiya Smolenskogo gosudarstvennogo universiteta = Proceedings of the Smolensk State University*, 2018, no. 3(43), pp. 171-183.
3. Vazhenina I. S. *Reputaciya territorii: teoriya, metodologiya, praktika* [Reputation of the territory: theory, methodology, practice]. Moscow, Ekonomika Publ., 2007. 207 p.
4. Kumber S. *Brending* [Branding]. Moscow, Vil'yame Publ., 2004. 176 p.
5. Kindra S. O. Specifika efirnoj promocii radiostancii "Sharmanka" [The specifics of the broadcast promotion of the radio station "Hurdy-Gurdy"]. *Universum: filologiya i iskusstvovedenie = Universum: philology and art criticism*, 2015, no. 3-4(17), pp. 2.
6. Salikova E. Verbal'nye i neverbal'nye obrazy korporativnogo stilya radiostancij [Verbal and nonverbal images of the corporate style of radio stations]. *Әлемдік PR: ӨZEKTILIGI және KELESHEGI* [World PR: relevance and prospects]. Nұr-Sұлтан, Evrazijskij nacional'nyj universitet im. L.N. Gumileva Publ., 2020, pp. 186-190.
7. Solodovnikova T. V. [Brands as new media and communications]. *Yazyk i dejstvitel'nost'. Nauchnye chteniya na kafedre romanskix yazykov im. V.G. Gaka* [Language and reality. Scientific readings at the Department of Romance Languages named after V.G. Gak]. Moscow, OOO "Izdatel'stvo "Sputnik+" Publ., 2022, vol. 7, pp. 437-441.
8. Nesterova N. G. Radiotekst kak gipertekst [Radiotext as hypertext]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Bulletin of Tomsk State University. Philology*, 2015, no. 5(37), pp. 89-99. <https://doi.org/10.17223/19986645/37/7>.
9. Kalmychkova A. D. Sozdanie effektivnogo brenda kak osnova formirovaniya reputacii kompanii: lingvokognitivnyj aspekt [Creating an effective brand as the basis for the formation of a company's reputation: the linguocognitive aspect]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta = Bulletin of the Moscow State Linguistic University*, 2012, no. 647, pp. 73-90.
10. Popova G. V. Sistema cennostnyh harakteristik sovremennogo lyubovnogo romana [The system of value characteristics of a modern love novel]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 2014, no. 4, pp. 29-37.
11. Chernyshov A. V. Muzykal'noe oformlenie media-reklamy [Musical design of media advertising]. *ENZH "Mediamuzyka" = ENJ "Mediamusica"*, 2015, no. 4. Available at: [http://mediamusic-journal.com/Issues/4\\_1.html](http://mediamusic-journal.com/Issues/4_1.html)
12. Nesterova N. G., Fashchanova S. V. [Slogan as the motto of a radio station and radio program]. *Sovremennoe informacionnoe prostranstvo: kommunikaciya v reklame i PR. Materialy*

*mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* [Modern information space: communication in advertising and PR. Materials of an international scientific conference]. Sankt-Peterburg, Leningradskij gosudarstvennyj universitet imeni A. S. Pushkina Publ., 2013, pp. 61-68 (In Russ.).

13. Blinkina-Mel'nik M.M. *Reklamnyj tekst: zadachnik dlya kopirajterov* [Advertising text: a task book for copywriters]. Moscow, 2004.

14. Serednyak L. Rol' sloganov v pozicionirovanii brenda [The role of slogans in brand positioning]. *Vestnik MGUP imeni Ivana Fedorova = Bulletin of the Moscow State Unitary Enterprise named after Ivan Fedorov*, 2013, no. 6, pp. 228-231.

15. Boguslavskaya V. V. *Modelirovanie teksta: lingvokul'turnaya koncepciya. Analiz zhurnalistskih tekstov* [Text modeling: a linguocultural concept. Analysis of journalistic texts]. Moscow, 2008.

16. Avtoradio [Autoradio]. Available at: <https://www.avtoradio.ru/station/city/93>

17. Radio Kurs [Radio Course]. Available at: <https://radio-kurs.ru/>

18. Radio Iskatel' [Radio Finder]. Available at: <https://radioiskatel.ru/>

19. Rzhanova S. A., Chatkina M. G. Struktura novostnoj programmy kommercheskoj radiostancii: integraciya v efir "Avtoradio", "Dorozhnoe radio" [The structure of the news program of a commercial radio station: integration into the broadcast of "Autoradio", "Road Radio"]. *Kazanskaya nauka = Kazan Science*, 2016, no. 2, pp. 48-50.

20. Bespalova E. A., Sergeeva A. A. Problemy rechevoj kul'tury na regional'nom radio [Problems of speech culture on regional radio]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 2022, vol. 12, no. 1, pp. 10-19.

### Информация об авторе / Information about the Author

**Беспалова Екатерина Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: [kbespalova@yandex.ru](mailto:kbespalova@yandex.ru), ORCID: 0000-0001-7218-0635, Researcher ID: ABG-7397-2021

**Ekaterina A. Bespalova**, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: [kbespalova@yandex.ru](mailto:kbespalova@yandex.ru), ORCID: 0000-0001-7218-0635, Researcher ID: ABG-7397-2021

Оригинальная статья / Original article

УДК 801.7 + 30.2

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-31-42>



## Образ России в сознании современной молодежи через восприятие слов-стимулов «глобализация» и «культура» (по материалам ассоциативного эксперимента)

Р. В. Попадинец<sup>1</sup>, О. А. Андреева<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: olafranc@yandex.ru

### Резюме

Статья представляет собой комплексный анализ образа России, построенный на основе теоретических изысканий и результатов ассоциативного эксперимента, проведенного с двумя группами испытуемых: основной (17-25 лет) и контрольной (26-50 лет). Целью является исследование восприятия образа России в контексте современной глобализации и смены социокультурной парадигмы. Объектом изучения выступают представители современного поколения российской молодежи. Предметом изучения является образ России, формируемый в сознании современной молодежи под влиянием внешних и внутренних факторов.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения взаимоотношений в триаде человек-культура-глобализация, в которой активная молодежная прослойка занимает важное место, исполняя роль индикатора общественного настроения и детерминанта культурных ценностей. Новизна исследования заключается в рассмотрении образа России через призму восприятия слов-стимулов «глобализация», «культура» по результатам проведенного ассоциативного эксперимента, осуществленного посредством двух методик – свободного ассоциативного эксперимента и направленного ассоциативного эксперимента. Анализ полученных данных осуществляется в рамках междисциплинарного подхода: психолингвистического, лингвофилософского и социологического. Применяется методика герменевтического и сопоставительного анализа слов *image* и *eidōs*. Рассматривается вопрос: что доминирует в языковом сознании представителей современной молодежи относительно образа России: «имидж» как искусственный конструкт, насаждаемый извне, или конструируемый усилиями ума и духа «эйдос»?

По итогам исследования был получен ряд ассоциативных реакций на слова-стимулы, показывающий, что образ России в представлениях основной возрастной группы формируется преимущественно под воздействием внешних факторов, обусловленных современным медиапространством (Интернет, социальные сети), а не в результате внутренних факторов (работа воли, духа и разума).

**Ключевые слова:** образ; Россия; молодёжь; глобализация; культура; ассоциативный эксперимент.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Попадинец Р. В., Андреева О. А. Образ России в сознании современной молодежи через восприятие слов-стимулов «глобализация» и «культура» (по материалам ассоциативного эксперимента) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 31-42. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-31-42>.

Статья поступила в редакцию 10.04.2023

Статья подписана в печать 21.07.2023

Статья опубликована 05.09.2023

# The image of Russia in the Minds of Modern Youth Through the Perception of the Stimulus Words "Globalization", "Culture" (Based on the Materials of an Associative Experiment)

Roman V. Popadinets<sup>1</sup>, Olga A. Andreeva<sup>2</sup> ✉

<sup>1</sup> Southwest State University

50 Let Oktyabrya Str., 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: olafranc@yandex.ru

## Abstract

*The article is a comprehensive analysis of the image of Russia, based on theoretical research and the results of an associative experiment conducted with two groups of subjects: the main (17-25 years old) and control (26-50 years old). The aim is to study the perception of the image of Russia in the context of modern globalization and the change of the socio-cultural paradigm. The object of study is representatives of the modern generation of Russian youth. The subject of the study is the image of Russia formed in the minds of modern youth under the influence of external and internal factors.*

*The relevance of the research is due to the need to study the relationship in the triad of man-culture-globalization, in which an active youth stratum occupies an important place, acting as an indicator of public mood and a determinant of cultural values. The novelty of the research lies in considering the image of Russia through the prism of perception of the words-stimuli "globalization", "culture" according to the results of an associative experiment carried out using two methods – a free associative experiment and a directed associative experiment. The analysis of the obtained data is carried out within the framework of an interdisciplinary approach: psycholinguistic, linguophilosophical and sociological. The method of hermeneutical and comparative analysis of the words image and εἶδος is used. The question is considered: what dominates in the linguistic consciousness of representatives of modern youth regarding the image of Russia: "image" as an artificial construct imposed from the outside, or constructed by the efforts of the mind and spirit of "eidōs"?*

*According to the results of the study, a number of associative reactions to stimulus words were obtained, showing that the image of Russia in the representations of the main age group is formed mainly under the influence of external factors caused by the modern media space (Internet, social networks), and not as a result of internal factors (the work of will, spirit and mind).*

**Keywords:** image; Russia; youth; globalization; culture; associative experiment.

**Conflict of interest:** The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Popadinets R. V., Andreeva O. A. The image of Russia in the Minds of Modern Youth Through the Perception of the Stimulus Words "Globalization", "Culture" (Based on the Materials of an Associative Experiment). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 31–42 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-31-42>.

Received 10.04.2023

Accepted 21.07.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

## Введение

Вопрос формирования и трансформации образа России в сознании современной молодёжи является особенно актуальным и приобретает особое значение в сложившихся условиях глобализации. Современная цивилизация характеризуется новым типом взаимоотношения че-

ловека и общества. Экспликация сути и характера формирования образа России строится на его детерминации с древности до современности [1, с. 33-38]. Для представителя молодого поколения внутри страны, нуждающегося в социокультурном пространстве для реализации своих духовных усилий и запросов о ду-

ховных истоках, необходимо понимание и осознание образа своей страны для дальнейших действий в сфере культурной политики, построения общественных взаимоотношений и реализации общечеловеческих ценностей. Постоянная трансформация образа своей страны в сознании современной молодёжи проистекает из свойственной человеку (в особенности молодому и образованному) способности меняться самому и менять внешний мир, что свидетельствует о рефлексивном поиске в процессе получения «духовно-практического опыта соответственно идее Добра, Блага, Истины» [1, с. 34].

Рассмотрение проблемы происхождения названия «Россия» М. Я. Сюзюмовым [2, с.121-123], А. В. Назаренко, носящей историко-лингвистический характер, способствует лучшему пониманию образа России [3, с.11-50]. Современные авторы, занимающиеся семиотико-герменевтическим анализом образа России – С. А. Гончаров, О. М. Гончарова, Н. Н. Королева, Ю. Л. Проект и др. [4, с. 1359]. О формировании образа страны под влиянием современных СМИ речь идет в работах А. В. Анненковой, Е. А. Таныгиной [5, с. 28-41]. Применяя методику свободного ассоциативного эксперимента, Р.В. Попадинец и А.В. Сороколетова с позиций социологии и психолингвистики проводят исследование особенностей трансформации образа России в сознании современной молодежи, произошедшей в последние 20 лет через призму восприятия слов-названий ряда стран и территорий («США», «Россия», «Китай», «Украина», «Крым»), объектов («Кремль», «Белый дом»), имен личностей («Путин») [6, с.70-76]. Следует сказать, что в современной психологии и психолингвистике ассоциативный эксперимент является одним из основных методов доступа к сознанию и неосознаваемым процессам мышления. Он также является наиболее разработанной психолингвистической методикой и активно применяется российскими авторами А. В. Анненковой [5,

р. 00004], Е. А. Таныгиной [7, р. 00117], О. С. Зубковой [8, р. 189-202]. Е. Н. Гуц определяет ассоциативный эксперимент как «прием, направленный на выявление ассоциаций, сложившихся у индивида в его предшествующем опыте» [9, с. 38]. При выборе методики решения задач подразумевалась опора на теорию единой информационной базы и концепции лексикона человека как динамической, функциональной системы. Данная концепция была разработана А.А. Залевской [10, с. 434].

В процессе теоретико-практических изысканий предполагается решение следующих задач: 1) представить методику исследования и определить основные акценты для обсуждения, основываясь на оценке теоретико-экспериментального задела; 2) в ходе ассоциативного эксперимента выявить реакции на слова стимулы «глобализация» и «культура»; 3) на основе полученных материалов проанализировать представления современной российской молодежи об образе России; 4) описать модель образа России в сознании современной российской молодежи в соответствии с понятиями «эйдос» и «имидж».

## Методы исследования

Применение метода свободных ассоциаций всегда подразумевает риск получения на выходе штампов и стереотипных суждений, сформированных под влиянием СМИ и современного медиа пространства. В таких случаях формируемый образ России представляет собой «комплексный феномен, который необходимо рассматривать с разных сторон» [11, с. 28].

Методика направленного ассоциативного эксперимента используется с целью получения эмпирических данных о знаниях, духовных предпочтениях, ценностно-культурных установках и ориентированности в социальных феноменах. Респондентам предоставлялся бланк с предложениями, которые следовало за-

кончить: «В современном мире Россия...» и «*Культурные ценности современной молодежи...*». Впоследствии осуществлялось сравнение полученных результатов с данными по первому эксперименту с целью выявления тенденций в динамике цивилизационной проекции образа России в сознании представителей современной молодежи.

Комплексная методика, используемая в экспериментальной части исследования, призвана направлять сознание опрашиваемых групп респондентов в область цивилизационных аспектов и активировать их личностное восприятие.

Применение ассоциативных методик вызвано необходимостью обращения к живому носителю языка, обладающему совокупностью знаний и представлений и готовому реагировать на предъявляемые слова-стимулы.

В соответствии с концепцией А. А. Залевской, слово рассматривается в качестве средства доступа к единой информационной базе человека [10, с. 434]. Согласно теории единой информационной базы «слово с позиций индивидуального знания требует последовательного учета основополагающих особенностей функционирования последнего как продукта постоянного взаимодействия многих психических процессов с поиском путей обнаружения глубинных механизмов функционирования слова и стоящих за словом у индивида перцептивно-когнитивно-аффективных образований (концептов)...» [10, с. 431].

То есть слово как единица лексикона, по сути, является средством доступа к единой информационной базе человека, содержащей набор эмоционально окрашенных языковых и энциклопедических знаний, определенных нормами сообщества, к которому принадлежит человек. Слово активирует в сознании индивидуальный участок опыта как целостное чувственно-когнитивно-аффективное образование.

Стимулы, предъявляемые в данных исследованиях, предположительно актуализируют при их идентификации респондентами определенный специфический контекст знаний, что позволит определить особенности возможной трансформации образа России и картины мира в условиях современной глобализации.

Междисциплинарный подход рассмотрения образа России с древности до современности позволяет исследовать его соответственно лингвофилософскому разделению понятий «эйдос» (греч. образ - εἶδος (эйдос), ἰδέα (идея), работу над которым необходимо совершить, давая тем самым новое качество существования) и «имидж» (англ. image – the general impression of...) [1, с. 36], представляющих собой антиномию естественного и искусственного, уходящую своими истоками в древность и еще не получившую разрешения ни в современной цивилизации в целом, ни в российской реальности. Таким образом, проблема исследования сводится к вопрошанию: какая модель будет преобладать в сознании представителей современной молодежи в отношении образа России: имидж как искусственный конструкт, навязываемый извне, или конструируемый усилиями ума и духа «эйдос»?

## Результаты и обсуждение

### Обсуждение результатов свободного ассоциативного эксперимента

В результате экспериментального исследования были получены ассоциативные поля по словам-стимулам «культура» и «глобализация», на основе которых были составлены четыре диаграммы (рис. 1-4). Диаграммы расположены парно, представляя основную и контрольную группы для сопоставления частотных реакций по каждому слову-стимулу (*по тексту настоящей статьи сохранена орфография и пунктуация в ответах респондентов*).

По стимулу Глобализация (рис. 1-2) от опрашиваемых респондентов основ-

ной группы были получены следующие наиболее частотные реакции: *расширение* (62%), *объединение* (19%), *мир* (12%) и *Россия* (7%). Контрольная группа в свою очередь дала следующие наиболее ча-

стотные ответы – *единство* (24%), *масштабность* (18%), *Интернет* (14%), *всемирная экономика* (12%), *мир* (10%), *проблемы* (9%), *будущее* (8%), *интеграция* (5%).



**Рис. 1.** Реакции на слово-стимул «Глобализация» основной группы (17-25 лет)

**Fig. 1.** Reactions to the stimulus word «Globalization» of the main group (aged 17 to 25 years)



**Рис. 2.** Реакции на слово-стимул «Глобализация» контрольной группы (26-50 лет)

**Fig. 2.** Reactions to the stimulus word «Globalization» of the control group (aged 26 to 50 years)

В первую очередь, следует отметить, что реакции контрольной группы на стимул *глобализация* отличаются большим разнообразием языковых средств: употребление не только имен существительных, но и других частей речи, богаче лексический набор, есть компонент прогностического восприятия будущего, ассо-

циативный ряд шире, что может свидетельствовать о преимуществе возраста, жизненного опыта, более зрелого мировоззрения, способности мыслить глубже. Реакции же основной группы достаточно обобщены и абстрактны, в них преимущественно преобладают абстрактные су-

ществительные, кроме наименее частотной реакции *Россия*.

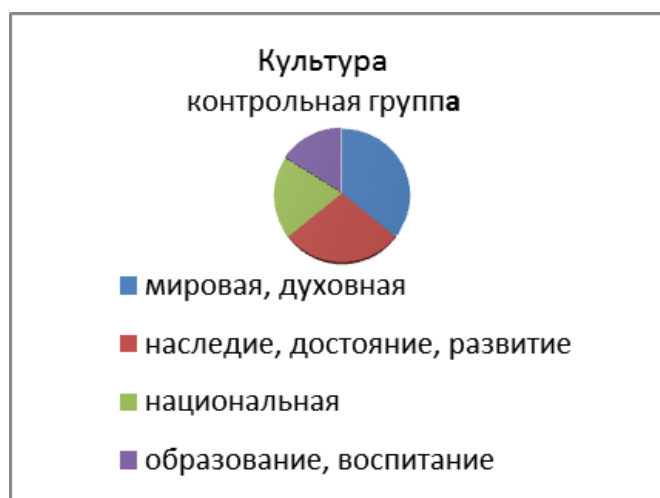
И наконец, наиболее частотные ассоциации по стимулу *Культура* (рис. 3-4) у основной и контрольной групп получились следующие: основная группа: *искусство, театр* (33%), *ценности* (28%), *традиции* (22%), *физическая* (17%). Контрольная группа по стимулу *Культура* показывает следующие результаты: *мировая, духовная* (36%), *наследие, достояние* (28%), *национальная* (20%), *образование, воспитание* (16%).

Можно предположить, что понимание культуры основной группой имеет несколько примитивный и поверхностный характер, связанный, в частности, с учреждениями искусства, самим понятием «искусство», тогда как представления контрольной группы отличаются более обширными языковыми средствами и могли бы помочь эксплицировать сферу культуры как пространство осуществления сознательного духовно-творческого развития, воспитания и самопознания человека, связующее звено с родной национальной культурой.



**Рис. 3.** Реакции на слово-стимул «Культура» основной группы (17-25 лет)

**Fig. 3.** Reactions to the stimulus word «Culture» of the main group (aged 17 to 25 years)



**Рис. 4.** Реакции на слово-стимул «Культура» контрольной группы (26-50 лет)

**Fig. 4.** Reactions to the stimulus word «Culture» of the control group (aged 26 to 50 years)

### Обсуждение результатов направленно-го ассоциативного эксперимента

Для проверки предварительных суждений относительно восприятия образа России современной молодежью и для получения дополнительных результатов была применена методика направленного ассоциативного эксперимента, описанная выше. В данной части исследования респондентам предлагалось закончить предложение: «В современном мире Россия ...». Анализ выбора респондентами основной возрастной группы варианта окончания предложения «В современном мире Россия ...» позволяет выявить два крупных направления реакций в отношении проекции образа России: 1) положительные реакции, в которых образу России отводится ведущее/лидирующее место в мире и в целом доминируют эмоциональные оценки со знаком плюс; 2) отрицательные реакции, содержащие мнения о небезопасной ситуации, отставании, слабости и прочих негативных факторах.

В целом 60% опрошенных респондентов основной группы ответили лексическими средствами с мелиоративной окраской. В языковой форме положительные реакции участников основной группы выражены клишированными словосочетаниями, часто фигурирующими в СМИ: «мировая держава», «крупнейшая федерация», «ведущая держава», «страна возможностей», «самая могучая», «многонациональная», «крупнейшее государство», «военная мощь», «великая страна», «правовое государство», «достойный партнер», «встает с колен», «влиятельная» и т.д. и т.п.

Часть респондентов основной группы ограничились индивидуальным словарным запасом, не используя штампы: «самая лучшая», «важная страна», «на первом месте», «полна преимуществ», «является державой», «самая большая», «крепкая страна», «крутая», «повысила свой авторитет», «огромная» и т.д.

При этом 40% респондентов основной группы дали ответы с пейоративной оценкой. В данном случае можно предположить, что языковые средства, передающие негативные реакции, обусловлены скорее просматриванием Интернет-источников и представлены не всегда стилистически красивыми и приемлемыми формами: «на дне», «выживает», «ужасает», «отстает», «агрессор», «догоняющая страна», «полу адекватная», «ничего не значит», «боль», «в застое», «стагнирует» и т.д. и т.п.

В отличие от основной группы респондентов, предложения, построенные представителями контрольной группы, простые и распространенные, содержат больше определений, например, «достаточно сильное государство», «важный игрок на мировой арене», «оплот традиционных ценностей», «занимает значимое место», «является мировой державой» и многие другие. В совокупности количество положительных реакций, данных контрольной группой, составляет 82%. Стоит также отметить, что контрольная группа более осторожна в выборе средств негативной оценки. В процентном соотношении количество реакций, содержащих пейоративную оценку, значительно меньше в отличие от основной группы и составляет порядка 18%.

Также респондентам основной и контрольной групп предлагалось завершить предложение «*Культурные ценности современной молодежи...*». Характер ответов продемонстрировал наиболее неоднозначную и противоречивую картину. Ответы контрольной группы респондентов можно свести к двум большим направлениям: немногочисленные ответы, объединяющие нейтральные оценки и мнения и наиболее многочисленное направление ответов, выражающих в разной степени отрицательные суждения, оценки и пессимистично настроенные отклики. В первую очередь, стоит выделить второе из упомянутых направлений, где более зрелые респонденты отрицательно

характеризуют культурные ценности современной молодежи (93% от общего количества ответов контрольной группы). Наиболее частотные реакции здесь подчеркивают факт отсутствия ценностей (*отсутствуют, их нет*). Второе место по частотности занимают реакции, выражающие отрицательные мнения, суждения, сожаление (*оставляют желать лучшего, нужно развивать, довольно размытые, формируются в основном во всемирной сети, вызывают печаль, очень слабые, низменные, приводят её к упадку, очень испорчены, слабеют, в большей степени деградируют, пустые, потеряны, заключаются в том, чтобы сиять сильнее окружающих. Не важно как, не важно чем. Молодежь разная. Жаль, что им навязывают разврат и разложение. Но и это возможно преодолеть. Должны воспитываться и культивироваться*). Стоит упомянуть в составе ответов упоминание фамилий ряда современных личностей, которыми было завершено предложение «Культурные ценности современной молодежи...», например, (*Моргенштерн, Бузова*). Совокупность нейтральных реакций, данных контрольной группой, немногочисленна (порядка 5%), например, *различны, разнообразны как во все времена, отвечают современности, связаны с современными тенденциями, определяются средой, зависят от СМИ, охватывают интернет, коммуникативные навыки общения, вызывают интерес и др.*).

Характер ответов основной группы респондентов (17-25 лет) в отношении завершения предложения «Культурные ценности современной молодежи...» представляется очень мозаичным и разнообразным. В них можно выделить несколько групп ответов: на первом месте находится совокупность ответов, акцентирующих внимание на материальном аспекте в отношении культурных ценностей. Характерные ответы здесь: *деньги; достаток; материальные; успешная ка-*

*рьера; деньги, слава и власть; деньги и авторитет; деньги, не хочется жить в нищете; заработать деньги на будущее; и др.* Вторым актуальным аспектом для основной группы оказывается тема развлекательных, чувственных и вредных увлечений: *секс, рок-н-рол; наркотики; рейвы, водка и айти; сигареты, алкоголь; бухать, курить; пьянки, реп и наркотики; музыка и наркотики; пиво; общение и развлечение; приятное времяпрепровождение и т.п.* Еще одной актуальной темой, объединяющей ответы респондентов, является мода и красота. Здесь можно привести следующие ответы: *красота; мода; внешний вид; одежда; попа и грудь и др.* Четвертая группа ответов охватывает разнородные объекты и понятия, которые, очевидно представляются значимыми в глазах основной группы опрошенных респондентов, например, *интернет; гаджеты; телефоны; автомобили; артисты; СМИ; айфон; тикток; спиннер; симпл димпл; театры, музеи; памятники; рэпчик; аниме и т.д. и т.п.* Можно сказать, что ответы основной группы, обсужденные выше, по все видимости отражают культурные и морально-ценностные ориентиры представителей современной молодежи и обусловлены влиянием современной медиакультуры, в частности, Интернета, социальными сетями и пр. Также, частично, они могут объясняться так называемым клиповым характером мышления современной молодежи, для которого свойственна фрагментированность восприятия информации в информационно-перенасыщенном современном мире.

Оценка ответов основной группы, приведенных выше, коррелирует с идеей «антропологической катастрофы» М. К. Мамардашвили, заключающейся в ослаблении принципа «*cogito ergo sum*», в снижающейся способности «живого сознания» и возрастающей способности людей потреблять [12, с. 19].

## Выводы

Анализ экспериментальных данных, полученных от двух групп респондентов, основной и контрольной, позволяет сделать определенные выводы в контексте целей настоящего исследования.

Анализ ответов по двум группам респондентов, участвующих в свободном ассоциативном эксперименте, обсуждённом выше, позволяет предположить, что опрошенные из контрольной группы (26-50 лет) мыслят глубже и шире, их модель образа России менее зависима от стереотипов, строится больше на внутренних представлениях и личном мировоззрении. Их образ России и картина мира в целом более индивидуальны и четки, в отличие от основной группы респондентов (17-25 лет), для которых образ России сводится к набору типичных качеств, взятых из определения того или иного понятия. Для более молодой группы опрошенных образ России ассоциируется с государством, состоящим из групп, людей. Глобализацию они связывают с понятием «растширение», а культуру с общим понятием «искусство» и театром. Можно сказать, что в отличие от более зрелой контрольной группы их представления о России и мире в целом более примитивны и поверхностны и характеризуются большей шаблонностью, что связано с влиянием современного медиапространства. В этом состоит особенность понимания модели образа России у представителей молодежи ниже 26-летнего возрастного порога.

Результаты направленного ассоциативного эксперимента с основной и контрольной группами показывают достаточно противоречивую картину. Культурные и морально-ценностные ориентиры представителей основной группы респондентов (17-25 лет) акцентированы на идее потребления с преобладающим желанием быть богатым и получать удовольствия, и также в большей степени

они обусловлены влиянием современной медиакультуры. В целом для основной группы образ России оказывается детерминированным извне и поверхностным, а понимание культурных ценностей характеризуется мозаичностью, фрагментарностью и лишено духовно-творческого начала. Можно сказать, что образ России в сознании основной возрастной группы, складывается скорее под воздействием внешних факторов, чем в результате внутренней рефлексии, то есть соответственно глобализованному понятию «имидж». Данные, полученные от контрольной группы (26-50 лет), показывают иную картину: образ России оказывается для них цельным, многоаспектным и в большей степени положительным, а суждения о культурных ценностях современной молодежи резко отрицательными. Можно предположить, что подобные реакции у респондентов контрольной группы связаны с наличием большего жизненного опыта и способностью сопоставлять временные эпохи (многие представители контрольной группы выросли в позднесоветскую эпоху).

Поскольку моральные причины (воспитание, образование), согласно Монте-ссье, относящиеся к стихии культуры, определяют развитие образа государства, необходимо выстраивать целенаправленную работу с современной молодежью таким образом, чтобы предоставить ей необходимое социокультурное пространство, дающее возможность для целесообразного духовного-творческого развития и формирования внутренних ориентиров сообразно образу-эйдос. Это необходимо осуществлять в гармоничной и разумной пропорции, избегая двух крайностей: излишнее навязывание и равнодушное попустительство. Однозначным является факт осознания современной молодежью необходимости осуществления большой духовно-нравственной работы с целью создания комфортных условий для со-

временного «развитого», «свободного», «цивилизованного» общества в пространстве российского государства, масштабы, могущество и потенциал которого позволяют, не нарушая гармонию внешнего и внутреннего, осознать меру овладения человеком самим собой и достигнуть высокого уровня бытия.

Полученные результаты дополняют понимание сути и характера формирования образа России у современной молодежи. На формирование истинного образа того или иного государства в сознании

индивида в большей степени влияет искусственно формируемый под влиянием множества внешних факторов «имидж». Во избежание опасности попасть в чрезмерную зависимость от корыстных установок и социальных установлений, необходимо постоянное осуществление, особенно молодежью духовно-нравственной рефлексии над существующей реальностью в современном мире, понимание и размышление над факторами своего бытия в мире и своей роли как гражданина государства.

### Список литературы

1. Андреева О. А. Левина Л. В. Детерминация образа России с древности до современности: лингвофилософский подход // Общество: философия, история, культура. 2021. № 9(89). С. 33-38. <https://doi.org/10.24158/fik.2021.9.5>.
2. Сюзюмов М. Я. К вопросу о происхождении слова «Ρῶς», «Ρωσία», Россия // Вестник древней истории. 1940. Т. 2 (11). С. 121–123.
3. Назаренко А. В. Глава I. Имя «Русь» в древнейшей западноевропейской языковой традиции (IX–XII века) // Древняя Русь на международных путях: Междисциплинарные очерки культурных, торговых, политических связей IX–XII вв. М., 2001. С. 11–50.
4. Методология семиотико-герменевтического анализа мифологизированного образа России / С. А. Гончаров, О. М. Гончарова, Н. Н. Королева [и др.] // Письма в Эмиссия. Оффлайн. 2009. № 10. С.1359
5. Annenkova A. V. Some Results of Psycholinguistic Research of Polycode Advertising Texts: Gender Factor Influence // SHS Web of Conferences: The conference proceedings, Volgograd, 23–28 апреля 2019 года. Volgograd: EDP Sciences. 2019. P. 00004. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900004>.
6. Попадинец Р. В., Сороколетова А. В. Особенности трансформации образа России в сознании современной молодежи // Теория и практика общественного развития. 2021. № 10(164). С. 70-76. <https://doi.org/10.24158/tipor.2021.10.9>.
7. Tanygina E. A. The Inner Image of Russian Color Term Черный (Black) (Experimental Study) // SHS Web of Conferences : The conference proceedings, Volgograd, 23–28 апреля 2019 года. Volgograd: EDP Sciences, 2019. P. 00117. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900117>.
8. Zubkova O. S. Annenkova A. V. Perception Peculiarities of Image Advertising Polycode Texts (Some Results of Experimental Research) // Modern Journal of Language Teaching Methods. 2017. Vol. 7. No 8. Pp. 189-202.
9. Гуц Е. Н. Психолингвистическое исследование языкового сознания подростка. Омск: Вариант-Омск, 2005. 260 с.
10. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. Москва: Гнозис, 2005. 543 с.

11. Анненкова А. В., Таныгина Е. А. Образ России в современных СМИ (на примере материалов русскоязычных новостных онлайн-агрегаторов) // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 9(98). С. 26-31. <https://doi.org/10.24158/pep.2021.9.4>.
12. Мамардашвили М. К. Сознание и цивилизация. М.: Логос, 2004. С. 272.

## References

1. Andreeva O. A., Levina L. V. Determinaciya obraza Rossii s drevnosti do sovremennosti lingvofilosofskij podhod [Determination of the image of Russia from ancient to modern time: linguo-philosophical approach]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura = Society: Philosophy, History, Culture*, 2021, no. 9, pp. 33–38. <https://doi.org/10.24158/fik.2021.9.5>.
2. Suzumov M. Ya . K voprosu o proiskhozhdenii slova "Ρῶς", "Ρωσία", Rossiya [On the question of the origin of the word "Ρῶς", "Ρωσία", Russia]. *Vestnik drevnej istorii= Bulletin of Ancient History*, 1940, vol. 2 (11), pp. 121–123.
3. Nazarenko A.V. [Chapter I. The name "Rus" in the oldest Western European language tradition (IX–XII centuries)]. *Drevnyaya Rrus na mezhdunarodnyh putyah mezhdisciplinarnye ocherki kulturnyh torgovyh politicheskikh svyazey IX-XII vv* [Ancient Russia on International Routes: Interdisciplinary Essays on Cultural, Trade, and Political Ties of the IX–XII centuries]. Moscow, 2001, pp. 11–50 (In Russ.).
4. Goncharov S. A., Goncharova O. M., Koroleva N. N., eds. Metodologiya semiotiko germenevticheskogo analiza mifologizirovannogo obraza Rossii [Methodology of semiotic-hermeneutic analysis of the mythologized image of Russia]. *Pisma v ehmissiya. Offlajn = Letters to the Issue. Offline*, 2009, no. 10. P. 1359.
5. Annenkova A. V. Some Results of Psycholinguistic Research of Polycode Advertising Texts: Gender Factor Influence. *SHS Web of Conferences: The conference proceedings*. Volgograd, EDP Sciences, 2019. P. 00004. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900004>.
6. Popadinets R. V., Sorokoletova A.V. Osobennosti transformacii obraza rossii v soznanii sovremennoj molodezhi [Features of the transformation of the image of Russia in the minds of modern youth]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya= Theory and practice of social development*, 2021, no. 10(164), pp. 70-76. <https://doi.org/10.24158/tipor.2021.10.9>.
7. Tanygina E. A. The Inner Image of Russian Color Term Черный (Black) (Experimental Study). *SHS Web of Conferences : The conference proceedings*. Volgograd, EDP Sciences, 2019. P. 00117. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900117>.
8. Zubkova O. S., Annenkova A. V. Perception Peculiarities of Image Advertising Polycode Texts (Some Results of Experimental Research). *Modern Journal of Language Teaching Methods*, 2017, vol. 7, no 8, pp. 189-202.
9. Guc E. N. *Psiholingvisticheskoe issledovanie yazykovogo soznaniya podrostka* [Psycholinguistic study of the language consciousness of a teenager]. Omsk, 2005, 260 p.
10. Zalevskaya A. A. *Psiholingvisticheskie issledovaniya slovo tekst: izbrannye trudy* [Psycholinguistic research. Word. Text: Selected works]. Moscow, 2005, 543 p.
11. Annenkova A.V. Obraz Rossii v sovremennyh smi na primere materialov russko-yazychnyh novostnyh onlajn agregatorov [The image of Russia in modern media (based on the materials of Russian-language online news aggregators)]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo = Society: Politics, Economics, Law*, 2021, no. 9(98), pp. 26-31. <https://doi.org/10.24158/pep.2021.9.4>.

12. Mamardashvili M. K. *Soznanie i civilizaciya* [Consciousness and civilization]. Moscow, Logos Publ., 2004. 272 p.

### Информация об авторах / Information about the Authors

**Попадинец Роман Васильевич**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: ovva093@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2038-9394

**Roman V. Popadinets**, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: ovva093@gmail.com, ORCHID: 0000-0003-2038-9394

**Андреева Ольга Александровна**, кандидат философских наук, доцент кафедры иностранных языков, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: olafranc@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-6117-8895

**Olga A. Andreeva**, Candidate of Sciences (Philosophical) Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: olafranc@yandex.ru, ORCHID: 0000-0002-6117-8895

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81'23

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-43-54>

## Реализация прецедентности в текстах современной испанской публицистики

С. А. Алдошина<sup>1,2</sup> ✉

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

<sup>2</sup>Московский государственный лингвистический университет  
ул. Остоженка, д. 38, г. Москва 119034, Российская Федерация

✉ e-mail: sofia\_aldoschina@mail.ru

### Резюме

Актуальность данной статьи обусловлена необходимостью определить динамику характера использования прецедентных единиц как показателя уровня языковой компетенции в современной испанской публицистике.

Цель работы: выявление факторов, влияющих на употребление прецедентных единиц, и некоторых тенденций в динамике их содержания в современной испанской публицистике.

Объектом исследования выступают прецедентные единицы, предметом – их языковая реализация в современной испанской прессе. В задачи исследования входят анализ репрезентации прецедентных единиц в современной публицистике, определение их содержания и характера функционирования в данной области.

В ходе исследования применялись методы наблюдения, дефиниционного, количественного, контекстуального, компонентного и дискурс-анализа. Работа проводилась с опорой на *Diccionario de dichos y frases hechas* / словарь поговорок и устойчивых выражений Альберто Буитраго, для отслеживания частотности употребления прецедентных единиц использовался Корпус испанского языка XXI века (CORPES XXI).

В работе отмечена тенденция к изменению значений прецедентных единиц в современной испанской публицистике. При актуализации культурного содержания, представленного в совокупности прецедентных единиц испанской лингвокультуры, авторы статей используют их преимущественно в качестве элементов заголовков, привлекающих внимание читателей, при этом в самом тексте значение данной единицы, как правило, сопровождается пояснением, что говорит о начавшемся процессе деактуализации данного выражения. Любой, даже минимальный, сдвиг в ценностной парадигме приводит к изменению содержания прецедентной единицы, потере связи с ее изначальным содержанием и даже со временем к полной деактуализации значения.

**Ключевые слова:** испанский язык; прецедентность; тенденции изменения семантики; публицистика; СМИ.

**Конфликт интересов:** Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Алдошина С. А. Реализация прецедентности в текстах современной испанской публицистики // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 43-54. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-43-54>.

Статья поступила в редакцию 07.03.2023    Статья подписана в печать 06.04.2023

Статья опубликована 05.09.2023

## Precedence in Modern Spanish Journalism

Sofiia A. Aldoshina<sup>1,2</sup> ✉

<sup>1</sup> Southwest State University  
50 Let Oktyabrya Str., 94, Kursk 305040, Russian Federation

<sup>2</sup> Moscow State Linguistic University  
38, Ostozhenka Str., Moscow 119034, Russian Federation

✉ e-mail: sofia\_aldoshina@mail.ru

### Abstract

*The relevance of this article is due to the need to track the dynamics of the nature of the use of precedent units as an indicator of the level of linguistic competence in modern Spanish journalism.*

*The purpose of the study is to identify the factors influencing the use of precedent units and trends in the dynamics of their content in modern Spanish journalism.*

*The object of the study is precedent units, and the subject is their linguistic implementation in the modern Spanish press. The objectives of the study include the analysis of the representation of precedent units in modern media texts based on the study of stylistic characteristics, the definition of their content and the nature of their functioning in journalism.*

*Any, even very minimal, shift in the value paradigm leads to a change in the content of the precedent unit, connections with its original content are lost and a complete deactualization of meaning may even occur. In the course of the study, methods of observation, definitional, quantitative, contextual, component and discourse analysis were used. The study was carried out based on *Diccionario de dichos y frases hechas* / "Dictionary of sayings and stable expressions" by Alberto Buitrago, the *Corpus of the Spanish language of the XXI century (CORPES XXI)* was used to track the frequency of use of precedent units.*

*The article defines the tendency to change the content of precedent units in Spanish journalism. When updating the cultural content presented in the set of precedent units of Spanish linguoculture, the authors mainly use them as elements of headings that attract the reader's attention, while in the text of the article they often explain the meaning of this unit, which indicates the possible deactualization of this expression in the future.*

**Keywords:** Spanish language; precedence; trends in semantic change; journalism; mass media

**Conflict of interest:** The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Aldoshina S. A. Precedence in Modern Spanish Journalism. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 43–54 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-43-54>.

Received 07.03.2023

Accepted 06.04.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

В испанском языке существует выражение, которое известно и во многих других языках: *el cuarto poder* буквально «четвертая власть». Так называют прессу, которая по своему влиянию на общество сопоставима с тремя основными ветвями власти правового государства: законодательной, исполнительной и судебной. Считается, что впервые это выражение было употреблено британским политическим деятелем Эдмундом Берком в выступлении в Палате общин в 1787 году.

Согласно другой версии, ее авторство принадлежит журналисту, политику и историку первой половины XIX века Томасу Бэнингтону Маколею. К этому же времени относится и знаменитая фраза Оноре де Бальзака: «Пресса во Франции является четвертой властью в государстве» [1].

СМИ создают своеобразную коммуникативную связь между внешним миром и адресатом, поэтому для журналиста важно использовать эффективные методы и способы донесения информации до

широкой аудитории. Для достижения прагматического эффекта тексты статей должны быть понятны представителям различных социальных слоев, и, как следствие, максимально приближены к устной речи, поэтому в публицистике широко распространено употребление слов и выражений из разных стилей языка: от научных терминов до разговорных выражений. При этом важно отметить роль использования прецедентных единиц как одного из основных средств оказания эмоционального воздействия на аудиторию.

В последнее время становится все более очевидным, что «СМИ не занимается пропагандой тысячелетнего уникального опыта наших предков, выработавших свое миропонимание и мировосприятие, свои нравственные и духовные ценности» [2, с. 511]. Из-за изменений в ценностной парадигме меняется и смысл, который несут в себе прецедентные единицы, теряются связи с их исконным содержанием. Возможна даже полная деактуализация значения, что может серьезно повлиять на общественное сознание.

В языке СМИ наиболее ярко проявляется не только информативная, но и персуазивная функции текста. Издания борются за внимание аудитории, постоянно отыскивая новые экспрессивные и эмоционально-оценочные языковые средства. По этой причине широкое распространение получило использование прецедентных единиц, которые с помощью аллюзии привлекают внимание к культурному контексту, актуализируя таким образом смысловые связи как внутри текста, так и с другими текстами, однако в настоящее время наблюдается тенденция к постепенному «стиранию» культурного содержания прецедентных единиц. Присутствие в публикации прецедентных единиц не просто усиливает выразительность, но и отсылает к особым ценностным концептам, свойственным всем представителям данной культуры. В таком случае прецедентные единицы представляются в тексте в качестве важ-

нейшего средства экспликации ценностной картины мира.

### Материалы и методы

Источником эмпирического материала работы послужили тексты современных испанских газет и лексикографические источники: *Diccionario de dichos y frases hechas* / словарь поговорок и устойчивых выражений Альберто Буитра-го с использованием Корпуса испанского языка XXI века (CORPES XXI). В ходе исследования применялись методы наблюдения, количественного и контекстуального анализа, компонентный анализ семантики прецедентных единиц на основе информации из лексикографических источников, дискурс-анализ прецедентных единиц с учетом экстралингвистического измерения речевого взаимодействия.

### Результаты и обсуждение

В отечественном языкознании с середины восьмидесятых годов двадцатого века ведутся обсуждения особенностей репрезентации прецедентности, которая рассматривается как «универсальная функциональная категория, отражающая функционирование познавательной модели, способной формировать динамичные системы смыслов, организуемых некоторой смысловой доминантой в зависимости от условий и цели речевой деятельности» [3, с. 62].

Репрезентация текста как культурного объекта в другом тексте является частным случаем проблемы представления культуры в языке. Традиция решения этого вопроса восходит к концепции М.М. Бахтина, акцентирующей диалогические отношения текстов, принципиально отличные от иных лингвистических отношений. «Внутри отдельного высказывания смысловые связи носят предметно-логический характер, но смысловые связи между высказываниями приобретают диалогический оттенок. “Смыслы

разделены между разными голосами”» [3, с. 100].

Под прецедентным текстом, вслед за Ю.Н. Карауловым, мы понимаем тексты, являющиеся «значимыми для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющими сверхличностный характер, т. е. хорошо известными и широкому окружению данной личности, включая её предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [4, с. 216]. К прецедентным текстам поначалу относили названия произведений литературы и цитаты из известных книг, а в дальнейшем стали причислять пословицы, поговорки и шире – акты говорения. Ю.Н. Караулов выделил четыре типа прецедентных текстов: цитата, имя автора, имя персонажа и название произведения.

Изначально предполагалось, что прецедентный текст относится исключительно к произведениям художественной литературы, однако позднее появилось более развернутое определение – прецедентный феномен, вбирающий в себя известные всему социуму явления не только национальной, но и мировой культуры, закрепившиеся в сознании всех носителей языка.

Рамки прецедентности все еще точно не определены. Прецедентные феномены восходят к особо значимым для того или иного народа произведениям литературы, вбирающим в себя особенности его культуры, а, значит, историческую память и опыт, поэтому обычно в данную категорию входят названия произведений художественной литературы, имена авторов и литературных персонажей, названия кинофильмов, радио- и телепередач, цитаты, крылатые слова или афоризмы.

Типология прецедентных феноменов является самым разработанным аспектом в теории прецедентности.

Традиционную типологизацию на основании видовой принадлежности прецедентных феноменов предложили Д.Б. Гудков и В.В. Красных [5, 6, 7], выделив четыре вида: прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентное имя и прецедентная ситуация.

Рассмотрим тенденции реализации культурного содержания с помощью прецедентных единиц в современной испанской публицистике. В Испании эта тема разработана недостаточно, прецедентные единицы рассматриваются не как отдельная область исследования, а как часть фразеологии.

Так, например, фразу *al buen callar llaman Sancho* «того, кто умеет молчать, зовут Санчо» обычно используют, когда хотят похвалить человека, достоинством которого является умение проявить сдержанность в нужный момент, вовремя промолчать [8, с. 44–45]: *Al buen callar llaman Sancho. En política son más importantes los silencios que el hablar sin medida. La locuacidad ha condenado a la cúpula institucional del PP* [9]/ Молчание – добродетель. В политике молчание важнее, чем разговоры без меры. Болтливость сгубила институциональное руководство Народной партии (здесь и далее перевод наш. – С.А.).

Многие прецедентные тексты, присутствующие сегодня в испанской публицистике, восходят к всемирно известным произведениям национальной литературы, но герой данной поговорки не имеет ничего общего со всем известным Санчо Панса из произведения Мигеля Сервантеса, как кажется многим испанцам на первый взгляд. Книга «Хитроумный идальго Дон Кихот Ламанчский», изначально задуманная как пародия на рыцарский роман, смогла стать квинтэссенцией всего испанского и неспроста по сей день остается самой читаемой после Библии. Это произведение из числа наиболее важных источников прецедентных высказываний и выражений в испанской культуре. Но многие из них и сами в

свою очередь являются отсылками к более ранним источникам, как и приведенное выше выражение, выступающее уже у Сервантеса как прецедентная единица:

— Por Dios, señor nuestro amo — replicó Sancho —, que vuesa merced se queja de bien pocas cosas. ¿A qué diablos se pudre de que yo me sirva de mi hacienda, que ninguna otra tengo, ni otro caudal alguno, sino refranes y más refranes? Y ahora se me ofrecen cuatro que venían aquí pintiparados, o como peras en tabaque, pero no los diré, porque al buen callar llaman Sancho (здесь и далее выделено мной — С.А.).

— Ese Sancho no eres tú — dijo don Quijote —, porque no solo no eres buen callar, sino mal hablar y mal porfiar... [10] /

— Ей богу, сеньор, — ответил Санчо, — ваша милость сердится понапрасну. И какого чёрта вам не можется от того, что я пользуюсь собственным достоянием? Ведь никакого другого капитала у меня нет, как только пословицы да еще раз пословицы; вот и в эту минуту лезет мне в голову еще их несколько штук, и все такие подходящие, ладные — ну, прямо, как груши в корзине; однако я их не скажу, ибо: «кто в жизни молчальник, — тот Санчо».

— Далеко тебе до этого Санчо, — сказал дон Кихот, — ибо ты не только не молчальник, но постоянно точишь лясы, невзирая ни на какие просьбы... (перевод под ред. Б. Кржевского и А. Смирнова) [11, с. 511].

Некоторые исследователи полагают, что само имя происходит от латинского слова *sancto* / «святой», а Санчо — это описка в древнем тексте. Фраза в таком случае может означать, что молчание есть признак святости или, по крайней мере, наделенности некой высокой нравственной добродетелью. С течением времени появляется и другая версия происхождения данного выражения: поговорка, скорее всего, связана с историей о Санчо II, короле Кастилии, жившем в XI веке, которому служил легендарный герой Испании — Сид (рыцарь Родриго Диас де

Вивар). Считается, что в 1065 году, предчувствуя близкую кончину, король Фердинанд I Кастильский решил разделить владения меж детьми: Альфонсо, Санчо, Гарсией, Эльвирой и Урракой. Последней в наследство достался город Самора. Согласно легенде, это очень не понравилось ее брату Санчо. Король проклял всякого, кто посмеет нарушить его волю и отобрать Самору, и когда все, собравшиеся у смертного одра отца наследники произнесли «аминь», Санчо оказался единственным, кто промолчал. Вскоре, правда, он все же попытался отвоевать город у сестры, в результате чего и погиб. С этого момента, собственно, начинается действие «Песни о Сиде».

Данная трактовка, несмотря на некоторую нелогичность, получила, тем не менее, широкое распространение. При этом важно отметить, что прецедентная единица не приобрела негативной коннотации. Таким образом, данный прецедентный текст предстает как многопластовая структура, сохраняющая стабильную основу на протяжении столетий и не теряющая своей актуальности по сей день.

Из этого эпизода «Песни о Сиде» берет свое начало и выражение *no se ganó Zamora en una hora* / «Самора пала не за час», означающее, что человеку следует поступать взвешенно и проявлять выдержку. Существует несколько вариантов данной прецедентной единицы, однако именно в таком виде ее употребил М. Сервантес в «Дон Кихоте»: *Por tu vida, amigo, que se quede en este punto este negocio, que me parece muy áspera esta medicina, y será bien dar tiempo al tiempo, que no se ganó Zamora en una hora. Mas de mil azotes, si no he contado mal, te has dado bastan por agora, que el asno, hablando a lo grosero, sufre la carga, más no la sobrecarga* / Ради бога, друг мой, прерви это занятие; очень уж суровым мне кажется это лекарство и требующим от времени до времени передышки: ведь и Самора была взята не в один час. Ты уже нанес себе, если я не

обчелся, более тысячи ударов; довольно пока: уж на что, грубо выражаясь, выносив осел, а ведь и его нельзя нагружать свыше меры» [11, с. 831].

Эта фраза, хоть и редко, но употребляется в публицистике и сегодня. При этом автор считает необходимым пояснить ее значение современной аудитории: «*No se ganó Zamora en una hora, se dice a cuenta del sitio que a Sancho II le costó la vida/ Y es exactamente el tiempo que tuvo que emplear el Valinox Novás en vencer la resistencia castellana*» [12] / Камора пала не за час – так говорят об осаде, которая стоила Санчо II жизни. Но именно столько времени понадобилось команде Valinox Novás, чтобы преодолеть сопротивление кастильцев.

Еще один чрезвычайно важный пласт источников прецедентных единиц – религиозные тексты. Во всем мире известно выражение: *El infierno está empedrado de buenas intenciones* «благими намерениями вымощена дорога в ад»: «*Se dice para poner de relieve que las buenas palabras o las disculpas no sirven de nada, que lo que cuenta son los hechos, las acciones*» [8, с. 238–239] / Это говорится для того, чтобы подчеркнуть, что любые правильные слова и оправдания бесполезны, а гораздо ценнее и весомее конкретные действия. Как пишет Альберто Буитраго, точное происхождение этой фразы неизвестно, но чаще всего ее приписывают Карлу Марксу или же Оскару Уайльду [8, с. 238–239]. На самом деле история выражения уходит корнями в Средневековье. Святой Франциск Сальский в своих письмах вкладывает ее в уста другого католического святого, Бернарда Клервоского (1090–1153), средневекового богослова, почитаемого как величайший Учитель Церкви. Вероятно, с этой точкой зрения вполне согласен и автор статьи в одной из нынешних каталонских газет: «*No digo que el Govern tenga malas intenciones, pero el infierno está empedrado de buenas intenciones. La frase es del abad San Bernardo de Claraval de la Borgoña, en el*

*siglo XI. La Generalitat confunde a toda Catalunya con la Cataluña que le vota, la que quiere la república*» [13] / Я не говорю, что у главы Женералитата, правительства Каталонии, дурные намерения, но благими намерениями вымощена дорога в ад. Эти слова написаны Святым Бернардом Клервоским из Бургундии еще в одиннадцатом веке. Женералитат путает всю Каталонию с той ее частью, которая голосует за него, желая стать отдельной республикой.

Выражение *la época de vacas flacas* – дословно «эпоха *тощих* коров», то есть период кризиса и застоя. Антонимичное ему выражение – *la época de vacas gordas* «эпоха *тучных* коров»), в котором присутствует отсылка к библейскому образу, обозначающему период процветания. В Ветхом Завете (Бытие, гл. 41, ст. 1–4) говорится о том, как однажды фараону приснился сон, в котором семь тощих коров съели семь тучных коров, пасшихся на берегу реки. Никто не мог понять смысл этого странного сна, пока Иосиф, сын Иакова, не предложил свое толкование: семь тощих коров – это семь лет голода и лишений, которые придут на смену семи годам изобилия и благоденствия народа.

«*Lo que ocurre es que, en época de vacas flacas, este empeño es irrealizable porque el único criterio que rige en el actual momento de emergencia económica es el ahorro. La funcionalidad es lo de menos. Lo que ocurre es que los Estados, a menudo en manos de gente incompetente, se mueven a los impulsos de la coyuntura. Y en treinta años de democracia, muchos de ellos de vacas gordas, nadie ha sido capaz de planear y acometer la reforma que el sector público español requiere. Y así nos va* [14] / Во времена кризиса эти усилия (проведение реформ – С.А.) неосуществимы, потому что единственное, что работает в настоящее время в условиях чрезвычайной экономической ситуации, – это экономия. Эффективность в данном случае

не так важна. Дело в том, что государства, часто находящиеся в руках некомпетентных людей, движимы конъюнктурными побуждениями. И за тридцать лет демократии, многие из которых были порой процветания, никто не смог спланировать и провести реформу, необходимую испанскому государственному сектору. Вот так у нас получается».

Прецедентное имя – это «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к прецедентным», (в данном случае, с романом «Дон Кихот») или с прецедентной ситуацией, «это своего рода сложный знак, при употреблении которого в коммуникации осуществляется апелляция не к собственно денотату (референту), а к набору дифференциальных признаков данного ПИ; может состоять из одного (например, Ломоносов) или более элементов (например, Куликово поле, «Летучий голландец»), обозначая при этом одно понятие» [7, с. 48].

В «Дон Кихоте» упоминается *el bálsamo de Fierabrás* / «бальзам Фьерабраса», выражение, отсылающее к имени сына сарацинского короля Балана, великана Фьерабраса, который, участвуя в набегах на Рим, согласно легенде, украл среди прочих священных реликвий два сосуда с остатками бальзама, которым умащивали тело Иисуса Христа после распятия. Этот целительный бальзам, способный воскрешать мертвых, считался настоящей панацеей от всех болезней. Выражение *el bálsamo de Fierabrás*, прочно утвердившееся в испанском языке после романа Сервантеса, нередко можно встретить в публицистике и сегодня: «*Desde una perspectiva europea, ganarían protagonismo el Magreb, Turquía y el Sahel, y saldrían a la palestra la cuestión identitaria y la presión migratoria. De ahí que no haya bálsamos de Fierabrás*

*para la relación con el mundo islámico»* / «С европейской точки зрения, страны Магриба<sup>1</sup>, Турция и Сахель выйдут на первый план, как и вопросы идентичности и миграционного давления. Следовательно, в отношениях Европы с исламским миром не существует никакого бальзама Фьерабраса».

В данном случае интересно то, что о приведенном выше источнике мало кто помнит, содержание данной прецедентной единицы частично деактуализировалось, при этом отмечается, что выражение стало общеизвестным после того, как его употребил М. Сервантес. Само имя *Fierabrás* также превратилось в нарицательное: согласно словарю Испанской королевской академии, так называют крупного и сильного человека, особенно отличающегося хвастливостью, однако в публицистике оно практически не употребляется.

Прецедентная ситуация – это некая «эталонная» ситуация, обладающая определенным набором коннотаций, отличительные признаки которых входят в когнитивную базу. Рассмотрим одну из таких ситуаций – историю о несчастных влюбленных, основанную на национальной легенде XIII века, закрепившейся спустя несколько веков не только в художественной литературе, но и в ряде произведений искусства, – *los Amantes de Teruel* / «влюбленные из Теруэля».

---

<sup>1</sup> Магриб – это название региона в Африке, включающего в себя Тунис, Алжир, Марокко, Ливию, Мавританию и Западную Сахару, образующих вместе Большой Магриб, или Арабский Запад (в отличие от Арабского Востока – Машрика). Важно отметить, что в Средние века в состав Магриба входила и мусульманская Испания (Андалусия) и другие владения бывшего арабского Халифата в Западном Средиземноморье (Балеарские о-ва, Сардиния, Сицилия) [15]. Испания длительное время находилась под властью арабов, что отражается во многих сферах жизни испанцев и поныне.

Согласно легенде, в арагонском городе Теруэль жили некие Диего Марсилья и Исабель де Сегура. Молодые люди полюбили друг друга, но, когда Диего решил попросить руки девушки, ее отец ответил отказом, заявив, что жених для этого недостаточно богат. Диего, тем не менее, не сдался, а попросил у отца возлюбленной время, для того чтобы разбогатеть. По прошествии установленного срока Диего вернулся в Теруэль с обретенным богатством, но оказалось, что Исабель, по настоянию отца, вышла замуж за другого.

Гробницы Исабель и Диего и сегодня стоят рядом, украшенные мраморными фигурами работы Хуана де Авалоса, которые будто бы хотят взяться за руки, но их ладони навечно застыли в воздухе, не соприкасаясь.

Основываясь на легенде о разлученных влюбленных, мадридский писатель Хуан Эухени Арсенбуш (1806–1880) написал пьесу под названием «Влюбленные из Теруэля», получившую широкую известность.

Но важно отметить, что с течением времени у выражения появилась вторая рифмованная часть: *los Amantes de Teruel, tonta ella tonto él* / «влюбленные из Теруэля: глупа она, и он дурак». *Se dice de las parejas – hombre y mujer – que muestran comportamientos o actitudes igual de tontos o de inexplicables* [8, с. 628–629] / Так стали говорить о влюбленных, поступки которых в глазах окружающих кажутся нелепыми или необъяснимыми с точки зрения здравого смысла. Таким образом, изначально нейтральная по эмоциональной окраске прецедентная единица приобрела негативную коннотацию, изменив свое первоначальное значение.

Сам образ испанских Ромео и Джульетты довольно часто используется в публицистике и современных СМИ, особенно в заголовках, причем именно с негативной коннотацией: «*Turespaña ha retirado una campaña <...> con la que estaba promocionando Teruel, en la cuenta*

*en inglés Spain, con el lema ‘Los Amantes de Teruel, tonta ella tonto él’, en español y en inglés, tras la petición del Ayuntamiento de esta ciudad* / Испанский институт туризма по просьбе Городского совета Теруэля свернул рекламную кампанию <...>, в рамках которой продвигали Теруэль в англоязычном аккаунте Spain под слоганом «Влюбленные из Теруэля: два дурака пара» на испанском и английском языках» [16]. Таким образом, становится очевидным, что прецедентная единица – это динамично развивающаяся структура, способная стихийно приобретать новые оттенки смысла в процессе речевой деятельности общества.

Прецедентное выражение, по определению В.В. Красных, это «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу: последний всегда «шире» простой суммы значений» [7, с. 48]

Рассмотрим прецедентное выражение *ponerle el cascabel al gato (¿Quién le pone el cascabel al gato?)* / «повесить колокольчик на кота (Кто повесит колокольчик на кота?)» – так говорят, когда кому-то приходится взять на себя самую важную, ответственную, а порой и опасную часть поручения. В басне Эзопа (ок. 620–564 гг. до н. э.) «Колокольчик для кота», сюжет которой воспроизводит Лопе де Вега (1562–1635) в пьесе «Раба своего возлюбленного», рассказывается история о мышах, которые собрались, чтобы вместе найти способ защититься от осторожного и хитрого кота. Мыши решили, что лучше всего было бы повесить на хищника колокольчик, чтобы всегда заранее узнавать о его приближении, и были рады своей находчивости до тех пор, пока кто-то из мышей не задался вопросом: «А кто повесит колокольчик на кота?»

«*Y lo que preocupa es la ausencia de algunas decisiones duras que, aunque*

*implican un costo político van al corazón de la crisis económica. ¿Quién le pone el cascabel al gato?* [17] / И что вызывает беспокойство, так это отсутствие необходимых жестких решений, которые, хотя и сопряжены с политическими издержками, необходимы для преодоления экономического кризиса. Но кто же повесит колокольчик на кота?» Другими словами, кто возьмет на себя ответственность за решение проблемы.

*No tener arte/ni arte ni parte* – не иметь никакого отношения к чему-либо ни прямо (*arte*), ни косвенно (*parte*). Предположительно, это уцелевшая часть некой древней клятвы [18]. Эти слова звучат в «Песне о Сиде»: после гибели короля Санчо II Кастильского новый король Альфонсо VI потребовал от рыцарей, среди которых был и сам Родриго Диас де Вивар, поклясться, что те непричастны к измене, стоившей его брату жизни.

Сегодня данное выражение чаще всего употребляется в публикациях на политическую тему: «*Toda España es una gigantesca apuesta: en esto hemos derivado, en un juego de azar en el que la ciudadanía, que se expresa apenas en las encuestas y algo en lo que reflejan los medios de comunicación, no tiene arte ni parte* [19, 20] / Вся Испания – это огромная азартная игра: вот где мы на самом деле оказались – в азартной игре, в которой граждане, выражающие свое мнение лишь в опросах и отчасти в том, что озвучивается СМИ, никак не участвуют».

Таким образом, включая в текст прецедентную единицу *no tener ni arte ni parte* в качестве экспрессивного средства, автор статьи не только усиливает эмоциональное и персуазивное воздействие на читателя, но и создает важную историческую аллюзию.

## Выводы

В современной публицистике, в том, какой она предстает со страниц нынешних газет и в публикациях интернет-изданий, все очевиднее прослеживаются

некоторые закономерности, связанные с использованием прецедентных единиц как важнейшего средства экспликации картины мира, в том числе ее ценностного фрагмента.

В процессе речевой деятельности социума возможны изменения в понимании или даже утрата понимания культурного содержания, стоящего за прецедентной единицей, причем динамика их содержания специфична и представляет собой многослойную принципиально динамичную структуру, приобретающую в процессе своего функционирования новые смыслы и коннотации.

К использованию прецедентных единиц авторы статей прибегают, как правило, при создании броских, привлекающих внимание читателей заголовков. Содержание некоторых прецедентных единиц постепенно деактуализируется, поэтому они с трудом понимаются новыми поколениями испанцев как прецедентные. (Вопрос этот требует дополнительного экспериментального изучения.) Авторы нередко прибегают к пояснениям, указывая читателям, откуда произошло то или иное выражение и что оно означает, позволяя таким образом даже неподготовленной аудитории «слышать» присутствующую в тексте полифонию смысловых отсылок к разнообразным, казалось бы, очевидным пластам культурного знания из различных областей – истории, искусства, культуры, философии.

Все чаще на место прецедентных единиц, потенциально обращающих сознание читателя к уходящей в бесконечность глубине смыслов, приходят примитивные фразы рекламных слоганов или интернет-мемы, действующие как некие ментальные вирусы. Однако сам феномен прецедентности не теряет своей актуальности, несмотря на очевидную тенденцию к постепенному сокращению использования прецедентных единиц как одного из основных средств оказания эмоционального и персуазивного воздействия на аудиторию.

### Список литературы

1. El cuarto poder como contrapeso de los otros tres del Estado. URL: [https://www.elconfidencial.com/el-valor-de-la-informacion/2020-05-26/aitor-esteban-pnv-politica-periodismo\\_2586364/](https://www.elconfidencial.com/el-valor-de-la-informacion/2020-05-26/aitor-esteban-pnv-politica-periodismo_2586364/) (дата обращения: 06.02.2023)
2. Валитов О. К. «Четвертая власть» и духовная безопасность страны // Вестник Башкирского университета. 2016. Т. 21. №2. С. 505–518.
3. Панарина Н. С. Психолингвистическое моделирование механизма реализации прецедентности: дис. ... канд. филол. наук. М., 2017. 257 с.
4. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: ЛКИ, 2010. 264 с.
5. Гудков Д.Б. Межкультурная коммуникация: проблемы обучения. Лекционный курс для студентов РКИ. М.: МГУ, 2000. 120 с.
6. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
7. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002. 284 с.
8. Buitrago Jiménez, A. (2017). Diccionario de dichos y frases hechas. = Dictionary of sayings and set phrases. Espasa Libros, S.L.U.
9. Al buen callar llaman Sancho. URL: <https://www.ideal.es/opinion/buen-callar-llaman-20220227183435-nt.html> (дата обращения: 26.01.2023).
10. Miguel de Cervantes. Don Quijote de la Mancha. URL: [https://cvc.cervantes.es/literatura/clasicos/quijote/edicion/parte2/cap43/cap43\\_02.htm](https://cvc.cervantes.es/literatura/clasicos/quijote/edicion/parte2/cap43/cap43_02.htm) (дата обращения: 31.01.2023).
11. Хитроумный идалго Дон Кихот Ламанчский: в 2 т. Т. 2 / Пер. с исп.; под ред. Б. Кржевского и А. Смирнова. М.: ТЕПРА, 1997. 912 с.
12. Al Zamora se le gana en una hora URL: <https://www.farodevigo.es/deportes/2023/01/28/zamora-le-gana-hora-82143810.html> (дата обращения: 31.01.2023).
13. El infierno está empedrado de buenas intenciones. URL: [https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/infierno-empedrado-buenas-intenciones\\_74857\\_102.html](https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/infierno-empedrado-buenas-intenciones_74857_102.html) (дата обращения: 24.01.2023).
14. Vacas gordas, vacas flacas. URL: <https://www.laverdad.es/murcia/v/20100501/opinion/vacas-gordas-vacas-flacas-20100501.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F> (дата обращения: 01.02.2023).
15. Большая российская энциклопедия. URL: [https://bigenc.ru/world\\_history/text/2154452](https://bigenc.ru/world_history/text/2154452) (дата обращения: 15.01.2023).
16. Turespaña retira la campaña en Twitter 'Los Amantes de Teruel, tonta ella tonto él'. URL: <https://www.europapress.es/aragon/noticia-turespana-retira-campana-twitter-amantes-teruel-tonta-ella-tonto-20220809130649.html> (дата обращения: 24.01.2023).
17. ¿Quién le pone el cascabel al gato? URL: <https://runrun.es/opinion/240349/quien-le-pone-el-cascabel-al-gato-por-francisco-j-quevedo/> (дата обращения: 01.02.2023).
18. Diccionario de dichos y refranes. URL: [https://sp\\_sp\\_dichos\\_refranes.es-academic.com/1559/no](https://sp_sp_dichos_refranes.es-academic.com/1559/no) (дата обращения: 26.02.2023)
19. Toda España es una gigantesca casa de apuestas. URL: <https://www.eldiadevalladolid.com/noticia/z73b9dccf-dcfc-c989-bc04e58c6de9d3b7/201909/toda-espana-es-una-gigantesca-casa-de-apuestas> (дата обращения: 30.01.2023).

20. Diccionario de Real Academia Española. URL: <https://dle.rae.es/polvo?m=form> (дата обращения: 01.02.2023).

## References

1. El cuarto poder como contrapeso de los otros tres del Estado. Available at: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** (accessed 06.02.2023)
2. Valitov O. K. "Chetvertaya vlast'" i dukhovnaya bezopasnost' strany ["Fourth power" and spiritual safety of the country]. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = Bulletin of Bashkir University*, 2016, vol. 21, no. 2, pp. 505–518.
3. Panarina N. S. *Psikholingvisticheskoe modelirovanie mekhanizma realizatsii pretsedentnosti*. Diss. kand. filol. nauk [Psycholinguistic modeling of the mechanism of precedence implementation. Cand. philol. sci. diss.]. Moscow, 2017. 257 p.
4. Karaulov Yu.N. *Russkii yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and linguistic personality]. Moscow, 2010. 264 p.
5. Gudkov D.B. *Mezhkul'turnaya kommunikatsiya: problemy obucheniya. Lektsionnyi kurs dlya studentov RKI* [Intercultural communication: problems of learning. Lecture course for students who study Russian as a foreign language]. Moscow, 2000. 120 p.
6. Gudkov D.B. *Teoriya i praktika mezhkul'turnoi kommunikatsii* [Theory and practice of intercultural communication]. Moscow, 2003. 288 p.
7. Krasnykh, V.V. *Etnopsikholingvistika i lingvokul'turologiya* [Ethnopsycholinguistics and linguoculturology]. Moscow, 2002. 284 p.
8. Buitrago Jiménez A. (2017). *Diccionario de dichos y frases hechas = Dictionary of sayings and set phrases*. Espasa Libros, S.L.U. (In Spanish).
9. Al buen callar llaman Sancho. Available at: <https://www.ideal.es/opinion/buen-callar-llaman-20220227183435-nt.html> (accessed 26.01.2023).
10. Miguel de Cervantes. Don Quijote de la Mancha. Available at: [https://cvc.cervantes.es/literatura/clasicos/quijote/edicion/parte2/cap43/cap43\\_02.htm](https://cvc.cervantes.es/literatura/clasicos/quijote/edicion/parte2/cap43/cap43_02.htm) (accessed 31.01.2023).
11. *Khitroumnyi idal'go Don Kikhot Lamanchskii* [Miguel de Cervantes. Don Quijote de la Mancha]. Moscow, 1997. Vol. 2. 912 p.
12. Al Zamora se le gana en una hora. Available at: <https://www.farodevigo.es/deportes/2023/01/28/zamora-le-gana-hora-82143810.html> (accessed 31.01.2023).
13. El infierno está empedrado de buenas intenciones. Available at: [https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/infierno-empedrado-buenas-intenciones\\_74857\\_102.html](https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/infierno-empedrado-buenas-intenciones_74857_102.html) (accessed 24.01.2023).
14. Vacas gordas, vacas flacas. Available at: <https://www.laverdad.es/murcia/v/20100501/opinion/vacas-gordas-vacas-flacas-20100501.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F> (accessed 01.02.2023).
15. *Bol'shaya rossiiskaya entsiklopediya* [The Great Russian Encyclopedia]. Available at: [https://bigenc.ru/world\\_history/text/2154452](https://bigenc.ru/world_history/text/2154452) (accessed 15.01.2023).
16. Turespaña retira la campaña en Twitter 'Los Amantes de Teruel, tonta ella tonto él'. Available at: <https://www.europapress.es/aragon/noticia-turespana-retira-campana-twitter-amantes-teruel-tonta-ella-tonto-20220809130649.html> (accessed 24.01.2023).
17. ¿Quién le pone el cascabel al gato? Available at: <https://runrun.es/opinion/240349/quien-le-pone-el-cascabel-al-gato-por-francisco-j-quevedo/> (accessed 01.02.2023).
18. Diccionario de dichos y refranes. Available at: [https://sp\\_sp\\_dichos\\_refranes.es-academic.com/1559/no](https://sp_sp_dichos_refranes.es-academic.com/1559/no) (accessed 26.02.2023)

19. Toda España es una gigantesca casa de apuestas. Available at: <https://www.eldiadevaladolid.com/noticia/z73b9dccb-dcfc-c989-bc04e58c6de9d3b7/201909/toda-espana-es-una-gigantesca-casa-de-apuestas> (accessed 30.01.2023).

20. Diccionario de Real Academia Española. Available at: <https://dle.rae.es/polvo?m=form> (accessed 01.02.2023).

### **Информация об авторе / Information about the Author**

**Алдошина Софья Андреевна**, аспирант, Юго- Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация; преподаватель, Московский государственный лингвистический университет, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: [sofiia\\_aldoshina@mail.ru](mailto:sofiia_aldoshina@mail.ru)

**Sofiia A. Aldoshina**, Post-Graduate, Southwest State University, Kursk, Russian Federation; Lecturer, Moscow State Linguistic University, Moscow, Russian Federation, e-mail: [sofiia\\_aldoshina@mail.ru](mailto:sofiia_aldoshina@mail.ru)

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81'23

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-55-62>

## Проблемы современной французской этнолингвистики

Н. В. Верещагина<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Московский государственный лингвистический университет  
ул. Остоженка, д. 38, г. Москва 119034, Российская Федерация

✉ e-mail: [nik.vereschagina@yandex.ru](mailto:nik.vereschagina@yandex.ru)

## Резюме

В статье проанализирована теоретико-методологическая база, лежащая в основе современной французской этнолингвистики, изучающей соотношение языка и культуры этноса. Каждый народ создает свою картину мира, определяет духовные и нравственные приоритеты, формирует этническое самосознание и систему жизненных ценностей в синхронии и диахронии. При этом язык, религия, антропологические признаки этноса могут повторяться у других народов с её обрядами, ритуалами, верованиями, представлениями, находящими свое выражение, это всегда отличает одну лингвокультуру от другой.

**Актуальность** темы определяется необходимостью оценки развития современной французской этнолингвистики, соотнесения традиционной и французской лингвистической терминологии.

**Материалами** исследования являются современные статьи по французской этнолингвистике и анализу дискурса.

**Целью** исследования является установление и анализ особенностей теоретических работ по современной французской этнолингвистике. Для достижения данной цели нами были использованы общетеоретические **методы** сравнения, описания и собственно лингвистические методы логического сопоставления, структурный метод. Исследование отдельных семантических групп и полей лексики, взаимодействие этнолингвистики и французской школы анализа дискурса образует особую методологическую основу современной французской этнолингвистики. Этнолингвистика выделяется как специфическая междисциплинарная и самостоятельная область лингвистики, объединяющая исследование лингвистического, социального и культурного аспекта языка.

В **результате** проведенного исследования было установлено, что специфика методологии французской этнолингвистики проявляется в ее связи со школой анализа дискурса, что позволяет включать в материал исследования изучение языкового существования малых социальных групп и разных форм реализации языка – устной и письменной.

**Ключевые слова:** французская этнолингвистика; социальные псевдогруппы; семантическое поле; картина мира; анализ дискурса; этнология.

**Конфликт интересов:** Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Верещагина Н. В. Проблемы современной французской этнолингвистики // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 55-62. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-55-62>.

Статья поступила в редакцию 07.03.2023

Статья подписана в печать 06.04.2023

Статья опубликована 05.09.2023

## Problems of Contemporary French Ethnolinguistics

Nika V. Vereshchagina<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup> Moscow State Linguistic University  
38, Ostozhenka Str., Moscow 119034, Russian Federation

✉ e-mail: nik.vereschagina@yandex.ru

### Abstract

*The article analyses theoretical and methodological basis underlying modern French ethnolinguistics, which studies the correlation between language and culture of an ethnos. Every nation creates its own picture of the world, defines spiritual and moral priorities, forms ethnic self-consciousness and the system of life values in synchronic and diachrony. At the same time, language, religion, anthropological attributes of an ethnos can be repeated in other peoples with its rituals, beliefs, perceptions finding their expression, it always distinguishes one linguoculture from another. The relevance of the topic is determined by the need to evaluate the development of contemporary French ethnolinguistics and to correlate traditional and French linguistic terminology. The material for the study is contemporary articles on French ethnolinguistics and discourse analysis. The aim of the study is to establish and analyse the specificities of theoretical works on contemporary French ethnolinguistics. To achieve this goal we used general theoretical methods of comparison, description and linguistic methods of logical comparison and structural method. The study of individual semantic groups and lexical fields and the interaction between ethnolinguistics and the French school of discourse analysis form the specific methodological basis of modern French ethnolinguistics. Ethnolinguistics stands out as a specific interdisciplinary and independent field of linguistics, combining the study of linguistic, social and cultural aspects of language. As a result of the study it was found that the specificity of the methodology of French ethnolinguistics is manifested in its connection with the school of discourse analysis, which allows the study of linguistic existence of small social groups and different forms of language realization - oral and written - to be included in the research material.*

**Keywords:** French ethnolinguistics; social pseudogroups; semantic field; world picture; discourse analysis; ethnology.

**Conflict of interest:** The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Vereshchagina N. V. Problems of Contemporary French Ethnolinguistics. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 55–62 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-55-62>.

Received 07.03.2023

Accepted 06.04.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

Этнолингвистика как направление в языкознании изучает язык в его отношении к культуре, взаимодействие языковых, этнокультурных и этнопсихологических факторов в функционировании и эволюции языка. В более широком понимании этнолингвистика рассматривается как дисциплина, изучающая с помощью лингвистических методов «план содержания» культуры, психологии и мифологии народа независимо от способов их формального представления (слово, предмет, обряд и т.д.). Как самостоятельное

направление этнолингвистика (этносемантика, —антропологическая лингвистика) возникла в США в конце XIX – начале XX вв. в рамках так называемой «культурной антропологии» — комплексной науки, предметом которой является исследование культуры с использованием этнографических, лингвистических, археологических и др. методов. Этнолингвистика возникает как исследование бесписьменной традиционной культуры и языка американских индейцев с самого начала была ориентирована на исследование взаимосвязи языка с духовной культурой,

менталитетом, народным творчеством, на выявление национальных особенностей этноса, используя методы и приемы ареальной лингвистики, диалектологии, фольклористики, истории и др.

Изначально в сферу интересов этнолингвистики входят проблемы семантики. Ф. Боас исследовал семантику грамматических категорий, Э. Сепир изучал аномальные типы речи в языке нутка, звуковой символизм, понятийные поля. Проблематика этнолингвистики в этот период связана в первую очередь с исследованием вопросов взаимоотношения языка и мышления, роли языка в процессах познания, на решение которых оказали серьезное воздействие взгляды Э. Сепира и Б. Уорфа, значительно изменившие его связь с культурой, мышлением [1]. В L-LXX-е гг. XXв. широко используются экспериментальные психологические методы изучения этнолингвистических проблем семантики (Г. Хойер, Ч. Ф. и Ф. М. Вёглины). В 70-е - начале 80-х гг. проводятся исследования семантических моделей разных языков, проблем народной таксономии (*folk taxonomy*), паралингвистических явлений и т. п., ставятся проблемы исторического изучения и реконструкции духовной этнической культуры на основе данных языка (Б. Берлин, Х. Конклин, М. Матиот и другие) [2].

Б. Потье [9] предлагал выделить следующие направления французской этнолингвистики: 1) язык и картина мира, глоттохронология; 2) этнотеории языка как интерпретации представлений народа об окружающем мире и о месте человека в этом мире, т.е. каким образом, с помощью каких средств и в какой форме в языке находят отражение культурные (бытовые, религиозные, социальные и пр.) формы, а также какие средства языкового общения являются специфическими для данной этнической или социальной группы; 3) язык и коммуникация (разные типы коммуникативных ситуаций, языковые контакты) [3].

## Результаты и обсуждение

Термин «этнолингвистика» упоминается впервые в работе Ж. Шена, которая была опубликована в сборнике под редакцией А. Мартине [4]. Энолингвистика, как уже было отмечено, изучает язык в его взаимоотношении с культурой и исследует следующие основные проблемы: как соотносится этническая территория и язык и как реконструируется материальная и духовная культура этноса по данным языка. Помимо первичного описания структуры языка, диалектов, накопления корпуса текстов, в поле зрения французских этнолингвистов вошли «деревенские культуры, а отнюдь не городская среда» [3]. Особое место отводится исследованию культурных и языковых традиций французских колоний в Африке, специфики фольклора, быта, картины мира. Французские исследователи подчеркивают междисциплинарность этнолингвистики как области языкознания и заимствуют методики исследования из других гуманитарных наук, вместе с тем обращаясь к фундаментальным.

Взаимодействие этнолингвистики и французской школы анализа дискурса, представленное в трудах Д. Мангено [5], образует особую методологическую основу направления. Д. Мангено считает возможным использовать в этнолингвистике методологию дискурсивного анализа, поскольку восприятие и способы обработки вербального сообщения обладают универсальными характеристиками. Этнолингвистика, по Д. Мангено, является частью идеологического и стилистического анализа текстов. Идеологический анализ, полагает исследователь, интерпретирует содержание, чтобы соотнести тексты с той или иной политической позицией, в самом широком смысле, в борьбе за власть. Стилистический анализ в сочетании с идеологическим рассматривает текст как результат использования совокупности средств выражения семантических процессов, соответствующих определенной коммуникативной ситуа-

ции. Эти два подхода взаимодействуют, но этого недостаточно для выявления текстуальной целостности: идеологический подход рассматривает его как выражение социального запроса, стилистический подход – как языковую структуру [5].

Д. Мангено предлагает рассматривать этнолингвистический подход применительно к анализу дискурса как способ исследования отсутствия лица в письменном тексте. Таким образом, *«une approche «ethnolinguistique», sans revenir sur la différence irréductible entre oral et écrit, est alors amenée à penser de manière moins naïve cette «absence» du sujet parlant qui est censée spécifique de l'écrit. L'absence de sujet parlant, on l'avu, ne signifie pas l'absence d'une subjectivité énonciative dans le texte. Quelqu'un parle, fût-ce d'une voix blanche <...> les textes sont immergés dans un éthos, une certaine qualité d'énonciation qui leur donne une sorte d'existence physique, rapportée à une instance subjective»* [5] / Этнолингвистический подход, если не возвращаться к разнице между устной и письменной речью, придает меньше значения отсутствию говорящего субъекта. Его отсутствие не означает отсутствия субъективности высказывания в тексте. Кто-то все равно говорит, тексты погружены в определенную коммуникативную ситуацию, которая дает им реальное существование и наделяет субъективностью (здесь и далее перевод наш. – Н. В.).

При анализе дискурса, как бы это ни было парадоксально, этнолингвистику интересуют письменные тексты. По мнению Д. Мангено, этнолингвистику интересуют исследования в устной форме. Еще Леви-Стросс говорил о том, что *«en général, on parle d'ethnolinguistique plutôt pour évoquer l'oralité du mythe ou du conte populaire, en clair des types d'énonciations devenues marginales dans nos sociétés : «l'ethnologie, dit Lévi-Strauss (1958 : 33), s'intéresse surtout à ce qui n'est pas écrit»* [5] / В целом, мы говорим об этнолингвистике скорее для того, чтобы вызвать в

памяти содержание мифа или народных сказок, другими словами, типы высказываний, которые стали маргинальными в наших обществах: "Этнология – говорит Леви-Стросс – интересуется прежде всего устной речью".

Почему же Д. Мангено говорит об «этнолингвистическом повороте»? Во-первых, письменную и устную речь следует рассматривать как две разные формы языка, не подчиняя одну другой. Ученый приводит следующий пример: два городских жителя в мегаполисе беседуют, журналист, редактирует статью. Обе ситуации, по мнению Ж. Мангено, одинаково вызывают интерес этнолингвиста, т.к. в обоих случаях речь идет о социоллингвистических практиках в определенных экстралингвистических условиях.

Вопросы методологии и проблематики этнолингвистики поднимались французскими исследователями на нескольких коллоквиумах, встречах в рамках французской Ассоциации антропологов, поскольку большинством исследователей вполне осознавались и условное единство направления вследствие отсутствия единой фундаментальной теории направления, и неоднозначность терминологического материала, и тематическая разрозненность, и эмпирическая направленность большинства работ. Эта новая Ассоциация была намерена обеспечить общую почву для общения между исследователями в области гуманитарных наук, которые признают себя «антропологами» в самом широком смысле этого слова. Первая Генеральная ассамблея состоялась 11 мая 1979 года в CNRS, на Набережной Анатоля Франса [6].

На одном из таких обсуждений в июне 1979 г. в г. Иври Г. Калам-Гриоль отмечала: *«<...> le moment était venu de réunir les chercheurs qui, sous une étiquette ou une autre, se réclament de la démarche ethnolinguistique, définie provisoirement comme l'analyse des relations entre langue, culture et société, et de confronter des recherches qui restaient jusqu'alors assez*

*dispersées. Il s'agissait aussi de réfléchir ensemble aux conditions théoriques de toute démarche ethnolinguistique, démarche qui était restée jusqu'à présent essentiellement une pratique*» [6, 11] / <...> пришло время собрать вместе исследователей, которые под тем или иным ярлыком претендуют на принадлежность к этнолингвистическому подходу, условно определяемому как анализ отношений между языком, культурой и обществом, и сопоставить исследования, которые до этого момента оставались довольно разрозненными. Речь также шла о совместном осмыслении теоретических условий любого этнолингвистического подхода, подхода, который до сих пор оставался в основном практикой.

Этнолингвистика в рамках этого обсуждения была определена как специфическая междисциплинарная область лингвистики, самостоятельная лингвистическая дисциплина, тесно связанная с лексикологией и семантикой и объединяющая лингвистическую, социальную и культурную стороны языка.

Этнолингвистика как часть лингвистики (*branche de la linguistique*) относится к направлениям, которые «*étudie les relations entre langage, culture et société*» [7] / изучают отношения между языком, культурой и обществом. Для французских лингвистов и этнологов это очевидно: этнолингвистика изучает соотношение (*relations*) «язык-культура-общество», поэтому направление в равной мере можно относить как к лингвистике, так и к этнологии: «*l'étude de cette relation allait tellement de soi qu'ils n'ont jamais pensé à la décorer d'une étiquette particulière et qu'elle était pour eux étroitement impliquée soit dans la linguistique, soit dans l'ethnologie*» [7] / Изучение этих отношений было настолько очевидным, что они (французы) никогда не думали о том, чтобы украсить их каким-либо ярлыком; для них они были тесно связаны либо с лингвистикой, либо с этнологией.

Г. Калам-Гриоль называет «первопроходцем французской этнолингвистики» (*un véritable pionnier dans ce domaine*) М. Леенхардта [7], который изучал языки островитян, преимущественно жителей Меланезии в Тихом Океане. Будучи сыном профессора философии науки и геологии на протестантском факультете, М. Леенхардт с ранних лет проявлял интерес к социальным проблемам и миссионерскому призванию. Его научную деятельность можно разделить на три части: «*наблюдатель языка, лингвист; наблюдатель туземных обычаев или этнограф, скажем также этнолог; социолог. Ученый считал, что социальная антропология не имеет самоцели, она находится на службе «Жизни», говоря его известным языком. Он только преподавал и изучал науку коренных народов, искал ее «подлинность», чтобы сделать ее известной, чтобы ее полюбили, чтобы на нее опирались, чтобы реализовать и исполнить ее через христианство. М. Леенхардт пишет этнологические заметки, т. е. пытается зафиксировать факты, а также интерпретировать и понять общество Новой Каледонии. Он пытается уловить путем анализа, интуиции, верования, символизм мысли, эмоции и т.д., следовательно, весь психологический элемент, который придает смысл факту, творению, которое он наблюдает*» [8].

Специфику работы М. Леенхардта Г. Калам-Гриоль характеризует так: «*Un lent cheminement au long des sentiers canaques, au travers de la pensée des insulaires, de leur notion d'espace, de temps, de société, de parole, de personnage, et jusqu'en leur évolution moderne, où l'on voit, du travail d'individuation de la personne,' se dégager des éléments structurels de leur mentalité, que l'on n'apercevait point auparavant* [7] / Медленное путешествие через мышление островитян, через их представления о пространстве, времени, обществе, речи, характере, вплоть до их эволюции сегодня, где мы видим, как в результате ин-

дивидуализации личности можно выделить основные черты их менталитета, которые не были заметны ранее. Здесь мы уже видим отсылку к теории относительности Сепира-Уорфа, однако изучение поведения островитян носит диахронический характер. Кроме того, все элементы относятся к лингвистике: на основе наблюдений ученый осуществлял семантический анализ терминов, относящихся к полям «пространство», «время», «общество» и т.д. для того, чтобы выявить специфику их употребления в различных контекстах. Так, М. Леенхардт отмечал, что понятие «речь» в различных вариативных реализациях, встречающихся в меланезийских языках, и слова *молчи* и *говори* для Канака – это проявление себя, своей самости. Он был первым ученым, который выделил так называемую этнотеорию речевой деятельности во французской лингвистике [7]. Характерная черта данной теории заключается в том, что понятия «время» и «бытие» изучаются через речь.

Важным направлением французской этнолингвистики является классическое изучение картины мира ([9, 6]) через исследование отдельных семантических групп и полей лексики, например, военной терминологии, которую исследовала М.-А. Паво [10]. С этой точки зрения представляется интересным рассмотреть работу М.-А. Паво, которая выделяет «этнолингвистику сухопутных войск Франции». Исследуя «язык военных в целом, а не только сленговые употребления участников боевых действий» (*le langage des militaires dans son ensemble, et <...> les productions argotiques des combattants*) [10], под этнолингвистической областью исследования М.-А. Паво понимает «<...> tout groupe, que ce soit sur la «Terre de Feu ou le boulevard Saint-Michel» (l'expression est de B. Pottier) dans lequel les relations entre langage, culture et société peuvent constituer un objet d'investigation» [10] / любую группу, будь

то «Огненная Земля или бульвар Сен-Мишель» (выражение принадлежит Б. Потье), в которой отношения между языком, культурой и обществом может стать объектом исследования. Здесь может также применяться *этнолингвистический подход, т.к. выбранная категория (военнослужащие сухопутных войск Франции) составляет группу, в которой нормы употребления, традиции, культура определяют язык и речь*, в частности, лексико-семантические группы слов, которые использует военнослужащий. Здесь происходит расширение проблематики этнолингвистики, т.е. акцент переносится на изучение отдельных малых групп. Преимущества изучения отдельных групп, в частности, их культурных и поведенческих особенностей через язык возможно связано с тем, что во французском языке еще недостаточно изучены некоторые языковые и поведенческие особенности отдельных малых групп. М.-А. Паво использует понятие *la militarité langagière* (языковая активность), которая посвящена изучению «*de données extralinguistiques puis linguistiques concernant la communauté militaire*» [10] / данных лингвистического и экстралингвистического характера, относящихся к военной сфере. Микрообщество французских военнослужащих встраивается в пространство этнолингвистических исследований, оказывается полем для изучения связей языка и культуры через анализ образов, легенд, лингвистических клише, регистрируемых в данной группе. Языковая активность рассматривается как специфическая этнопсихологическая черта, которая является общим свойством социума и любой его социальной группы. М.-А. Паво называет исследуемую группу военных псевдотрадиционной в силу специфики культурных представлений, распространенных в ней.

## Выводы

Таким образом, французская этнолингвистика включается в мировой линг-

вистический процесс как междисциплинарная область языкознания, интегрирующая методики исследования языка в разных гуманитарных науках: культурологии, этнографии, лингвистике.

Особенность методологии французской этнолингвистики проявляется в ее взаимодействии с французской школой анализа дискурса. Выявление тенденции к изучению языкового существования малых социальных групп и разных форм реализации языка – устной и письменной во французских исследованиях, возможность использования методологии дискурсивного анализа в этнолингвистике (т.к. восприятие и способы обработки вербального сообщения обладают универсальными характеристиками) объясняет новизну нашего исследования

Теоретико-методологическая база, лежащая в основе современной французской этнолингвистики, не включает понятия «картина мира», также отсутствуют термины, обозначающие это понятие. Однако подчеркивается важность этнолингвистического подхода, специалисты

по французской этнолингвистике впервые вводят понятие «энтотеория речевой деятельности».

Вместе с тем этнопсихоллингвистика обращается к фундаментальным проблемам языковедения, например, к исследованию роли языка в процессах познания, анализируя специфику картины мира, представленную в специфической организации семантических полей и групп. Следует отметить, что во французской лингвистике проблема эволюции картины мира может быть рассмотрена через другие, актуальные для французской лингвистики сферы научных исследований, например, анализ дискурса, этнолингвистику, французскую философию.

Степень оригинальности исследования составляет 80 %. В ходе исследования были проанализированы базовые теоретические источники, также впервые был выполнен перевод и анализ французских статей, в которых описывались современные проблемы и закономерности развития современной французской этнолингвистики.

### Список литературы

1. Алпатов В.М. История лингвистических учений. 4-е изд., испр. и доп. М.: Языки славянской культуры, 2005. 368 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. 683 с.
3. Кабакова Г.И. Французская этнолингвистика: проблематика и методология. 1993. № 6. С. 100-113.
4. Martinet A.P. La linguistique: Guide alphabetique / ed. par. Martinet A/P. 1969. 490 p.
5. Maingueneau D. Le tour ethnolinguistique de l'analyse du discours. In: *Langages*, 26<sup>e</sup> année, n°105, 1992. *Ethnolinguistique de l'écrit*. pp. 114-125.
6. Calame-Griaule G. *Ethnologie et sciences du langage / Les sciences du langage en France au XX-ieme siecle* / ed. par Pottier B. P., 1992. 593 p.
7. Calame-Griaule G. Maurice Leenhardt, pionnier de l'ethnolinguistique // *Journal de la Société des océanistes*. 1978. n°58-59, tome 34, pp. 43-44.
8. Métais P. L'œuvre ethnologique et sociologique de Maurice Leenhardt // *Journal de la Société des océanistes*, 1954, tome 10, pp. 51-69.
9. Pottier B. Le domaine de l'ethnolinguistique // *Langages*. 1970. № 18. pp. 3-11.
10. Paveau M.-A. Le langage des militaires. Éléments pour une ethnolinguistique de l'armée de terre française // *L'Information Grammaticale*, 1996. N. 69. Pp. 53-55.
11. Calame-Griaule G. Colloque « théorie et méthodes de l'ethnolinguistique » // *Journal des africanistes*, 1979, tome 49, fascicule 1, pp. 163-164.

## References

1. Alpatov V.M. *Istoriya lingvisticheskikh uchenii* [History of Linguistic Studies]. Moscow, Yazyki slavyanskoj kul'tury Publ., 2005. 368 p.
2. Yartseva V. N., Yartsev N. *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* [Linguistic Encyclopaedic Dictionary]. Moscow, Sov. Encyclopaedia Publ., 1990. 683 p.
3. Kabakova G.I. *Frantsuzskaya etnolingvistika: problematika i metodologiya* = *French Ethnolinguistics: Problematics and Methodology*, 1993, no. 6, pp. 100-113.
4. Martinet A.P. *Linguistics: Alphabetical Guide*; ed. by. Martinet A.P. 1969. 490 p.
5. Maingueneau D. The ethnolinguistic turn of discourse analysis. *Langages*, 1992, is. 105, pp. 114-125.
6. Calame-Griaule G. Ethnology and language sciences. Language sciences in France in the 20th century; ed. by Pottier B. P. 1992. 593 p.
7. Calame-Griaule G. Maurice Leenhardt, pioneer of ethnolinguistics. *Journal of the Oceanist Society*, 1978, vol. 34, is. 58-59, pp. 43-44.
8. Métais P. The ethnological and sociological work of Maurice Leenhardt. *Journal of the Société des océanistes*, 1954, vol. 10, pp. 51-69.
9. Pottier B. The field of etholinguistics. *Language*, 1970, is. 18, pp. 3-11.
10. Paveau M.-A. The language of the military. Elements for an ethnolinguistics of the French army. *L'Information Grammaticale*, 1996, is. 69, pp. 53-55.
11. Calame-Griaule G. Colloquium on the theory and methods of ethnolinguistics. *Journal of the Africanists*, 1979, vol. 49, is. 1, pp. 163-164.

## Информация об авторе / Information about the Author

**Верещагина Ника Васильевна**, аспирант кафедры общего и сравнительного языкознания, Московский государственный лингвистический университет, г. Москва, Российская Федерация  
e-mail: nik.vereschagina@yandex.ru

**Nika V. Vereshchagina**, Post-Graduate Student at the Department of General and Comparative Linguistics, Moscow State linguistic University, Moscow, Russian Federation  
e-mail: nik.vereschagina@yandex.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 81

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-63-72>



## Система именований персонажей в повести А.П. Гайдара «Судьба барабанщика»

И. В. Кочергина<sup>1</sup> ✉, И. С. Климас<sup>2</sup>, И. А. Михайлов<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

<sup>2</sup>Курский государственный университет  
ул. Радищева, д. 33, г. Курск 305000, Российская Федерация

✉ e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

### Резюме

В статье рассматривается вопрос о системе именований персонажей в повести А.П. Гайдара «Судьба барабанщика». В работе уделяется внимание языку художественной прозы писателя как источнику для подробного лингвистического анализа. Новизна исследования видится в том, что в статье впервые дается систематический анализ именований героев в повести и проводится сопоставление с идеологической основой произведения. Актуальность исследования связана с необходимостью подробного изучения языка художественной прозы А.П. Гайдара, а анализ системы именований персонажей является одним из его аспектов. В статье рассматривается понятие синонимии имен собственных, говорится об ее условности. Для анализа было взято понятие антроподублетности, которое позволяет относить и имена нарицательные в систему именований персонажей повести. В статье доказано, что принципы именований показательны. Доказывается, что произведение строится на контрасте «свой – чужой», именно с этим делением связан принцип наделения героев именами. В статье авторы дают специальные формулы именований, демонстрирующие типичные модели именований персонажей повести. Авторы указывают на динамику номинации, которая зависит от восприятия человека. Многие имена в процессе развития сюжета заменяются на экспрессивные и непринужденные. Авторы останавливаются на особенностях детской речи, которые также играют особую роль в номинации героев и показывают неповторимость восприятия детьми окружающих их людей. В статье также рассматриваются безымянные герои и объясняется отсутствие их номинаций. Доказано, что такие герои являются воплощением какой-то определенной идеологии, которой писатель уделяет особое внимание.

**Ключевые слова:** ономастикон; имя собственное; система именований; конкретизатор; аппеллятив; аппеллятивные конструкции; псевдоименования; антроподублеты.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Кочергина И. В., Климас И. С., Михайлов И. А. Система именований персонажей в повести А.П. Гайдара «Судьба барабанщика» // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 63-72. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-63-72>.

Статья поступила в редакцию 12.02.2023    Статья подписана в печать 21.03.2023

Статья опубликована 05.09.2023

© Кочергина И. В., Климас И. С., Михайлов И. А., 2023

## The System of Naming Characters in the Story of A.P. Gaidar “The Fate of the Drummer”

Irina V. Kochergina<sup>1</sup> ✉, Irina S. Klimas<sup>2</sup>, Igor A. Mikhailov<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Southwest State University

50 Let Oktyabrya Str., 94, Kursk 305040, Russian Federation

<sup>2</sup>Kursk State University

33, Radishcheva Str., Kursk 305000, Russian Federation

✉ e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

### Abstract

*The article deals with the issue of the naming system of characters in the story of A.P. Gaidar "The Fate of the drummer". The paper pays attention to the language of the writer's fiction as a source for detailed linguistic analysis. The novelty of the research is seen in the fact that the article for the first time gives a systematic analysis of the names of the characters in the story and compares it with the ideological basis of the work. The relevance of the research is connected with the need for a detailed study of the language of A.P. Gaidar's fiction, and the analysis of the system of naming characters is one of its aspects. The article discusses the concept of synonymy of proper names, talks about its conditionality. For the analysis, the concept of anthropodubility was taken, which allows us to include common names in the naming system of the characters of the story. The article proves that the naming principles are indicative. It is proved that the work is based on the contrast of "friend and foe", it is with this division that the principle of giving heroes names is connected. In the article, the authors give special naming formulas that demonstrate typical naming patterns of the character of the story. The authors point to the dynamics of the nomination, which depends on the perception of a person. Many names in the process of plot development are replaced by expressive and relaxed ones. The authors dwell on the features of children's speech, which also play a special role in the nomination of heroes and show the uniqueness of children's perception of the people around them. The article also discusses nameless heroes and explains the absence of their nominations. It is proved that such heroes are the embodiment of a certain ideology, to which the writer pays special attention.*

**Keywords:** onomasticon; proper name; naming system; specifier; appellative; appellative constructions; pseudonyms; anthropodublets.

**Conflict of interest:** The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Kochergina I. V., Klimas I. S., Mikhailov I. A. The System of Naming Characters in the Story of A.P. Gaidar "The Fate of the Drummer". *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 63–72 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-63-72>.

Received 12.02.2023

Accepted 21.03.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

Язык художественной прозы А. П. Гайдара – явление столь же яркое, интересное и своеобразное, как и личность самого писателя. В советские годы он был кумиром молодежи, одним из самых любимых и читаемых авторов, на его произведениях воспитывалось подрастающее поколение, повести и рассказы Гайдара были включены в школьную программу, ши-

роко изучались. Аркадий Гайдар в максимальной степени имел право называться «официальным классиком советской детской литературы». Однако в постсоветскую эпоху произошел резкий поворот от сформированного советской критикой стереотипного образа-иконы замечательного детского писателя, патриота до обличения «безжалостного карателя», не ценящего человеческие жизни не

только врагов советской власти, но и простых людей, далеких от политической борьбы. Аркадий Гайдар, по меткому выражению Б.Н. Камова, стал «мишенью для газетных киллеров» [1].

А.П. Гайдар – талантливый художник слова, объединивший в своих произведениях чистый мир детства и непростые военные события.

«Говорить об этом писателе легко», он человек-легенда, о нем очень часто говорят как об эпохальной фигуре, потому что его жизнь во многом была определена именно эпохой [2, с. 10].

В настоящее время интерес к личности писателя справедливо растет, ведется активное изучение особенностей языка художественных произведений Гайдара.

Однако к началу XXI в. интерес к творчеству забытого писателя, ставшего жертвой политических амбиций в новой России, начал закономерно возрождаться. Начало этого процесса образно обозначили И. Арзамасцева в публикации «О Гайдаре, оставленном позади» [3] и А. Панфилов «Какого цвета осколки “Голубой чашки”: Мы совсем забыли, как и о чём писал Гайдар» [4]. Обращение к гайдаровским произведениям особенно активизировалось в юбилейные годы, начали проводиться научные конференции, появились статьи и монографии, посвященные поэтике и стилистике его текстов, а также немногочисленные исследования отдельных вопросов лингвистики [5; 6; 7; 8, 9 и т.д.]. Безусловно, имя и личность А.П. Гайдара является частью истории и культуры России, можно с уверенностью сказать, что его произведения возвращаются в жизнь и приобретают актуальность.

Каменецкая С.Б. отмечала, что «тайна произведений писателя – подтекст, достаточно серьезный для детской повести» [10, с. 16].

О.Н. Трубачев писал: «...Имя собственное – визитная карточка, с нее приличествует начинать знакомство со страной, ее регионами, городами, селениями

и, главное, с населяющими и населявшими ее людьми» [11].

Следует сказать о том, что онимы занимают особое место не только в языковой системе, но и в художественных произведениях. В единой эстетически организованной системе художественного текста, как отмечают исследователи, так или иначе имена собственные получают семантические преобразования: общеупотребительные онимы, перенесенные на новые объекты (художественные образы); перенесение известных литературных имен из ранее опубликованных произведений на новые художественные образы; имена и названия «полуреальные», то есть построенные по типовой языковой модели с некоторым фонетическим изменением реальной исторической формы имени и фамилии; созданные по определенным моделям имена, фамилии и прозвища с семантически обнаженной «говорящей» формой [11]. Ономастический компонент способен актуализировать некий культурно значимый текст [13, с. 30].

Имена в художественных произведениях, по мнению А.В. Суперанской, занимают промежуточное положение между именами реальных и вымышленных предметов, потому что денотаты их конструируются на основе опыта писателя, но не обязательно существуют в действительности, они создаются по моделям имен реальных или нереальных предметов с учетом принадлежности к определенному ономастическому полю [11, с. 28–30].

Основными методами исследования в данной статье являются описательный, сопоставительный и метод контекстного анализа, что позволяет описать именования различных персонажей и сопоставить их друг с другом.

## Результаты и обсуждение

Ономастикон произведений писателя представлен разнообразными именованиями: индивидуальными антропони-

мами, называющими взрослых героев (Данила Егорович, Гориков, Барышев, Онуфриха и проч.), номинации детей (Тимур, Фигура, Жиган, Павлик Фомин и проч.), зоонимами (Смелый, Шмель, Пегашка) и большим числом топонимов в их разнообразии (Москва, Бессарабия, *Песочный переулочек и др.*). Онимы занимают важное место в языке произведений Гайдара, многие из них имеют биографическую основу [15, с. 11].

В данной статье мы рассмотрим систему именований персонажей в повести А.П. Гайдара «Судьба барабанщика». Однако отметим, что в эту систему мы будем включать не только непосредственно онимические единицы, но и их синонимы, выраженные именами нарицательными.

Среди ученых-лингвистов нет единого мнения о явлении синонимии в системе имен собственных. Например, Л.П. Калакуцкая отмечает, что ономастика не входит «в синонимические и некоторые другие отношения, свойственные апеллятивной лексике» [11, с. 29].

В противоположность синонимии имен нарицательных «синонимия» (если ее можно так назвать) собственных имен – это принципиально иное явление, не опирающееся на связь с понятием и базирующееся лишь на тождественности объектов, которые служат своеобразными центрами, вокруг которых концентрируются имена. Подобная синонимия условна [17, с. 298].

На наш взгляд, наиболее удачным является предложенное А.Н. Антышевым обозначение данного явления термином *антроподублетность*, который является следствием социально, хронологически и коммуникативно-функционально обусловленной необходимости именовать один и тот же объект в различных условиях общения по-разному, что детерминировано средой, эпохой, обстановкой, характером людей, вступающих в коммуникацию [11, с. 28].

Опираясь на мнение Антышева, в систему именования персонажей «Судьбы барабанщика» будем относить и имена нарицательные, дающие характеристику персонажа или называющие его.

Эта повесть является одним из самых значительных, «программных» произведений писателя. Она сыграла важную роль и в судьбе самого Гайдара: за её публикацию то боролись различные издания и издательства, то прекращали печатать и уничтожали тираж. «Проклятая “Судьба барабанщика” крепко по мне ударила», – запись в дневниках 1939 года [19: т. 4, с. 537]. А.П. Гайдар отмечал в автобиографии: «Эта книга не о войне, но о делах суровых и опасных – не меньше, чем сама война» [11, с. 25]. По мнению Каменецкой, главная мысль повести спрятана достаточно далеко, но она проявляется фразами о пленных китайцах, «которым японцы рубят головы кривыми мечами», в нем и по-новому звучит слово барабанщик. Это тот, кто первым берет удар на себя, «бьет тревогу и выпрямляется» [20, с. 17].

### **Именования положительных персонажей («своих»)**

Действие повести разворачивается в середине 1930-х гг. Главный герой произведения – мальчик Сережа. Главный герой – пионер, юный барабанщик. Основной сюжета является повествование о сложных, порою трагических событиях в жизни юного героя, оставшегося без родителей, о взрослении его души. Характер Сергея Щербачова, его идеалы формируются во взаимодействии с окружающими, в разных обстоятельствах [11].

Система и принципы именования в «Судьбе барабанщика» очень показательны [11, с. 25–26]. Поскольку повесть посвящена описанию непростого времени в развитии страны, когда закладывались основы нового мировоззрения и была острая борьба с враждебной идеологией, произведение строится на контрасте, противопоставлении сфер «своего» и «чужого», как в устном народном твор-

честве. С этим делением соотносится именование персонажей. «Свои» – это простые достойные люди в жизни главного героя (и его отца), честно выполняющие дело, как взрослые, так и юные, отношения которых отличаются чистотой и серьезностью.

Как правило, писатель, впервые представляя героя, использует конкретизаторы, однако сказовая манера повествования от лица «барабанщика» Сергея вносит в характеристику разговорный оттенок и личностные нотки. Нередко формула включает, помимо апеллятива (*дворник, возжатый* и т.п.), еще и определения – местоимения и прилагательные, указывающие на принадлежность к «своему» кругу: *старый* (= ‘давний’) *отцовский товарищ* *Платон Половцев*, *наш дворник дядя Николай*, *возжатый нашего отряда Павел Барышев*. Таким образом, наиболее типичной для первого именования персонажа в повести Гайдара является модель, которую можно условно обозначить *anN*.

Безусловно, в создании фонда номинаций в произведении нашли отражение и особенности детской речи: оценочная суффиксация (*дочка Нина, Славка, Юрка* и проч.), употребление терминов родства (*дедушка, тетя*) при именовании взрослых.

Персонажи «своего» круга могут называть друг друга одинаково, подчеркивая близость и теплоту. Так, Сергей использует субстантиват *глупая* по отношению к подруге Нине Половцевой во время салюта, который навел ей мысли о войне и обстреле («*Что ты бормочешь, глупая!*...»). А Нина называет своего товарища *глупым* в совершенно романтической обстановке, когда они отпускают в небо воздушные шары и представляют себя ими, летящими в небе («*Правей лети, глупый, правей!*»). Эти слова, изначально имеющие отрицательную коннотацию с точки зрения характеристики человека, в данной ситуации, напротив, по-

казывают трепетное и нежное отношение героев друг к другу.

Еще одной особенностью номинации «своих» является ее динамика, демонстрирующая изменения в восприятии человека. Например, нейтральное имя *Слава* в процессе общения, лучше узнав и полюбив нового друга, Сергей заменяет на более экспрессивное и непринужденное *Славка*.

### Именования отрицательных персонажей («чужих»)

Подобной динамики не наблюдается при обозначении отрицательных персонажей, лиц «чужого» круга: они изображены более схематично, как бы однозначно воспринимаемыми, статичными, застывшими в своем образе. Так, для обозначения Сережиного ровесника, «прохвоста и выжиги», используется двучленное, не как для близкого человека, включающее фамилию именование с оттенком пренебрежения – *Юрка Ковякин*. Аналогичным образом назван и взрослый персонаж, *Витька Чесноков*, вовлеченный в историю с обманом и мошенничеством по отношению к главному герою.

Интересной деталью в системе именования является то, что лица сферы «чужого» получают как бы псевдо-имена, имена-маски, поскольку их главное качество – лживость, стремление скрыть, исказить истинную суть вещей.

Например, появившийся в жизни главного героя вместе со лже-дядей «старик Яков» представлен множеством псевдоименований: при знакомстве с доверчивым мальчиком и в дальнейшем в разных ситуациях общения «дядя» называет своего поделщика *другом, могучим дубом* («...пошумишь, дуб...»), *идеалистом и романтиком, ученым, старым партизаном-чапаевцем, политкаторжанином, орлом, кориуном, вечно юным стариком-мечтателем*. Когда Сергей присматривается к этому человеку, у него складывается совершенно иное представление о нем. Здесь Гайдар умело использует прием противопоставления, что заставляет

читателя неоднозначно отнести к новому герою:

*У него была квадратная плешивая голова, на макушке лежал толстый, вероятно полученный в боях шрам. Лицо его было покорябано оспой, а опущенные кончики толстых губ делали лицо его унылым и даже плаксивым («Судьба барабанщика», т. 2, с. 327).*

Мы видим, что портрет персонажа абсолютно не соответствует данным номинациям. «Старик Яков» оказывается жестоким и безжалостным убийцей, а не заслуженным ветераном: в повести неоднократно подчеркиваются его сходство со зверем, крепкие мышцы. У него чужие награды и чужие имена, он не-старик, не-герой, не-чапаевец и т.д. Поэтому подросток, осознавая лживость героя, начинает добавлять к его стабильному именованию негативно характеризующие определения:

*А может быть, все, что случилось в вагоне, это задумано злым и хитрым стариком Яковым («Судьба барабанщика», т. 2, с. 354).*

Так же двуличен и Юрка Ковякин с не принадлежащим ему значком ворошиловского стрелка, и его знакомые «юноши» (обозначение в тексте дается в кавычках, в противоположность настоящему *цуноше* Сергею). Представляя Сереже своих приятелей, Юрка называет их самые обычные имена, скорее всего, не настоящие: *Женя, Петя и Володя* – и дает им вымышленные характеристики: *«Огонь-ребята и все, как на подбор, отличники»*. Однако главный герой интуитивно чувствует лживость сущности этих людей, которых для себя определил как *«три задумчивых молодца»* в разговорном пренебрежительном значении ‘пособник, приспешник или участник каких-л. реакционных, вражеских и т.п. групп, организаций’ [МАС, т. 2, с. 291]. Неслучайно во внутреннем монологе Сергея данные Юркой определения автор приводит в кавычках, как ложные, не соответствующие действительности:

*«Огонь-ребята» и «отличники» – Женя, Петя и Володя, – как по команде, повернулись в мою сторону, внимательно оглядели меня, и, кажется, я им чем-то не понравился <...>*

*«Огонь-ребята» молча поклонились мне, а я чуть покраснел... («Судьба барабанщика», т. 2, с. 304)*

*... «огонь-ребята» улыбнулись, переглянулись... («Судьба барабанщика», т. 2, с. 307).*

Следовательно, персонажи «чужого», враждебного мира получают в произведении А. Гайдара неистинные, лживые, псевдо-именования из уст представителей того же самого мира. Если нарицательное имя объединяется для их характеристики с собственным, то не для того чтобы дополнить, уточнить информацию о каком-то лице, а, наоборот, затемнить, исказить ее, дать ложные сведения. Формулу именовании типа *старик Яков* мы можем изобразить как *«n(a)N* или *не-n(a)N*.

С этой точки зрения, интересно рассмотреть обозначения в повести такого персонажа, как Валентина, мачеха Сережи. Ее образ занимает как бы переходное, промежуточное положение между «своими» и «чужими». Ввод в повествование осуществляется так же, как и для представителей «своего» для главного героя мира: *Валентина Долгунова, красивая девушка*. Однако далее именование *Валентина* остается стабильным, нединамичным и безликим, никак не меняется; так ее называют сам Сергей, «свои» и «чужие», дети и взрослые (Юрка, «дядя», Павел Барышев). Уехав на Кавказ с новым спутником жизни, Валентина бросает на произвол судьбы своего юного пасынка, по сути, предает его, переходя из близкого окружения в разряд «чужих». Двойственность образа можно охарактеризовать с помощью отрицания, как для персонажей данной сферы: это не-мать, которая так бы не поступила, но и не-

сестра для лже-дяди. Сущность героини автор повести оценивает словами Сергея, который понимал, что Валентина была отчасти виновата в его бедах:

*«...Приходилась она мне не матерью и даже теперь не мачехой, но была она все же человек не злой, когда-то баловала меня и даже иногда покрывала мои озорные проделки, особенно когда я по-малкивал и не говорил отцу, кто ей без него звонил по телефону...»* («Судьба барабанщика», т. 2, с. 298).

### Особенности именований безымянных героев

Необходимо обратить внимание также на тот факт, что некоторые персонажи повести, в том числе играющие значимую роль в произведении, остаются безымянными.

Отец Сергея – лицо, остающееся за рамками сюжета и появляющееся только в прологе и эпилоге. Это обобщенный образ человека, которому сын хочет подражать, обозначаемый как *отец, папа*, но не идеальный герой.

Антагонист – «дядя». Обобщенный образ врага. В ходе развития сюжета меняется восприятие этого персонажа, отношение к нему Сергея – меняются конкретизаторы. При первом появлении «дяди» у главного героя возникает тревога (*вор*), далее: *жулик – мошенник – негодяй – бандит* – официально *шпион*.

*Вор был в нашей квартире!* («Судьба барабанщика», т. 2, с. 324)

*А мой дядя и его знаменитый друг, как я тогда подумал, были, вероятно, отъявленные мошенники* («Судьба барабанщика», т. 2, с. 324...)

*Очевидно, это был бандит смелый и опасный* («Судьба барабанщика», т. 2, с. 324...).

Безумная старуха – осколок прежней жизни – и ее сын. «Дядя» использует по отношению к ней псевдо-имена (*нежный*

*цветочек* и т.д.), в то время как Сережа видит ее истинную сущность: злобная, жестокая, воровка с замашками барыни.

Итак, собственных имен не имеют герои, являющиеся абсолютным воплощением какой-то идеи. Это взрослые персонажи, по-разному влияющие на становление юного барабанщика Сергея, на выбор им правильного жизненного пути.

Напротив, некоторым эпизодическим или единично встречающимся в сюжете персонажам писатель дает имена с целью создания достоверности, фактографичности изображаемого. Однако эти имена могут быть вымышленными, как у приятелей Юрки Ковякина (об этом говорилось выше), или случайными, ничем не мотивированными, что подчеркивает сам автор:

*Валентина вышла замуж за инструктора Осоавиахима, кажется, по фамилии Лобачов* («Судьба барабанщика», т. 2, с. 297)...)

### Выводы

Таким образом, проанализировав собственные имена и возможность их замен в повести «Судьба барабанщика», мы установили, что именование персонажей в «Судьбе барабанщика» связано с идеей их разделения на «своих» и «чужих» по отношению к главному герою: (1) для лиц из лагеря «чужих» характерны фальшивые лже-имена, несуществующие или псевдо-имена, за которыми они прячутся сами или дают другим; вводная формула для их называния – *n(a)N* или *не-n(a)N*; (2) динамика именований более присуща образам «своих» персонажей (*Слава – Славик*), поскольку автор показывает их в развитии с точки зрения отношения центрального героя; (3) возможны переходные типы между двумя этими группами (*Валентина*). Персонажи, аккумулирующие какую-то идею и

являющие собой соответствующий обобщенный образ, собственного имени в повести не имеют (лже-дядя – образ врага). Поскольку произведение А. Гайдара написано в сказовой манере и повествование ведется от лица главного героя – юного барабанщика Сергея Щербачова, в системе именований персонажей отра-

жаются особенности детской речи (*дядя Николай, Юрка* и т.п.). Данное исследование позволяет подчеркнуть необходимость углубленного исследования языка художественной прозы А.П. Гайдара и отдельных ее аспектов, подчеркивающих мастерство писателя.

### Список литературы

1. Камов Б. Н. Аркадий Гайдар. Мишень для газетных киллеров. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2011. 532 с.
2. Доронина Т.В. Аркадий Гайдар: личность и судьба // Литературные чтения, посвященные 100-летию со дня рождения А.П. Гайдара (1904–1941): сборник материалов / сост. Е.М. Капустина. Курск: Курск. обл. науч. б-ка им. Н.Н. Асеева, 2004. С. 9–13.
3. Арзамасцева И. Н. О Гайдаре, оставленном позади // Дет. лит-ра. 1997. № 1. С. 14–18.
4. Панфилов А. Какого цвета осколки «Голубой чашки»: мы совсем забыли, как и о чем писал Гайдар // Первое сент. 1999. С. 6.
5. Атрощенко А.Ф. Путь к свету: о языковой картине мира А.П. Гайдара // Аркадий Гайдар и круг детского и юношеского чтения: сб. ст. Арзамас, 2011. С. 4–10.
6. Гаврий М.С. Наречия в художественном тексте как способ отображения внутреннего мира героя // Аркадий Гайдар и круг детского и юношеского чтения: сб. ст. Арзамас, 2001. С. 10–12.
7. Основина Г.А. Пронзительная сила слова... // Русский язык в школе. 2003. № 6. С. 57–60.
8. Харченко В.К. Слова «крепкий», «крепко» в художественных текстах А.П. Гайдара // Идеино-художественное наследие А.П. Гайдара и его место в советской литературе и в практике коммунистического воспитания молодежи: тезисы докл. Всесоюзн. научно-метод. конференции. Арзамас: Арзамасский гос. пед. ин-т, 1989. С.55–56.
9. Харченко В.К. Детский дискурс в художественной интерпретации А.П. Гайдара // Курское слово. 2013. №10. С. 24–31.
10. Каменецкая С.Б. Особенности поэтики А.Н. Гайдара // Литературные чтения, посвященные 100-летию со дня рождения А.П. Гайдара (1904–1941): сборник материалов / сост. Е.М. Капустина. Курск: Курск. обл. научн. б-ка им. Н.Н. Асеева, 2004. С. 16–18.
11. Климас И.С., Кочергина И.В. К проблеме синонимии онимов (именования главного героя повести А.П. Гайдара «Судьба барабанщика») // Курское слово. 2021. № 24. С. 25–30.
12. Беспалова Е.А. Фразеологизмы мифологического происхождения с компонентом -прецедентным именем: особенности строения и употребления (на примере газетных текстов) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. № 69. С. 29–46.
13. Суперанская А.В. Теория и методика ономастических исследований. М.: Наука, 1986. 256 с.

14. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 366 с.

## References

1. Kamov B. N. *Arkadij Gajdar. Mishen' dlya gazetnyh killerov* [Arkady Gaidar. A target for newspaper killers]. Moscow, OLMA Media Grupp Publ., 2011. 532 p.
2. Doronina T.V. [Arkady Gaidar: personality and destiny]. *Literaturnye chteniya, posvyashchennye 100-letiyu so dnya rozhdeniya A.P. Gajdara (1904–1941). Sbornik materialov* [Literary readings dedicated to the 100th anniversary of the birth of A.P. Gaidar (1904-1941). Collection of materials]. Kursk, 2004, pp. 9–13 (In Russ.).
3. Arzamasceva I. N. O Gajdare, ostavlennom pozadi [About Gaidar, left behind]. *Det. lit-ra = Det. lit-ra*, 1997, no. 1, pp. 14–18.
4. Panfilov A. Kakogo cveta oskolki "Goluboj chashki": my sovsem zabyli, kak i o chem pisal Gajdar [What color are the fragments of the "Blue Cup": we completely forgot how and what Gaidar wrote about]. *Pervoe sent = First Sept*, 1999. P. 6.
5. Atroshchenko A.F. [The Way to the light: about the linguistic picture of the world of A.P. Gaidar]. *Arkadij Gajdar i krug detskogo i yunosheskogo chteniya* [Arkady Gaidar and the circle of children's and youth reading]. Arzamas, 2011, pp. 4–10 (In Russ.).
6. Gavrij M.S. [Adverbs in a literary text as a way of displaying the inner world of the hero]. *Arkadij Gajdar i krug detskogo i yunosheskogo chteniya. Sb. st.* [Arkady Gaidar and the circle of children's and youth reading. Collection]. Arzamas, 2001, pp. 10–12 (In Russ.).
7. Osnovina G.A. Pronzitel'naya sila slova... [The piercing power of the word ...]. *Russkij yazyk v shkole = Russian at school*, 2003, no. 6, pp. 57–60.
8. Harchenko V.K. [The words "strong", "strong" in the artistic texts of A.P. Gaidar]. *Idejno-hudozhestvennoe nasledie A.P. Gajdara i ego mesto v sovetskoj literature i v praktike kommunisticheskogo vospitaniya molodezhi* [The ideological and artistic heritage of A.P. Gaidar and his place in Soviet literature and in the practice of communist education of youth]. Arzamas, 1989, pp. 55–56 (In Russ.).
9. Harchenko V.K. Detskij diskurs v hudozhestvennoj interpretacii A.P. Gajdara [Children's discourse in the artistic interpretation of A.P. Gaidar]. *Kurskoe slovo = Kursk Word*, 2013, no. 10, pp. 24–31.
10. Kameneckaya S.B. [Features of A.N. Gaidar's poetics]. *Literaturnye chteniya, posvyashchennye 100-letiyu so dnya rozhdeniya A.P. Gajdara (1904–1941). Sbornik materialov* [Literary readings dedicated to the 100th anniversary of the birth of A.P. Gaidar (1904-1941). Materials of the collection]. Kursk, 2004, pp. 16–18 (In Russ.).
11. Klimas I.S., Kochergina I.V. K probleme sinonimii onimov (imenovaniya glavnogo geroya povesti A.P. Gajdara "Sud'ba barabanshchika") [On the problem of synonymy of onyms (naming the main character of A.P. Gaidar's story "The Fate of the Drummer")]. *Kurskoe slovo = Kursk Word*, 2021, no. 24, pp. 25–30.
12. Bepalova E.A. Frazеologizmy mifologicheskogo proiskhozhdeniya s komponentom - precedentnym imenem: osobennosti stroeniya i upotrebleniya (na primere gazetnyh tekstov) [Phraseological units of mythological origin with a component - a precedent name: features of structure and use (on the example of newspaper texts)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Bulletin of Tomsk State University. Philology*, 2021, no. 69, pp. 29–46.

13. Superanskaya A.V. *Teoriya i metodika onomasticheskikh issledovanij* [Theory and methodology of onomastic research]. Moscow, Nauka Publ., 1986. 256 p.
14. Superanskaya A.V. *Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo* [General theory of the proper name]. Moscow, Nauka Publ., 1973. 366 p.

### Информация об авторах / Information about the Authors

**Кочергина Ирина Владимировна**, старший преподаватель кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

**Irina V. Kochergina**, Senior Lecturer of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

**Климас Ирина Сергеевна**, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, Курский государственный университет, г. Курск, Российская Федерация  
e-mail: iklimas@mail.ru

**Irina S. Klimas**, Doctor of Sci. (Philological), Professor of the Russian Language Department of Kursk State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: iklimas@mail.ru

**Михайлов Игорь Александрович**, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация  
e-mail: igor mikhajlov@mail.ru

**Igor A. Mikhailov**, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: igor mikhajlov@mail.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 81'42

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-73-81>



## Способы создания негативного образа России в политическом дискурсе Грузии

О. Ф. Ахметгареева<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Военный университет Министерства Обороны  
Волочаевский проезд, д. 3/4, г. Москва 111033, Российская Федерация

✉ e-mail: oksanafed1979@mail.ru

### Резюме

Важность данного исследования объясняется непосредственной связью рассматриваемой в нем проблематики с приоритетными направлениями развития современной антропоцентрически и функционально ориентированной лингвистики, обуславливающими научный интерес к изучению языка и проблематике речевого воздействия на сознание индивидов, в том числе к эксплицитной форме воздействия. В статье рассматриваются некоторые способы создания образа России в политическом дискурсе современной Грузии в условиях межгосударственного конфликта, активно применяемые в информационной войне и реализуемые путем использования тактики создания образа врага, что представляется наивысшей формой дискредитации имиджа России. В работе освещаются особенности функционирования языковых средств, используемые в технологии демонизации противника с учетом таких факторов, как ситуация общения, ее характеристики. Правильное использование способов речевого воздействия, их выразительных возможностей способствует достижению желаемого результата.

Данное исследование актуально для специалистов, занимающихся изучением дискурса, национальных и лингвокультурных особенностей политического дискурса, а также для лиц, интересующихся способами создания негативных образов вероятного противника у массового адресата.

**Ключевые слова:** информационная война; государственность; национализм; политическая коммуникация; дискурс; демонизация; агрессия.

**Конфликт интересов:** Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Ахметгареева О. Ф. Способы создания негативного образа России в политическом дискурсе Грузии // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 73-81. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-73-81>.

Статья поступила в редакцию 04.03.2023      Статья подписана в печать 14.06.2023      Статья опубликована 05.09.2023

## Ways to Create a Negative Image of Russia in Georgia's Political Discourse

Oksana F. Akhmetgareeva<sup>1</sup>✉

<sup>1</sup>Military University of the Ministry of Defense

<sup>3/4</sup>, Volochaevsky proezd, Moscow 111033, Russian Federation

✉ e-mail: oksanafed1979@mail.ru

### Abstract

*The importance of this study due to the direct linkage of such issues to the priority directions of development of modern anthropocentric and functionally oriented linguistics that contributes to scientific interest in the study of language and issues of speech influence on the consciousness of individuals, including the explicit form of exposure. This article discusses some ways of creating the image of Russia in political discourse of modern Georgia in inter-state conflict that is actively used in information war and implemented by the use of the tactic of creating an enemy image, which appears to be the highest form of discrediting Russia's image. The paper highlights the features of the functioning of language tools used in the technology of demonization of the enemy, taking into account factors such as the situation of communication, its characteristics. Proper use of methods of speech influence, their expressive capabilities helps to achieve the desired result.*

*This study is relevant for specialists engaged in the study of discourse, national and linguistic and cultural features of political discourse, as well as for those interested in ways to create negative images of the likely enemy of the mass addressee.*

**Keywords:** information war; statehood; nationalism; political communication; discourse; demonization; aggression.

**Conflict of interest:** The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Akhmetgareeva O. F. Ways to Create a Negative Image of Russia in Georgia's Political Discourse. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 73–81 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-73-81>.

Received 04.03.2023

Accepted 14.06.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

Дискурсивный подход к изучению политических текстов подразумевает изучение их в конкретно заданной/ сложившейся политической ситуации, в отношении исследуемого текста с другими текстами и обязательным учетом идеологических и ценностных установок, транслируемых адресату, а также целеустановок автора текста, т.е. его интенций, эксплицитных или имплицитных. Устойчивый интерес к таким исследованиям объясняется политизированностью современного общества, тесным сотрудничеством политических элит со средствами массовой информации.

Понятие «дискурс» характеризуется многозначностью, что объясняет его применение многими авторами в значениях практически омонимичных. Дискурс (франц. discours, англ. discourse) - это: 1) связный текст; 2) устно-разговорная форма текста; 3) диалог; 4) группа высказываний, связанных между собой по смыслу; 5) речевое произведение как данность – письменная или устная [1]. Тем не менее, можно говорить о том, что благодаря усилиям ученых различных областей, теория дискурса оформляется в настоящее время как самостоятельная междисциплинарная область, отражающая общую тенденцию к интеграции в развитии современной науки [2].

В работах М.Фуко дискурс определен как «совокупность всего высказанного и произнесенного», а так же, как «расчлененные мыслительные представления, выраженные последовательным сочетанием словесных знаков» [3].

Под политическим дискурсом, вслед за Е.И. Шейгал, нами понимается «любая передача сообщений, предназначенная оказать влияние на распределение и использование власти в обществе» [4]. Дискурсивное проявление любой власти, в том числе и политической, реализуется в системе коммуникации между различными ее субъектами.

Политические и идеологические перемены и трансформации, произошедшие на постсоветском пространстве в конце 2000-х – начале 2010-х гг., способствовали проявлению новых националистических тенденций в государствах бывшего СССР. Положение Грузии в условиях сложившейся национальной ситуации отличалось от положения других постсоветских государств, так как в 1990-е годы контроль над «негрузинскими языковыми» территориями был утрачен, сохранив лишь то территориальное ядро, которое вошло в границы современной грузинской государственности<sup>1</sup>. Центром внимания грузинских политиков, в условиях активизировавшегося участия в публичной внутривнутриполитической и международной коммуникации, стала проблема взаимоотношений между Россией и Грузией. Особенно остро это проявилось после вооруженного конфликта в Южной Осетии, военного противостояния в августе 2008 г. между Грузией, с одной стороны, и Россией вместе с непризнанными республиками Южная Осетия и Абхазия, с другой. По мнению С.Н. Гриняева, Россия впервые столкнулась с полномасштабной информационной агрессией со стороны стран Запада, объединенных в военно-политическом блоке НАТО под руковод-

ством США. «Происходило формирование негативного образа России как агрессора. На такую удобренную почву потом упали информационные зерна с обвинениями России в нападении на Грузию» [5]. Мировое сообщество смотрело на конфликт глазами Тбилиси.

Осознание важной роли языка в мире политической коммуникации способствовало возникновению лингвистической проблемы соотношения языка и власти, агитации, пропаганды и политической рекламы, информативности и убедительности в политической коммуникации, изучения языка как инструмента политической власти и использования языка с целью воздействия на сознание общественных масс. В этом плане дискурсивное исследование одного из концептуальных документов национального уровня «Концепция национальной безопасности Грузии» [6] представляется нам важным, так как в нем нашли свое отражение направления внешней и внутренней политики Грузии, а также ее отношение к Российской Федерации. Кроме того, в документе отражены вопросы этничности, способствующие формированию массовых представлений людей в сфере межгосударственных, межэтнических отношений.

Целью нашего исследования является выделение и анализ лексем, применяемых для демонизации образа России в политическом дискурсе современной Грузии. Материалом для исследования служит «Концепция национальной безопасности Грузии», так как употребляемые в ней языковые (лексические) средства находят свое применение при формировании положительных или отрицательных образов как государств в целом (Грузия – Россия), так и отдельных политиков (Саакашвили – Путин). Эти средства реализуются в стратегиях и тактиках, применяемых в политической коммуникации, и выступают одним из эффективных оружий в информационных войнах. Основоположниками понятия «информационная война» считают воен-

<sup>1</sup> Более подробно см.: Военный обзор. URL: <https://militaryarms.ru>

ных экспертов, разработавших и сформулировавших доктрину информационной войны и знающих отдельные ее виды: штабная война, электронная война, психологические операции и др. На сегодняшний день специалисты, интересующиеся вопросами «информационных войн», оперируют несколькими десятками различных ее формулировок, в той или иной степени отражающими все стороны данного явления. Тем не менее, наличие разнообразных подходов и толкований, имеющих индивидуальные достоинства и недостатки, не позволяют отдать абсолютное предпочтение ни одному из них. Общей чертой, характерной для многочисленных определений, является фокусирование внимания заинтересованного исследователя на тех конфликтно маркированных социальных явлениях, взаимоотношениях и коммуникативных процессах, которые можно выделить в отдельную группу с условным наименованием «информационная война».

Профессор Цымбал В.И., один из авторитетных отечественных специалистов в области информационного противоборства, выделяет в информационной войне широкий и узкий смысл, где в широком смысле информационная война – один из способов противостояния между государствами, которое осуществляется, главным образом, в мирное время, где объектом воздействия, наряду с вооруженными силами, являются: гражданское население, общество в целом, государственные административные системы, структуры производственного управления, наука, культура и т.д. В узком смысле информационная война есть один из способов достижения подавляющего преимущества над противником в процессе получения, обработки, использования информации для выработки эффективных административных решений, а также успешного осуществления мероприятий по достижению превосходства над противником [7].

В «Большом юридическом словаре» дается следующая трактовка понятия:

«Информационная война – действия, направленные на достижение информационного превосходства, поддержку национальной военной стратегии посредством воздействия на информацию и информационные системы противника при одновременном обеспечении безопасности и защиты собственника информации» [8].

В отличие от вооруженных конфликтов, где тысячи людей, испытывая физическую боль и телесные страдания, становятся жертвами, информационная война бескровна. Мишенью информационной войны является сознание людей, их идеология, исповедуемые ими ценности. Средство нападения, применяемое в информационной войне, не стреляет, не взрывается, не наносит телесных повреждений, не причиняет увечий. И это средство – СЛОВО, при эффективном применении которого информация сегодня стала настолько мощным фактором, что при правильном ее дозировании и использовании возможно оказывать значительное влияние на историческое развитие глобализирующегося общества, а также на социально-экономические и политические процессы. Неограниченными возможностями глобального информационно-коммуникативного пространства стремятся максимально воспользоваться политики, просторы Интернет и СМИ превратились в обширное поле коммуникативной деятельности, а текст – в эффективное орудие воздействия на массовую аудиторию. Это непосредственно касается политиков, которые в силу своей профессиональной деятельности вынуждены выступать с обращениями, общаться с многочисленной аудиторией и профессионально занимаются обеспечением взаимопонимания, урегулированием конфликтов, поиском новых форм общения в глобальном информационном пространстве, активно используя языковые средства идеологического воздействия. Информационное оружие выполняет функцию проводника идей, необходимых для

манипулирования сознанием общественных масс.

За политическим дискурсом и реализуемыми в нем языковыми средствами стоит политическая власть, которая фактически порождает систему языковых норм и языкового кода, обеспечивающего коммуникативную связь, а тем самым символическое господство и регулирование социально-политических отношений. Острая необходимость знания и понимания настроения участников/коммуникантов политического дискурса, а также их отношения к важным общественно-политическим событиям, возникает в периоды «информационных войн», когда мировому сообществу подается поток информации, не соответствующей реальным событиям, что способствует формированию у него искаженного представления о причинах, сути, характере межгосударственного или локального конфликта. Для каждой из конфликтующих сторон приоритетной задачей является формирование положительного имиджа для себя и демонизация образа противника как в глазах мирового сообщества, так и в сознании своих граждан.

В статье политический дискурс рассматривается в контексте заданной ситуации, существующей культурной традиции и в контексте господствующей идеологии в современной Грузии. Системное изучение политического дискурса с точки зрения современной лингвистики позволяет выявить способы и средства языкового выражения различных стереотипов и предубеждений, определить методы формирования образов отдельных политических лидеров и/или государств. Межэтнические конфликты и военные действия выступают своего рода катализатором языковых стратегий и тактик, наиболее частотно применяемых в период межгосударственных вооруженных противостояний. Интенсивное информационное сопровождение значимых социально-политических событий в своих интересах способствовало возникнове-

нию понятия «информационная война». Коммуникативные границы политического дискурса не ограничены, а глобальное информационно-коммуникативное пространство является «плацдармом» для ведения информационных войн, проводимых параллельно с боевыми действиями.

## Результаты и обсуждение

Изучение лексической составляющей дискурса представляет особый интерес, т.к. её специфика заключается не столько в применении каких-либо особенных языковых структур в тексте, сколько в таком изменении соотношения между означаемым и означающим, при котором лексические единицы хорошо знакомого языка получают «нужную» автору текста интерпретацию, а изначально понятные адресату ситуации также получают освещение «в нужном ракурсе», в результате чего вещи «перестают называться своими именами», например, *ruseTis federaciis mxridan axali samxedro agresiis riski* – *риск новой военной агрессии со стороны Российской Федерации*. Слово сочетание «военная агрессия» выступает эвфемизмом лексемы «война». Соответственно частотное употребление данного словосочетания создает негативный образ России в целом и вооруженных сил Российской Федерации в частности.

Для политического текста характерно наличие некоторых неэксплицитных смыслов, отличных от буквальных и, быть может, прямо противоположных им. Часто считается, что этот самый неэксплицитный смысл и есть «истинный» смысл политического текста [9].

Например:

*ruseTis faderaciis samxedro agresiam gaauaresa mTeli kavkasiis regionis usafrTxoebis garemo.* – *Военная агрессия Российской Федерации ухудшила сферу безопасности всего кавказского региона.*

В данном примере истинным смыслом выступает тезис о том, что крупный стратегический регион находится под угрозой, а агрессором является Россия.

Наиболее значимые явления мировой политики находят свое отражение в печатных изданиях информационного характера, СМИ, и, конечно же, глобальной сети Интернет, где в информационных атаках реализуются различные стратегии и тактики речевого воздействия, характерные для политического дискурса. По нашему мнению, в ситуации активного политического противостояния использование языковых средств воздействия на массового адресата представляет собой совокупность взаимосвязанных действий, направленных на достижение главной цели – политической победы.

Положение о неотделимости языка от человеческой деятельности обусловило рассмотрение языка как инструмента воздействия. В коммуникации адресант, реализуя в речи свою прагматическую задачу, придерживаясь выбранных им стратегий и тактик воздействия на адресата, выбирает определенные средства языка и организует их так, чтобы они сделали возможным требуемое адресанту декодирование данного высказывания.

Речевой аспект охватывает процессы комбинирования языковых средств в тексте для выражения в нем определенного концептуально-тематического содержания, руководствуясь основной стратегической целью. Стратегия демонизации противника в случае применения тактики создания образа врага реализуется путем прагматического фокусирования в тексте интегративного образа «чужого» [10] в лице концептов *okupanTi* «оккупант» и *agresori* «агрессор», представляющих угрозу всему человечеству и, в особенности, грузинам и их «братьям» – абхазам и осетинам.

Помимо выделенных концептов, в границах оппозиции «свое» – «чужое» в современном грузинском политическом дискурсе употребляются различные лексемы, дифференцирующие круг «своих» и круг «чужих». Семантическая оппозиция «свои – чужие» – знаковая в политической коммуникации. Данная дихотомия

реализуется посредством включения в политический дискурс языковых и неязыковых средств (номинаций, лозунгов, символов и др.), политик добивается сильнейшего перлокутивного эффекта, позволяющего мобилизовать силы *своих* сторонников в противостоянии с политическими оппонентами – *чужими*.

В «Концепции национальной безопасности Грузии» круг «своих» представлен следующими словосочетаниями:

- *TanamSromloba samxreT kavkasiaSi* – сотрудничество на Южном Кавказе;
- *amerikis SeerTebul Stateb Tan Tanam Sromloba* – сотрудничество с США;
- *ukrainasTan TanamSromloba* – сотрудничество с Украиной;
- *TurqeTTan TanamSromloba* – сотрудничество с Турцией.

Приведенные выше примеры наглядно иллюстрируют основные направления для сотрудничества во внешней политике Грузии. Россия в круг «своих» в данном контексте не входит.

Стратегия «демонизации» противника выступает одним из главных методов такой войны. Эффект демонизации заключается в целенаправленном создании негативного, отталкивающего образа противника, в результате чего последний выступает во всех своих проявлениях как абсолютное зло. Думается, что этот прием наиболее востребован в рамках информационных войн, так как он ориентирован на разрушение положительного образа противника, «награждая» его качествами, несовместимыми с разделяемыми мировым сообществом ценностями.

В изученном нами документе «Концепция национальной безопасности Грузии» Россия представляется как агрессор и оккупант, посягнувший на территориальную целостность другого государства, оккупировавший часть его территорий, создавший условия для вынужденного переселения жителей. Причем авторы документа подчеркивают, что Грузия являлась жертвой агрессивной политики России еще с начала прошлого столетия:

- saqarTvelo me-20 saukunis dasawyisSi ukve gaxda ruseTis agresiiis msxverpli... - В начале 20-го века Грузия уже стала жертвой российской агрессии;

- 70 wlis ganmavlobaSi sabWoTa okupaciis pirobebSi arsebobda - Существование на протяжении 70 лет в условиях советской оккупации.

Звучат обвинения в поддержке Россией сепаратистских движений в Грузии:

1990-iani wlebis dasawyisSi ruseTis mier inspirirebuli da mxardaWerili agresuli separatistuli moZraobebi SeiaraRebul dapirispirebaSi gadaizarda .... - В начале 1990-х годов инспирированные и поддержанные Россией агрессивные сепаратистские движения переросли в вооруженное противостояние... .

Одним из самых доступных и эффективных способов достижения целей при использовании стратегии демонизации в политическом дискурсе является использование номинаций (msxverpli «жертва», samxedro agresia «военная агрессия», axali rusuli agresiiis riski «риск новой русской агрессии», saqarTvelos okupirebuli teritoriebi «окупированные территории Грузии»), обозначающих абсолютное зло по отношению к политическому оппоненту. Игнорирование общечеловеческих ценностей, представлений о добре и зле, о лжи и об истине – а именно такой предстает перед грузинским адресатом Россия – выводит её действия за пределы человеческих норм, принятых цивилизованным сообществом. Демонизация образа России посредством частотного употребления таких лексических единиц, как «агрессор», «оккупант» в конечном итоге подразумевает фактическую деморализацию противника и создания вокруг него отрицательного смыслового и ассоциативного поля. Следующие цитаты из указанного документа наглядно это иллюстрируют:

- ruseTis federaciam 2008 wlis agvistoSi morigi samxedro agresia ganaxorciela - В августе 2008 года Российской Федерации

ей была организована очередная военная агрессия;

- saqarTvelos okupirebuli teritoriebis deokupacia - Деоккупация оккупированных территорий Грузии;

- 2008 wlis agvistoSi ruseTis federaciis samxedro agresiiis saboloo mizani iyo ara mxolod saqarTvelos teritoriebis okupacia an/da marionetuli reJimebis saerTaSoriso aRiareba... - Конечной целью военной агрессии со стороны РФ были не только оккупация грузинских территорий, но и международное признание марионеточных режимов...;

- man 2008 wlis agresiiis Semdeg dabloka saqarTveloSi gaeros sadamkvirvelo misiisa da euTos misiis muSaoba... - она (Россия) после агрессии 2008 года заблокировала работу наблюдателей миссий ООН и ОБСЕ...;

- yovelive zemoaRniSnulidan gamomdinare, arsebobs axali rusuli agresiiis potenciuri riski. - Исходя из всего вышеперечисленного (можно сделать вывод, что), существует потенциальный риск новой русской агрессии;

- saqarTvelos okupirebuli teritoriebidan iZulebiT gadaadgilebul pirTa da ltolvilTa uflebebis darRveva - нарушение прав беженцев и вынужденных переселенцев с оккупированных территорий Грузии;

- mniSvnelovania okupirebul teritoriebze mcxovreba saqarTvelos moqalaqeebTan kontaktebis gaRrmaveba. - Важно углубление контактов жителей оккупированных территорий с гражданами Грузии;

- ruseTis federaciis mier saqarTvelos teritoriis nawilis okupacia arRvevs mis suverenitets... - Оккупация части территорий Грузии Российской Федерацией нарушает ее (Грузии) суверенитет;

- okupirebuli regionebs intensiuri militarizacia... - интенсивная милитаризация оккупированных регионов...;

- grZeldeba okupirebul teritoriebze mcxovrebi moqalaqeebis sistematuri devna eTnikur niadagze. - На оккупированных территориях продолжают гонения жителей на этнической почве;

## Выводы

«Концепция национальной безопасности Грузии» занимает особое место в жанровой структуре политического дискурса и является текстом политическим, своего рода политическим перформативом, цель которого – оказать более эффективное воздействие на общественное сознание нации – на массового адресата. Политический перформатив обладает мощным прагматическим потенциалом интеллектуального и идеологического воздействия.

Достижение прагматического эффекта в грузинском политическом дискурсе осуществляется за счет использования строгой политической и идеологической семантики лексических единиц.

Примерами используемой в изученном нами документе лексики с положительной прагматикой выступают: *suvereniteti* (суверенитет) – 21 раз, *erovnuli usafrTxoeba* (национальная безопасность) – 48 раз, *erovnuli interesebi* (национальные интересы) – 3 раза, *samarTlis normebi* (правовые нормы) – 4 раза, *Tavisufleba* (свобода) – 36 раз, *damoukidebloba* (независимость) – 13 раз.

В подклассе языковых средств с отрицательной прагматикой представлены прагматически сильные лексемы и словосочетания типа: *okupacia* (оккупация) – 16 раз, *ოკუპირებული ტერიტორიები* – (оккупированные территории) 21 раз,

*agresia* (агрессия) – 17 раз, *საფრთხე* (угроза) – 18 раз, *riski* (риск) – 9 раз, *gamowvevebi* (вызовы) – 26 раз и др., которые осуществляют мощное отрицательное воздействие на адресата. Анализ лексики с отрицательной прагматикой показал, что эта пугающая негативная информация способна повлечь изменения в политической и социальной жизни страны в связи с повышенным вниманием общества к отрицательным фактам.

Отрицательная прагматика используемой политиками Грузии лексики характеризует серьезность и напряженность политической ситуации в стране и имплицитно призывает и мобилизует на противостояние действиям России, что не самым лучшим образом отражается на межгосударственных взаимоотношениях.

Таким образом, можно сделать вывод, что выявленные и проанализированные лексемы в политическом тексте «Концепции национальной безопасности Грузии» используются целенаправленно и последовательно, затрагивая поверхностный и глубинный уровни формирования текстового сообщения, что способствует созданию эффекта демонизации России. Стратегия демонизации, реализуемая путем использования тактики создания образа врага, представляется наивысшей формой дискредитации образа России в ходе информационной войны и, несомненно, заслуживает дальнейшего исследования.

## Список литературы

1. URL: <https://www.livelib.ru/book/106256/readpart-politicheskaya-lingvistika-a-p-chudinov/> (дата обращения: 25.08.2019).
2. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VIII. Лингвистика текста. М.: Прогресс, 1978.
3. Фуко М. Археология знания. Киев: Ника – центр, 1996.
4. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.; Волгоград: Перемена, 2000. С. 24.
5. Гриняев С.Н. Информационная война на Кавказе или как из черного делали белое. URL: <http://www.infwar.ru/article.php?num=80> (дата обращения: 24.10.2022)
6. URL: [http://www.civil.ge/files/files/2011/NationalSecurity\\_ConceptDraft.pdf](http://www.civil.ge/files/files/2011/NationalSecurity_ConceptDraft.pdf) (дата обращения: 24.10.2022)

7. Цымбал В.И. О концепции информационной войны // Безопасность: информационный сборник. 1995. № 4.
8. Борисов А. Б. Большой юридический словарь. М. : Книжный мир, 2012. С. 216.
9. Паршин П.Б. Лингвистические методы в концептуальной реконструкции // Системные исследования. Ежегодник, 1986. М.: Наука, 1987. С. 407.
10. Иванов В.С., Топоров В.Н. К вопросу о реконструкции плана содержания древней славянской системы // Славянские языковые моделирующие семиотические системы. М.: Наука, 1965. С. 63-218.

## References

1. Available at: <https://www.livelib.ru/book/106256/readpart-politicheskaya-lingvistika-a-p-chudinov/> (accessed 25.08.2019).
2. Nikolaeva T.M. [A short dictionary of text linguistics terms]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike* [New in foreign linguistics]. Vyp.VIII. Lingvistika teksta. Moscow, Progress Publ., 1978 (In Russ.).
3. Fuko M. *Arheologiya znaniya* [Archaeology of Knowledge]. Kiev, Nika – centr Publ., 1996.
4. Shejgal E.I. *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Moscow, Volgograd, Peremena Publ., 2000. P. 24.
5. Grinyaev S.N. *Informacionnaya vojna na Kavkaze ili kak iz chernogo delali beloe* [The information war in the Caucasus or how black was made into white]. Available at: <http://www.infwar.ru/article.php?num=80> (accessed 24.10.2022)
6. Available at: [http://www.civil.ge/files/files/2011/NationalSecurity ConceptDraft.pdf](http://www.civil.ge/files/files/2011/NationalSecurity%20ConceptDraft.pdf) (accessed 24.10.2022).
7. Cymbal V.I. O koncepcii informacionnoj vojny [About the concept of information warfare]. *Bezopasnost. Informacionnyj sbornik* ["Security". Information collection], 1995, no. 4.
8. Borisov A. B. Bol'shoj yuridicheskij slovar' [Large legal Dictionary]. Moscow, Knizhnyj mir Publ., 2012. P. 216.
9. Parshin P.B. Lingvisticheskie metody v konceptual'noj rekonstrukcii [Linguistic methods in conceptual reconstruction]. *Sistemnye issledovaniya* [System studies]. Moscow, Nauka Publ., 1987. P. 407.
10. Ivanov V.S., Toporov V.N. [On the question of the reconstruction of the content plan of the ancient Slavic system]. *Slavyanskije yazykovye modeliruyushchie semioticheskie sistemy* [Slavic language modeling semiotic systems]. Moscow, Nauka Publ., 1965. P. 63-218 (In Russ.).

## Информация об авторе / Information about the Author

**Ахметгареева Оксана Федоровна**, старший преподаватель кафедры языков и культур СНГ, Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: oksanafed1979@mail.ru

**Oksana F. Akhmetgareeva**, Senior Lecturer of the Department of Languages and Cultures of the CIS of the Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, e-mail: oksanafed1979@mail.ru

## Интерактивные формы и методы преподавания в процессе подготовки кадров для ресторанного бизнеса (на примере дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе»)

М.В. Соловьянова<sup>1</sup> ✉, В.В. Волобуев<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: solo\_sks@mail.ru

### Резюме

Современный подход к подготовке кадров для сферы ресторанного бизнеса базируется, прежде всего, на высоких требованиях работодателей к персоналу. Данная отрасль сферы услуг в сопоставлении с иными сферами деятельности отличается повышенной динамикой появления новых предпочтений клиентов. Эта особенность приводит к изменчивости подхода к организации образовательной деятельности. Вырабатываются новые методы обучения, учитывающие особенности внедряемых организациями общественного питания новых технологий и совершенствование стандартов обслуживания клиентов. Соответственно, проблема выбора способов и методов профессионального обучения приобретает все большую значимость и актуальность.

Целью освоения учебной дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе» выступает формирование у студентов компетенций, соответствующих требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03. Гостиничное дело (профиль «Ресторанная деятельность»). Для достижения поставленной цели решается ряд задач: изучить особенности дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе»; проанализировать современные подходы к освоению данной дисциплины; изучить особенности формирования профессиональных навыков для осуществления профессиональной деятельности; оценить эффективность использования современных цифровых методов в обучении.

В процессе настоящего исследования использовались следующие методы: анализ и обобщение публикаций теоретического и практического характера по вопросам применения интерактивных технологий в обучении. Произведена выборка публикаций, посвященных совершенствованию процесса обучения студентов.

На основании теоретического обобщения был запланирован и проведен педагогический эксперимент. Сопоставление полученных данных по результатам проведенного педагогического эксперимента позволяет утверждать, что использование интерактивных технологий в учебном процессе, а именно при проведении практических занятий по учебному предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе», позволяет повысить уровень эффективности освоения учебных компетенций.

Проведенное исследование показало, что интерактивным подходом можно с высокой степенью эффективности дополнить использование традиционных технологий в обучении студентов, повышая уровень индивидуализации профессионального обучения, придавая ему творческий характер.

**Ключевые слова:** деловая культура; профессиональная подготовка; интерактивные методы; ресторанный бизнес.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Соловьянова М.В., Волобуев В.В. Интерактивные формы и методы преподавания в процессе подготовки кадров для ресторанного бизнеса (на примере дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе») // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 82-96. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-82-96>.

Статья поступила в редакцию 03.05.2023

Статья подписана в печать 14.07.2023

Статья опубликована 05.09.2023

## Interactive Forms and Methods of Teaching in the Process of Training Personnel for the Restaurant Business (on the Example of the Discipline "Business Culture in the Restaurant Business")

Marina V. Solovyanova<sup>1</sup> ✉, Vitaly V. Volobuev<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Southwest State University

50 Let Oktyabrya Str., 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: solo\_sks@mail.ru

### Abstract

*The modern approach to personnel training for the restaurant business is based, first of all, on the high requirements of employers for staff. This branch of the service sector in comparison with other spheres of activity is characterized by increased dynamics of the emergence of new clientele preferences. This feature leads to the variability of the approach to the organization of educational activities. New training methods are being developed that take into account the features of new technologies introduced by catering organizations and the improvement of customer service standards. Accordingly, the problem of choosing methods and methods of vocational training is becoming increasingly important and relevant.*

*The purpose of mastering the discipline "Business culture in the restaurant business" is the formation of students' competencies that meet the requirements of the Federal State Educational Standard in the direction of training 43.03.03. Hotel business (profile "Restaurant activity").*

*To achieve this goal, a number of tasks are being solved: to study the features of the discipline "Business culture in the restaurant business"; analyze modern approaches to the development of this discipline; to study the features of the formation of professional skills for the implementation of professional activities; evaluate the effectiveness of using modern digital methods in teaching.*

*In the course of this research, the following methods were used: analysis and generalization of publications of a theoretical and practical nature on the use of interactive technologies in teaching. A selection of publications devoted to improving the process of teaching students was made.*

*Based on the theoretical generalization, a pedagogical experiment was planned and conducted. A comparison of the data obtained based on the results of the conducted pedagogical experiment allows us to assert that the use of interactive technologies in the educational process, namely during practical classes on the academic subject "Business culture in the restaurant business", allows to increase the level of efficiency of mastering educational competencies.*

*The conducted research has shown that the interactive approach can be supplemented with a high degree of efficiency with the use of traditional technologies in teaching students, increasing the level of individualization of vocational training, giving it a creative character.*

**Keywords:** business culture; professional training; interactive methods; restaurant business

**Conflict of interest:** The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Solovyanova M.V., Volobuev V.V. Interactive Forms and Methods of Teaching in the Process of Training Personnel for the Restaurant Business (on the Example of the Discipline "Business Culture in the Restaurant Business"). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 82–96 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-82-96>.

Received 03.05.2023

Accepted 14.07.2023

Published 05.09.2023

## Введение

Настоящая статья посвящена особенностям профессиональной подготовки кадров для ресторанного бизнеса. В центре подготовки сотрудников сферы услуг находится освоение деловой этики и формирование профессиональной культуры.

Качество профессиональной подготовки студентов сегодня неразрывно связано с наличием у преподавателя высшей школы необходимого уровня информационно-коммуникационной компетентности, которая позволяет ему успешно решать профессиональные педагогические задачи на базе интерактивного подхода.

Интерактивные технологии меняют характер самого образования и способствуют росту уровня его креативности. Их использование обеспечивается не только за счет совершенствования оснащения образовательных организаций, но и за счет роста уровня компетентности в данной сфере педагогического состава отечественных вузов.

В настоящей статье будет рассмотрено использование интерактивного подхода как одного из методов, используемых в процессе обучения будущих и действующих кадров ресторанного бизнеса.

Целью освоения учебной дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе» выступает формирование у студентов компетенций, соответствующих требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность». В процессе освоения дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе» вырабатываются необходимые профессиональные качества и навыки реализации полученных знаний в практической деятельности.

## Материалы и методы

В процессе настоящего исследования использовались следующие методы: анализ и обобщение публикаций теоретиче-

ского и практического характера по вопросам применения интерактивных технологий в обучении. Была сделана выборка публикаций последних лет, посвященных совершенствованию процесса обучения студентов, на основе изучения которых выделены современные педагогические подходы.

## Результаты и обсуждение

В настоящее время перед образовательными организациями профессионального образования стоит цель, которая заключается в необходимости профессиональной подготовки студентов как будущих специалистов, которые будут обладать набором компетенций и развитых личностных качеств, которые в совокупности позволят ему быть успешным на рынке труда. В настоящее время педагогика располагает достаточно широкими возможностями по использованию разнообразных методик, как традиционных, так и инновационных, которые способствуют качественному формированию компетенций у студентов.

В процессе обучения студент должен воспринять и усвоить колоссальное количество информации. При этом та информация, которую человек воспринимает на слух в среднем усваивается на 40%, так, информация, которая воспринимается зрительным анализатором – в среднем, на 50%, то, что человек одновременно видит и слышит, запоминается им на 70-75%, а если он самостоятельно совершил определенную операцию, сопутствующая ей информация запоминается на 92% [1, с. 110]. Именно деятельностный подход обеспечивает высокую эффективность методик, используемых в процессе обучения в любом возрасте, на любом уровне.

Степень успешности обучения молодого человека в высшем учебном заведении, а также дальнейшая его адаптация в качестве молодого специалиста в социуме обусловлено наличием у него внутренней мотивации к полноценному освоению выбранной профессии. Формирова-

ние такой мотивации базируется на изначальном интересе студентов к профессии, который должен поддерживаться в процессе обучения в вузе, в частности, при выполнении предлагаемых им заданий, которые содержат творческий аспект, имеющих определенную степень занимательности, порождающих спектр эмоций.

На сегодняшний день опубликовано значительное количество научных работ по проблемам использования интерактивных технологий в образовательной деятельности.

Обучение по любому изучаемому предмету, и в том числе деловой культуре в ресторанном бизнесе, должно носить творческий характер. Творчество представляет собой деятельность человека, которая направлено на создание нового материального или нематериального продукта, который создается индивидуально человеком или командой людей, то есть речь идет о новом, оригинальном, социально значимом результате. Обучающийся, вовлеченный в творческий процесс, сам реализует и утверждает свои потенциальные силы и способности, в котором он развивает себя, что свидетельствует о повышении интереса к обучению. В образовательном процессе творческая деятельность не только раскрывает индивидуальные способности обучающегося, но и реализует их, превращает возможное в реальное [2, с. 27]. Раскрыть себя, показать, на что он способен, помогает разнообразная, разносторонняя деятельность, включенная в образовательный процесс. Важным критерием организации творческой деятельности студентов являются приемы, с помощью которых активизируется их позиция в учебном процессе.

По определению, предложенному И.П. Подласым, под активизацией процесса учебной деятельности следует понимать вид специфической целенаправленной деятельности преподавателя, который имеет целью возрастание уровня учебной активности студентов. В свою очередь, познавательная активность сту-

дента проявляется как стремление обучаться, успешно усваивать знания, преодолевать возникающие при этом трудности. Ученый отмечает, что активизация учебной деятельности достигается с помощью множества методов, при этом нужно обратить особое внимание на необходимость использования методов, непосредственно направленных на повышение интереса к обучению в образовательном процессе, приёмы организации творческой деятельности студентов [3, с. 74].

Для активизации учебной деятельности педагогу важно научить студентов выполнять творческие задания, в том числе путем использования интерактивных методов обучения.

Следует согласиться с утверждением Н.В. Масягиной, Э.А. Зюрина о том, что интерактивная среда соответствует современному психотипу молодежи, который воспринимает информацию приоритетно через интерактивное, коммуникативно насыщенное пространство. Таким образом, достигается интенсификация обучения [4, с. 58].

В отечественной науке понятия «интеракция» и «интерактивная среда» впервые были использованы в социологии и социальной психологии, а уже затем были восприняты педагогической наукой.

Термин «интерактивный» означает «основанный на общении, взаимодействии». Центром технологии интерактивного обучения выступает взаимодействие, коммуникация, в то числе посредством цифровых технологий. Именно в силу сказанного в сфере образования интерактивность в обучении рассматривается как метод, который предусматривает формирование обратной связи между обучающимися и преподавателем, между обучающимися и электронными средствами обучения [5, с.28].

Сущность интерактивных технологий в сфере образования состоит в том, что вовлечение студентов в познание путем использования разнообразных форм взаимодействия. Такой подход повышает

интерес к освоению материала за счет возникающих элементов новизны, при этом студент добровольно включается в активную познавательную деятельность, именно новизна таких отношений позволила О.А. Янборисовой назвать интерактивность инновационным инструментом управления [6, с. 31].

Интерактивное обучение может рассматриваться как в широком, так и узком значении. Широкое понимание феномена интерактивного обучения предусматривает наличие активных методических возможностей между субъектами процесса познания, более узкое – акцентирует внимание на использовании в этих целях цифровых технологий. Активный процесс цифровизации позволяет рассматривать интерактивный подход в обучении с применением современных технологий и устройств, делая акцент на интерактивном обучении с использованием компьютерной техники [7, с. 23].

Так, к примеру, «четырёхмерным» интерактивным обучением называют организацию совместной деятельности студентов, при которой они как участники образовательного процесса с использованием облачных технологий осуществляют взаимодействие между собой, активно обмениваясь информацией, совместно решая проблемные задания в профессиональной сфере, моделируют определенные рабочие ситуации [8, с. 28].

Как отмечают Л.В. Байбородова, Н.В. Тамарская интерактивный подход к обучению имеет принципиальные отличия от иных подходов в силу высокого потенциала возможностей, которыми осуществляется повышение познавательной мотивации за счет организации не только прямой, но и обратной связи субъектов образовательной деятельности [9, с. 24].

В то же время И.С. Гончаров, рассматривая современные подходы к образованию, выделяет интерактивные технологии как важный инструмент совершенствования процесса получения и освое-

ния информации. Автор предлагает рассматривать интерактивное обучение как разновидность электронного обучения, которое базируется на взаимодействии студента и компьютерного устройства [10, с. 946].

В традиционной системе образования использовался единственный приоритетный тип учебного взаимодействия, основанный на взаимодействии субъектов педагогического процесса, обусловленного четким распределением их ролей. Позиция преподавателя и студента обусловлены ролью преподавателя, который выступает как транслятор знаний, а студент – как получатель информации, что предопределяло формирование неравноправного положения участников процесса обучения. Для интерактивного подхода, наоборот, характерно равноправное общение субъектов образовательного процесса.

Исходя из представлений о современных педагогических технологиях, эффективность изучения учебного материала с помощью пассивного метода менее эффективна, но не требует большого объема подготовки преподавателя к занятию, при этом позволяет предложить обучающимся относительно большой объем учебного материала за сравнительно короткий промежуток времени. Этим обусловлена приверженность многих преподавателей к использованию именно пассивной модели занятий. Однако данный подход недостаточно продуктивен с точки зрения глубины усвоения новых компетенций, особенно практического плана.

Анализируя процессы информатизации и компьютеризации образования, следует отметить, что важным компонентом интерактивных технологий является геймификация, то есть внедрение в обучающий процесс элементов игры [11, с. 249]. Под игрой принято понимать естественную для детей и сохранную у взрослых людей форму деятельности, которая разворачивается в условных ситуациях. Большинство авторов рассматри-

вают игру как особый вид деятельности, в котором посредством имитации реализуется процесс воссоздания различных социальных отношений, складывающихся между людьми.

Игра представляет собой модель реальности, на основе которой реализуется усвоение социального опыта. Для детей дошкольного возраста игровая деятельность имеет ведущее значение, также элементы дидактической игры активно используются в школьной педагогике. Но и многие взрослые люди естественным образом раскрепощаются, когда чувствуют азарт, вовлечены в процесс соревнования. Это повышает результативность их деятельности и повышает познавательный интерес. Интересно, что в геймифицированной системе игрок проявляет свою истинную личность, попадая в стрессовые или интересные для себя, увлекательные ситуации. Соответственно, геймификация может использоваться работодателями, в том числе как способ формирования команды, подбора специалистов с точки зрения их личностных качеств.

Таким образом, геймификация выступает в качестве одного из современных способов, которые позволяют успешно вовлекать субъектов в обучающую деятельность через игровые процессы. Она состоит во включении отдельных игровых элементов в неигровой контекст. Само по себе использование любых игр не может быть признано геймификацией. Игра выступает в качестве инструмента, соответственно, геймификация представляет собой процесс, который направлен на образовательные целевые действия. Игровая деятельность обычно сопровождается элементами соревновательности, что способствует активизации возможностей личности игрока за счет возникающего спектра эмоций, которые в конечном итоге порождают у играющего состояния удовольствия.

Использование элементов геймификации обеспечивает увлекательность

предлагаемого контента, таким образом, повышается уровень вовлеченности участников в процесс, формируя стойкую мотивацию к обучению и развитию профессиональных навыков.

Применительно к сфере образования процесс геймификации сосредоточен на выявлении основных интересов и желаний студентов, в целях формирования мотивации, которая будет способствовать более глубокому вовлечению ребенка в процесс обучения. Это эффективная технология, позволяющая достигать более высокие результаты в обучении.

Использование технологий моделирования, в том числе игрового конструирования практических ситуаций и использование соревновательности оптимальны для совершенствования процесса профориентации и профессионального обучения.

Представляется важным указать на то, что в процессе игрового моделирования участниками обучающего процесса ненавязчиво исподволь осваиваются определенные компетенции, этот результат является ценностью, которую приобретают непосредственно сами участники игры. Получение отклика (feedback) и наличие обратной связи в геймификации являются важным этапом в рассматриваемой деятельности [12, с. 91].

В рамках исследования проблематики использования игровых методов в процессе подготовки кадров для ресторанного бизнеса были подвергнуты анализу современные направления геймификации, так называемые игровые механики. Как представляется, под игровыми механиками целесообразно понимать способы, при помощи которых реализуется интерактивное взаимодействие игрока и игры. В сущности, игровой процесс реализуется через использование набора игровых механик, которые осуществляют психологическую стимуляцию процесса обучения. В такой набор входят разнообразные элементы, в том числе выполняемые задания, возмож-

ность получить очки или награду; пройти новый уровень, попасть в рейтинг лучших игроков и т. п. [13, с. 59].

Когда студент верно выполнил все предложенные игровые задания, можно сделать вывод, что он освоил определенный объем знаний. В то же время и в том случае, когда задания были выполнены неверно, но студентом было проявлено активное стремление их решить, в том числе он предпринимает неоднократные попытки справиться с заданиями, можно сделать вывод о наличии у него заинтересованности, а также позитивных установок к овладению профессией и потенциальной готовности осваивать ее [14, с. 322].

Анализ и обобщение результатов исследования подхода к использованию интерактивных технологий в обучении показывают, что сегодня трендом в профессиональном обучении является использование VR-технологий, то есть технологий виртуальной реальности. Виртуальную реальность представляет цифровая среда, в которой можно изменять свойства пространства, моделировать ситуации, создавать новые продукты, где с высокой степенью правдоподобности имитируется профессиональная деятельность. Такой подход в последние годы применяется во многих технологичных профессиях, к примеру, при обучении инженеров, дизайнеров, архитекторов, психологов, медицинских работников. Таким образом, она применима и для обучения кадров в ресторанном бизнесе. При помощи симулятора виртуальной реальности возникает возможность проверки когнитивных функций, также он позволяет провести оценку готовности потенциального работника к выполнению профессиональных обязанностей. С помощью технологии виртуальной реальности на период ролевой игры действует в предлагаемых обстоятельствах. Это позволяет с определенной долей успешности строить карьеру и получать необходимый опыт в профессии. Использование технологии виртуальной реальности базируется на при-

менении иммерсивных технологий, которые позволяют осуществить виртуальное расширение реальности, при этом студент оказывается буквальным образом погружен в конкретную профессиональную событийную среду [15, с. 21]. У иммерсивного подхода к профориентации и профессиональному обучению имеется ряд неоспоримых преимуществ. Важнейшим из них выступает визуализация, которая обеспечивает наглядность, видимость [16, с. 74]. К примеру, у студента возникает возможность прежде всего зримо наблюдать последовательность обслуживания клиента, наблюдать работу различных механизмов и управлять ими, и т. п. Для современного процесса обучения крайне важно использование наглядных методов, которые эффективны для использования не только для обучения детей, но и взрослого контингента. Наглядность может обеспечиваться как за счет использования графики, так и других способов визуализации [17]. Еще одной значимой чертой рассматриваемой технологии выступает возможность концентрации. Она обеспечивается тем, что в виртуальном мире исключаются случайные внешние раздражители. Студент получает возможность полностью сосредоточиться на учебном материале и задании, в результате повышается скорость обучения [18, с. 41].

По оценкам специалистов уровень результативности обучения с применением технологий виртуальной реальности как минимум на 10% выше, чем у классического формата обучающей деятельности [19, с. 44]. Обширный потенциал уже созданных технологий виртуальной реальности не используется сегодня в образовательной среде в полной мере. Это обусловлено, по мнению А.Г. Переслегина, двумя обстоятельствами, отсутствием детализированных методических рекомендаций по применению иммерсивных технологий применительно к обучению по конкретным специальностям и отно-

сительной дороговизной такого рода обслуживания [20, с.45].

Цифровые и, в частности, иммерсивные технологии имеют особую значимость для процесса преподавания.

Анализ компетенций, которые в соответствии с программой предполагается формировать в процессе преподавания учебной дисциплины «Деловая культура в ресторанном бизнесе» показывает, что ряд навыков и умений целесообразно осваивать с использованием иммерсионных технологий, которые позволяют имитировать профессиональную деятельность:

- выработка умения поддерживать деловую беседу и вести деловую переписку на русском и иностранном языках;

- формирование умения путем участия в ролевой игре управлять технологическими процессами и организовывать деятельность персонала гостиниц; использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.

- освоение умения применять инновационные технологии в гостинично - ресторанной деятельности и новые формы обслуживания потребителей; организовывать и поддерживать межличностное и деловое общение с использованием иностранного языка с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания.

При изучении предмета «Деловая культура в ресторанном бизнесе» наиболее оптимальным представляется использование рассмотренного подхода при изучении учебных тем и вопросов, которые основаны на коммуницировании: в частности, таковы темы «Техника делового телефонного разговора», «Особенности обслуживания праздничных мероприятий», «Особенности ресторанов с национальной кухней» и мн. др. Для освоения такого рода учебного материала крайне важна не только наглядность его

представления, но и возможность получения определенной обратной связи, возможность вступления в диалог.

В широком смысле к категории интерактивных методов принято относить любые диалоговые методы общения в процессе обучения. В более узком понимании интерактивными цифровыми средствами обучения называют разного рода программные продукты, которые устанавливаются на технических средствах и устройствах, в том числе компьютерной технике, что позволяет обеспечивать диалоговое взаимодействие студента с персональным компьютером и соединенными с ним устройствами (к примеру, интерактивными досками, планшетами и др.). Использование интерактивных технологий оптимально для практических учебных занятий. Говоря о практических занятиях в образовательных организациях, имеют в виду такую форму обучения, посредством которой студенты получают возможность осваивать практическое применение полученных теоретических, в том числе средствами моделирования профессиональной деятельности. Цель каждого практического занятия заключается в углубленном изучении отдельных тем учебной дисциплины и применении студентом полученных теоретических знаний на практике. Практические занятия по дисциплине могут проводиться в различных формах, одной из которых может выступить решение учебных заданий с использованием ИКТ. Каждая из форм контактной и самостоятельной работы студентов может быть использована как для формирования компетенций, так и для текущего контроля их освоения. Интерактивный подход может быть использован при организации деловой или ролевой игры, решении ситуационных заданий. Такая форма состоит в игровом моделировании определенной проблемной ситуации – к примеру, ставится зада-

ние об обслуживании различных категорий посетителей ресторана, это может быть обслуживание группы иностранных клиентов, семьи с маленькими детьми, посетителя с определенными ОВЗ, привередливой клиентки с чрезмерно высокими запросами, и т.п. Для выполнения ситуационных заданий используется работа в малых группах по 2-4 человека. Такой подход имеет проектный характер, поскольку на завершающем этапе учебного занятия каждой из команд требуется создать и представить проектный продукт в виде презентации, на основе которой один из студентов делает сообщение о результатах проведенной работы, отвечая на возникающие вопросы преподавателя и студентов. Разновидностью такой работы может стать решение кейс-задач, которые предлагаются в виде короткой проблемной задачи, для решения которой студенту необходимо изучить и проанализировать определенный объем реальной информации, нормативных и правоприменительных документов по ситуации в профессиональной сфере. По результатам проведенного изучения должно быть выработано оптимальное практическое решение задачи. Решение кейса осуществляется, как правило, с использованием возможностей телекоммуникационной сети Интернет. Для освоения навыков в ресторанном бизнесе важно применение в обучении студентов такой формы практических занятий, как ролевые игры с использованием интерактивных технологий. Такое занятие также строится на основе формирования малых групп. Каждый участник ролевой игры должен максимально достоверно имитировать деятельность персонажа игры – работника ресторана, клиента, поставщика-контрагента и др. Особенно важен такой подход при освоении профессионального поведения, характерного для работника ре-

сторана, освоении искусства построения деловых бесед. Изучение теоретических источников позволило запланировать и провести педагогический эксперимент. Он был проведен в три этапа:

- на первоначальном этапе был проведен опрос студентов группы, направленный на выяснение их отношения к использованию интерактивных технологий на занятиях по учебному предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе»;

- на втором этапе был проведен ряд практических занятий по учебному предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе» с использованием интерактивных технологий;

- на третьем этапе была оценена академическая успеваемость студентов. Так, студентам было предложено ответить на три вопроса:

1. Знаете ли Вы, что такое интерактивные технологии?

2. Применяются ли на занятиях в университете интерактивные технологии?

3. Хотели бы Вы, чтобы на занятиях по учебному предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе» была возможность применения интерактивных технологий?

По результатам ответов на вопросы анкеты можно сделать вывод, что студенты представляют, что такое интерактивные методы обучения, однако лично с ними сталкивались мало. Многие отметили, что на занятиях в университете активно используются учебные презентации.

Так, из 21 студента группы 18 (86%) уже до начала цикла практических занятий с использованием интерактивных технологий выразили заинтересованность в получении такой возможности в обучении по профессии и указали на желание лично участвовать в такого рода обучающих занятиях по предмету «Деловая

культура в ресторанном бизнесе». 2 из 21 опрошенных студентов (9%) против включения интерактивных цифровых методов в процесс обучения. 6 из 21 опрошенных студентов (28%) не смогли определить позицию по данному вопросу, так

как затруднились оценить влияние интерактивных цифровых методов на процесс обучения.

Представим полученные данные на диаграмме (рис. 1).



**Рис. 1.** Отношение студентов группы до начала педагогического эксперимента

**Fig. 1.** The attitude of the students of the group before the start of the pedagogical experiment

Студенческая группа была разделена на 2 части, экспериментальную и контрольную группы. В каждую группу были включены как студенты, которые выразили явную заинтересованность в использовании интерактивных технологий, так и вызывавшие скептическое отношение. В экспериментальной группе была проведена работа с использованием интерактивных технологий. Студентам были предложены задания по изученным темам, предусмотренным рабочей программой дисциплины.

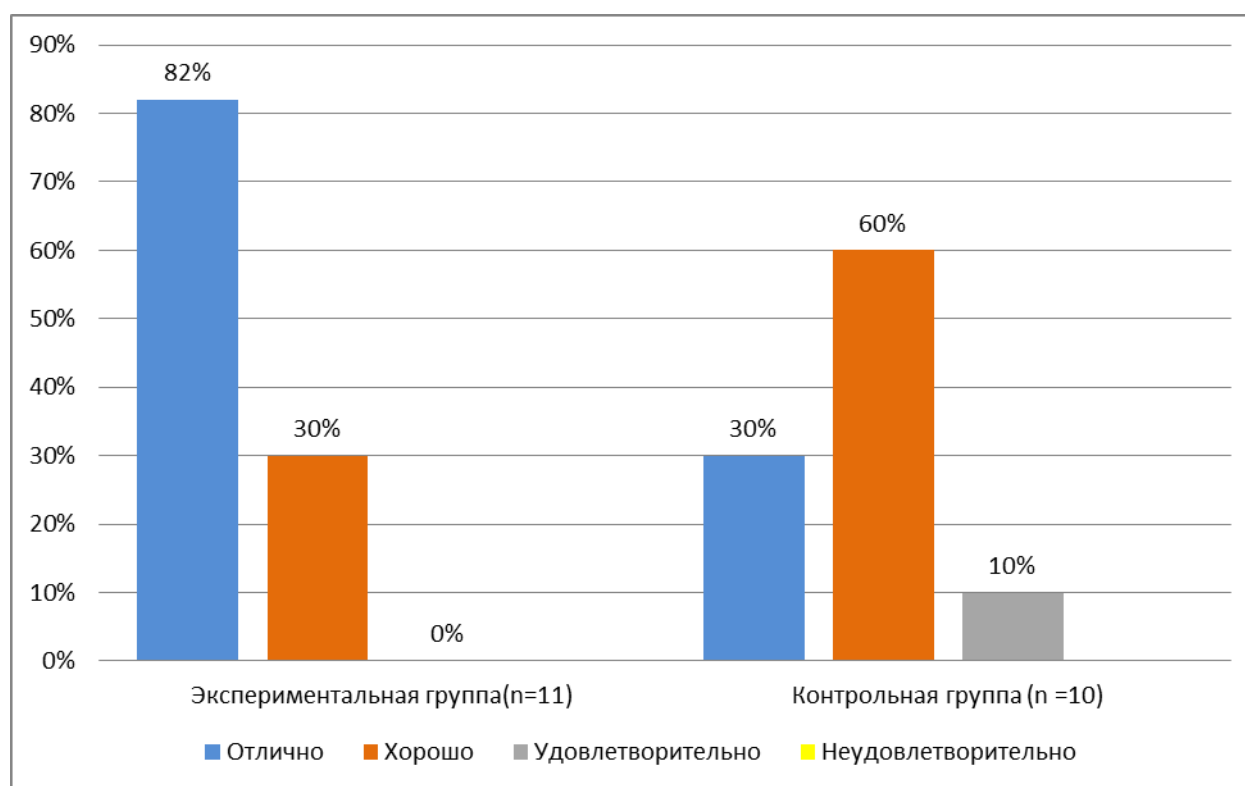
В ходе практических занятий задания, которые предлагались командам, были направлены не просто на контроль усвоения теоретических знаний и факти-

ческого материала, а умение применять полученные знания на практике. Были предложены задания, которые требуют смекалки, быстроты мышления и общей эрудированности. Студенты отвечали на вопросы, исходя из выполненного задания в малой группе. В контрольной группе также были проведены практические занятия по обозначенным выше темам по традиционной методике, без акцента на формирование обратной связи и общение студентов между собой. На завершающем этапе педагогического эксперимента была сопоставлена академическая успеваемость по учебному предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе» (табл. 1).

**Таблица 1.** Академическая успеваемость по предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе»**Table 1.** Academic performance in the subject "Business culture in the restaurant business"

| Группа/оценка                     | Отлично<br>(человек) | Хорошо<br>(человек) | Удовлетворительно | Неудовл. |
|-----------------------------------|----------------------|---------------------|-------------------|----------|
| Экспериментальная группа (n = 11) | 9<br>(82%)           | 2<br>(18%)          | 0                 | 0        |
| Контрольная группа (n = 10)       | 3<br>(30%)           | 6<br>(60%)          | 1<br>(10%)        | 0        |

Для наглядности представим собранные данные в форме диаграммы (рис. 2).

**Рис. 2.** Академическая успеваемость по предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе»**Fig. 2.** Academic performance on the subject "Business culture in the restaurant business"

## Выводы

Сопоставление полученных данных позволяет утверждать, что использование интерактивных технологий в учебном процессе, а именно при проведении практических занятий по учебному предмету «Деловая культура в ресторанном бизнесе» позволяет повысить уровень эффек-

тивности освоения учебных компетенций.

Проведенное исследование показало, что интерактивным методом обучения можно с высокой степенью эффективности дополнить использование традиционных технологий в обучении студентов, повышая уровень индивидуализации профессионального обучения, придавая ему

творческий характер. В силу сказанного, использование интерактивного метода должно рассматриваться как естественный путь к приобретению столь необходимых для сотрудника ресторанной сфе-

ры навыков коммуникации, а также для раскрытия личностного потенциала, осознания истинных интересов личности, которые могут не проявляться в других условиях.

### Список литературы

1. Беляев Г.Ю. Социально-цифровая среда как источник новых возможностей и новых рисков для современного образования // Отечественная и зарубежная педагогика. 2020. Т. 1. № 4 (69). С. 109-123.
2. Пак Н.И., Асауленко Е.В. Персонификация самостоятельной работы студентов по формированию умения решать расчетные задачи на основе автоматизированной обучающе-диагностической системы // Информатика и образование. ИНФО. 2018. № 8. С. 26-32.
3. Подласый И.П. Педагогика: в 2-х т. Т.1. Теоретическая педагогика. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2016. 386 с.
4. Масыгина Н.В., Зюрин Э.А. Информатизация в системе дополнительного профессионального образования как механизм интенсификации образовательного процесса // Вестник спортивной науки. 2018. №2. С. 55-58.
5. Перминова Л.М. Цифровое образование: ожидания, возможности, риски // Педагогика. 2020. № 3. С. 28-37.
6. Янборисова О.А. Геймификация как инновационный инструмент управления в системе развития персонала современной компании. Челябинск, 2017. 102 с.
7. Костюк А.В. Интенсификация образовательного процесса в условиях информатизации образования // Вестник Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии. 2018. №1(2). С. 22-26.
8. Фадель Ч., Бялик С., Триллинг Б. Четырехмерное образование: компетенции, необходимые для успеха: [пер. с англ.] / Благотворит. фонд Сбербанка "Взгляд в будущее"; предисл. А. Асмолова. М.: Точка, 2018. 235 с.
9. Байбородова Л.В., Тамарская Н.В. Трансформация дидактических принципов в условиях цифровизации образования // Педагогика. 2020. № 7. С. 22–30.
10. Гончаров И.С. Системы управления знаниями, как основной инструмент трансформации образовательных процессов в период информатизации общества // Аллея науки. 2018. Т. 5. №4(20). С. 946-949.
11. Раевский Л.А., Храмова А.И. Качественные тенденции образовательных процессов: информатизация и компьютеризация // Аллея науки. 2018. Т. 2. №4(20). С. 248-251.
12. Шмелева А.Г., Ладынин А.И. Информатика. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Microsoft Word. Microsoft Excel: теория и применение для решения профессиональных задач. М.: ЛЕНАНД, 2020. 304 с.
13. Тихонова Ю.А. Цифровое образование: использование электронных ресурсов в психологическом сопровождении образовательного процесса // Информатика и образование. 2020. №3. С. 55-61.
14. Максимова А.И. Геймификация в современном образовании на примере платформы Moodle // Молодой ученый. 2021. № 23 (365). С. 322-324.

15. Веракса Н.Е., Веракса А.Н. Проблема средств в цифровом обучении // Педагогика. 2020. № 4. С. 19-26.
16. Азевич А.И. Визуализация педагогической информации: учебно-методический аспект // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: "Информатика и информатизация образования". 2016. № 3 (37). С. 74–82.
17. Михайлюк А.А. Система понятий учебного предмета и ее графическое представление // Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Серия "Информатизация образования". 2017. № 2. С. 167-170.
18. Горбунов В.А., Тереев Э.Н., Рафикова Э.М. Здоровьесбережение студентов вуза в условиях информатизации образовательного процесса // Ученые записки ИУО РАО. 2018. №1(65). С. 39-41.
19. Налетова Н. Ю. Цифровизация образования: «за» и «против», текущие и имманентные проблемы // Педагогика. 2020. № 1. С. 43-47.
20. Переслегин А.Г. Проблемы информатизации образовательного процесса // Инновации в гражданской авиации. 2018. Т. 3. №1. С. 43-48.

## References

1. Belyaev G.Yu. Social'no-cifrovaya sreda kak istochnik novykh vozmozhnostej i novykh riskov dlya sovremennogo obrazovaniya [The socio-digital environment as a source of new opportunities and new risks for modern education]. *Otechestvennaya i zarubezhnaya pedagogika = Domestic and foreign pedagogy*, 2020, vol. 1, no. 4 (69), pp. 109-123.
2. Pak N.I., Asaulenko E.V. Personifikaciya samostoyatel'noj raboty studentov po formirovaniyu umeniya reshat' raschetnye zadachi na osnove avtomatizirovannoj obuchayushche-diagnosticheskoy sistemy [Personification of students' independent work on the formation of the ability to solve computational problems based on an automated training and diagnostic system]. *Informatika i obrazovanie. INFO = Informatics and Education. INFO*, 2018, no. 8, pp. 26-32.
3. Podlasyj I.P. *Pedagogika Vol. 1. Teoreticheskaya pedagogika* [Pedagogy. Theoretical pedagogy]. Moscow, Yurajt Publ., 2016. 386 p.
4. Masyagina N.V., Zyurin E.A. Informatizaciya v sisteme dopolnitel'nogo professional'nogo obrazovaniya kak mekhanizm intensivifikacii obrazovatel'nogo processa [Informatization in the system of additional professional education as a mechanism of intensification of the educational process]. *Vestnik sportivnoj nauki = Bulletin of Sports Science*, 2018, no. 2, pp. 55-58.
5. Perminova L.M. Cifrovoe obrazovanie: ozhidaniya, vozmozhnosti, riski [Digital education: expectations, opportunities, risks]. *Pedagogika = Pedagogy*, 2020, no. 3, pp. 28-37.
6. Yanborisova O.A. *Gejmifikaciya kak innovacionnyj instrument upravleniya v sisteme razvitiya personala sovremennoj kompanii* [Gamification as an innovative management tool in the personnel development system of a modern company]. Chelyabinsk, 2017. 102 p.
7. Kostyuk A.V. Intensifikaciya obrazovatel'nogo processa v usloviyah informatizacii obrazovaniya [Intensification of the educational process in the conditions of informatization of education]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo voennogo instituta vojsk nacional'noj gvardii = Bulletin of the St. Petersburg Military Institute of the National Guard Troops*, 2018, no. 1(2), pp. 22-26.

8. Fadel' Ch., Byalik S., Trilling B. *Chetyrekhmernoe obrazovanie: kompetencii neobhodimye dlya uspekha* [Four-dimensional education: competencies necessary for success]. Moscow, Tochka Publ., 2018. 235 p.

9. Bajborodova L.V., Tamarskaya N.V. Transformaciya didakticheskikh principov v usloviyah cifrovizacii obrazovaniya [Transformation of didactic principles in the context of digitalization of education]. *Pedagogika = Pedagogy*, 2020, no. 7, pp. 22–30.

10. Goncharov I.S. Sistemy upravleniya znaniyami, kak osnovnoj instrument transformacii obrazovatel'nyh processov v period informatizacii obshchestva [Knowledge management systems as the main tool for the transformation of educational processes in the period of informatization of society]. *Alleya nauki = Alley of Science*, 2018, vol. 5, no. 4(20), pp. 946-949.

11. Raevskij L.A., Hramova A.I. Kachestvennye tendencii obrazovatel'nyh processov: informatizaciya i komp'yuterizaciya [Qualitative trends in educational processes: informatization and computerization]. *Alleya nauki = Alley of Science*, 2018, vol. 2, no. 4(20), pp. 248-251.

12. Shmeleva A.G., Ladynin A.I. *Informatika. Informacionnye tekhnologii v professional'noj deyatel'nosti: Microsoft Word. Microsoft Excel: teoriya i primeneniye dlya resheniya professional'nyh zadach* [Computer science. Information technologies in professional activity: Microsoft Word. Microsoft Excel: theory and application for solving professional problems]. Moscow, LENAND Publ., 2020. 304 p.

13. Tihonova Yu.A. Cifrovoe obrazovanie: ispol'zovanie elektronnyh resursov v psihologicheskom soprovozhdenii obrazovatel'nogo processa [Digital education: the use of electronic resources in the psychological support of the educational process]. *Informatika i obrazovanie = Informatics and Education*, 2020, no. 3, pp. 55-61.

14. Maksimova A.I. Gejmifikaciya v sovremennom obrazovanii na primere platformy Moodle [Gamification in modern education on the example of the Moodle platform]. *Molodoj uchenyj = Young Scientist*, 2021, no. 23 (365), pp. 322-324.

15. Veraksa N.E., Veraksa A.N. Problema sredstv v cifrovom obuchenii [The problem of funds in digital learning]. *Pedagogika = Pedagogy*, 2020, no. 4, pp. 19-26.

16. Azevich A.I. Vizualizaciya pedagogicheskoy informacii: uchebno-metodicheskij aspekt [Visualization of pedagogical information: educational and methodological aspect]. *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: "Informatika i informatizaciya obrazovaniya" = Bulletin of the Moscow City Pedagogical University. Series: "Informatics and informatization of education"*, 2016, no. 3 (37), pp. 74–82.

17. Mihajlyuk, A.A. Sistema ponyatij uchebnogo predmeta i ee graficheskoe predstavlenie [The system of concepts of an educational subject and its graphical representation]. *Vestnik Rossijskogo Universiteta Druzhby Narodov. Seriya "Informatizaciya obrazovaniya" = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series "Informatization of education"*, 2017, no. 2, pp. 167-170.

18. Gorbunov V.A., Tereev E.N., Rafikova E.M. Zdorov'esberezhenie studentov vuza v usloviyah informatizacii obrazovatel'nogo processa [Health saving of university students in the conditions of informatization of the educational process]. *Uchenye zapiski IIO RAO = Scientific notes of IIO RAO*, 2018, no. 1(65), pp. 39-41.

19. Naletova N. Yu. Cifrovizaciya obrazovaniya: "za" i "protiv", tekushchie i immanentnye problemy [Digitalization of education: pros and cons, current and immanent problems]. *Pedagogika = Pedagogy*, 2020, no. 1, pp. 43-47.

20. Pereslegin A.G. Problemy informatizacii obrazovatel'nogo processa [Problems of informatization of the educational process]. *Innovacii v grazhdanskoj aviacii = Innovations in Civil Aviation*, 2018, vol. 3, no. 1, pp. 43-48.

### Информация об авторах / Information about the Authors

**Соловьянова Марина Викторовна**, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: solo\_sks@mail.ru, ORCID: 0000-0002-4136-7066

**Marina V. Solovyanova**, Candidate of Sciences (Historical), Associate Professor, Associate Professor of the Department of History and Socio-Cultural Service, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: solo\_sks@mail.ru, ORCID: 0000-0002-4136-7066

**Волобуев Виталий Валерьевич**, аспирант кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: volobuev.vit98@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8996-736X

**Vitalii V. Volobuev**, Post-Graduate Student, of the Department of History and Socio-Cultural Service, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: volobuev.vit98@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8996-736X

Оригинальная статья / Original article

УДК 372.882

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-97-105>



## Реализация идеи народности в образовательном процессе СПО (к 200-летию К. Д. Ушинского)

Л.И. Коновалова<sup>1</sup>, Л.А. Семенова<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена  
Набережная реки Мойки, д. 48, Санкт-Петербург 191186, Российская Федерация

<sup>2</sup> Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: romahka31@yandex.ru

### Резюме

*Все творчество великого русского педагога К.Д. Ушинского насквозь пронизано идеей создания национальной педагогической системы, основой которой является понятие «народность». По его мнению, «народность» возможно и нужно воспитывать в ребенке прежде всего средствами родного языка и родной литературы. Актуальность представленной работы заключается в преломлении идеи народности к современному уроку литературы в профессиональной подготовке в образовательных организациях СПО. Авторы представили методические приемы, используемые при анализе художественных произведений, которые позволяют формировать не только предметно-образное мышление, но и эмпатию обучающегося, чувство сопереживания, приобщать его к национальным традициям.*

*Целью статьи является соотнесение идеи народности образования и воспитания, сформулированной К.Д. Ушинским, с традиционными и новыми подходами к изучению литературы. В работе приведены конкретные приемы работы по анализу художественного текста, позволяющие достичь поставленной цели. Апробация методов и приемов работы проходила на уроках литературы в ОБПОУ СПО «Железнодорожный горно-металлургический колледж».*

*В рамках данного исследования использовались следующие методы: для изучения педагогического наследия К.Д. Ушинского применен метод историко-педагогических исследований. Отбор и формулирование вопросов и заданий осуществлялся с учетом возрастных психологических особенностей обучающихся. Выводы были сформулированы благодаря использованию метода наблюдения за учебным процессом и анализу творческих работ.*

*Результатом работы авторы считают предложенную систему вопросов и заданий, которая может быть использована в качестве образца при анализе художественных произведений с целью преломления в современный урок литературы исторического наследия К.Д. Ушинского и его идеи «народности». Авторы считают необходимым продолжить соотнесение идеи народности с используемыми сегодня методами работы по анализу художественного текста.*

**Ключевые слова:** «народность»; наследие К.Д. Ушинского; устное словесное рисование; воображение читателя.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Коновалова Л.И., Семенова Л.А. Реализация идеи народности в образовательном процессе СПО (к 200-летию К. Д. Ушинского) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 97-105. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-97-105>.

Статья поступила в редакцию 25.04.2023    Статья подписана в печать 09.06.2023

Статья опубликована 05.09.2023

## The Implementation of the Idea of Nationality in the Educational Process of SPO (to the 200th Anniversary of K. D. Ushinsky)

Ludmila I. Konovalova<sup>1</sup>, Ludmila A. Semenova<sup>2</sup> ✉

<sup>1</sup> Herzen University,  
48, Moika Embankment, St. Petersburg 191186, Russian Federation

<sup>2</sup> Southwest State University  
50 Let Oktyabrya, 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: romahka31@yandex.ru

### Abstract

All the creativity of the great Russian teacher K.D. Ushinsky is permeated through and through with the idea of creating a national pedagogical system, the basis of which is "nationality". In his opinion, "nationality" is possible and should be brought up in a child primarily by means of the native language and native literature. The relevance of the presented work lies in the refraction of the idea of nationality to the modern literature lesson. The authors presented methodological techniques used in the analysis of works of art, which make it possible to form not only subject-figurative thinking, but also the empathy of the student, a sense of empathy, to introduce him to national traditions.

The purpose of the article is to correlate the idea of the nationality of education and upbringing, formulated by K.D. Ushinsky, with traditional and new approaches to the study of literature. The paper presents specific methods of work on the analysis of a literary text, allowing to achieve the goal, the approbation of methods and techniques of work took place at literature lessons in the OBPOU SPO "Zheleznogorsk Mining and Metallurgical College".

The authors consider the proposed system of questions and tasks to be the result of the work, which can be used as a sample in the analysis of works of art in order to refract the historical heritage of K.D. Ushinsky and his ideas of "nationality" into a modern literature lesson.

The authors consider it necessary to continue correlating the idea of nationality with the methods of work used today to analyze the literary text.

**Keywords:** "nationality"; the legacy of K.D. Ushinsky; oral verbal drawing; reader's imagination.

**Conflict of interest:** The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Konovalova L.I., Semenova L.A. The Implementation of the Idea of Nationality in the Educational Process of SPO (to the 200th Anniversary of K. D. Ushinsky). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 97–105 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-97-105>.

Received 25.04.2023

Accepted 09.06.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

3 марта 2023 года исполнилось 200 лет со дня рождения великого русского педагога К.Д. Ушинского. В истории и в современной педагогике имя Константина Дмитриевича занимает особое место: с ним связано изменение всей системы российского образования и формирование основ теоретической педагогики.

Наше обращение к педагогическому наследию К.Д. Ушинского обусловлено не только памятной датой, но и актуаль-

ностью проблем, которые были в поле зрения великого педагога. Сегодня, как никогда ранее, остро стоит вопрос о духовности российского общества, о роли педагогики и образования в ее формировании. Эти же вопросы были основными и в педагогических идеях К. Ушинского: им были определены основы становления и развития школы и национальной педагогики, благодаря его трудам педагогика становится не узкоспециальной наукой, а наукой, затрагивающей вопросы жизни

всего российского государства с одной стороны, и народа в целом – с другой.

Необходимо отметить, что в XIX веке Ушинский был далеко не одинок в своем интересе к проблемам национального воспитания: в это время создается влиятельное общественное движение, занимающееся разработкой новой образовательной системы для воспитания нового человека. Одним из первых, кто связал вопросы преподавания литературы и русского языка с проблемами национальности, был Ф.И. Буслаев. По его мнению, именно от изучения литературы зависит приобщение учащегося к духовным ценностям, именно литература способствует развитию творческой личности, позволяет овладеть этнокультурным опытом. Целый ряд ученых XIX века (В.И. Водовозов, В.Я. Стоюнин, Ц.П. Балталон и др.) посвящали свои исследования проблемам чтения и его роли в формировании нравственности.

Заслуга К.Д. Ушинского состоит в обобщении всего теоретического опыта предшествующего периода, что позволило ему заложить фундамент национальной педагогической системы, в основу которой положена идея народности. В сегодняшнее непростое время перед педагогами вновь встала задача преодоления ценностной нейтральности обучающихся, и, по мнению авторов, обращение к педагогическому наследию К.Д. Ушинского поможет современным педагогам открыть новые возможности для анализа и переоценки собственной педагогической деятельности.

## Результаты и обсуждение

Главной идеей в педагогическом наследии К.Д. Ушинского стала идея народности общественного воспитания. Понятие «народность» применительно к образованию и воспитанию своим рождением обязано министру просвещения С.С. Уварову. В циркулярном распоряжении начальникам учебных округов 21 марта 1833 года он ввел его как состав-

ную часть предложенной им формулы воспитания: «православие, самодержавие, народность» [1]. Его триаду отличало охранительное, консервативное содержание, причем, как отмечал известный историк и литературовед А.Н. Пыпин, термин «народность» был в ней лишь «эффемизмом, обозначавшим собственно крепостное право» [2]. Славянофилы использовали данный термин в качестве определения самобытности России, ее особенного исторического развития, ее неповторимости. Именно они первыми обратили внимание на «народность» в историческом плане, и «народность» во всех пластах социальной жизни, прежде всего в плане организации процесса обучения и воспитания. Идея «народности» была поддержана и западниками. «Славянофилы выговорили одно - единственное слово: народность национальность. - писал В.П. Боткин. - И в этом их великая заслуга... Они первые почувствовали, что наш космополитизм ведет нас только к пустомыслию и пустословью» [3, с. 15]. Эта же мысль подчеркнута и В.Г. Белинским: «Без национальностей человечество было бы мертвым логическим абстрактом, словом без содержания, звуком без значения. В отношении к этому вопросу я скорее готов перейти на сторону славянофилов, нежели оставаться на стороне гуманистических космополитов» [4].

Всесторонняя разработка концепции народности образования и воспитания была связана с рассмотрением вопроса огромного общественного значения, а именно – вопроса о народной школе. Идея народности общественного воспитания, о которой говорится в работе К. Ушинского «О народности в общественном воспитании» (1857 г.), красной нитью проходит через все его произведения («О нравственном элементе в русском воспитании», «Вопросы о народных школах», «Воскресные школы» и др.).

К.Д. Ушинский обращался не только к опыту российских педагогов, но и к педагогическим системам США и Западной

Европы, что позволило ему сделать вывод о национальном характере систем воспитания, поскольку каждая из них отвечает потребностям конкретного народа, и никакой универсальной системы воспитания и обучения нет и быть не может. «Как нельзя жить по образцу другого народа, как бы заманчив ни был этот образец, точно также нельзя воспитываться по чужой педагогической системе, как бы ни была она стройна и хорошо обдумана», – подчеркивал он в статье «О народности в общественном воспитании» [5, с. 256].

Эта мысль вовсе не означает, что не может быть обмена опыта между народами, заимствования должны быть проведены через призму народности, только в этом случае они будут безвредны и даже полезны.

Опираясь на идею народности в воспитании, К.Д. Ушинский рассматривал пути и методы развития отечественной педагогики как единство элементов: национального и общечеловеческого, при этом приоритет отдавался национальному и рассматривался в качестве ядра педагогической системы. Таким образом, эта идея позволяла К.Д. Ушинскому оградить русскую педагогику от влияния иноземных педагогических систем, принципы которых зачастую механически переносились на русское образование.

К сожалению, современные приемы заимствований мало чем отличаются от приемов прошлого (авторы имеют в виду засилье тестовых технологий) и в этом случае обращение к идее «народности» К.Д. Ушинского как нельзя кстати.

Школа только тогда будет действительно русской, национальной, когда в ней будет реализован родной язык, родная литература, отечественная история, родная природа и экономическая жизнь (география и естествознание). Прежде всего, родной язык. Ведь «... язык каждого народа создан самим народом» [6], в нем воплощается самая суть народного характера. «Язык, – писал Ушинский, –

является величайшим народным наставником, учившим народ тогда, когда не было еще ни книг, ни школ, и продолжающим его учить до конца народной истории... Усваивая родной язык, ребенок усваивает не одни только слова, их сложения и видоизменения, но бесконечное множество понятий, воззрений на предметы, множество мыслей, чувств, художественных образов, логику и философию языка, – и усваивает легко и скоро, в два-три года столько, что и половины того не может усвоить в 20 лет прилежного методического учения. Таков этот великий педагог – родное слово» [5].

Язык обладает огромным воспитательным потенциалом, поскольку в нем сконцентрированы выработанные веками элементы культуры. «Прежде всего необходимо сделать в русской школе, ... главными предметами – русский язык, русскую географию, русскую историю, возле которых группировались бы все остальные; словом – обратить нашу школу к народности» [7, 10].

Авторы в данном контексте под понятием школа имеют в виду не только общеобразовательные учебные заведения, но и образовательные организации среднего профессионального образования. Не стоит забывать о том, что профессиональная подготовка в колледжах начинается с общеобразовательных предметов, и русский язык, литература, родной язык – это те предметы, которые обладают огромным воспитательным потенциалом. Последнее время все «громче» звучит мысль о гуманитаризации профессионального образования, причем, по мнению большинства педагогов, данная проблема не должна решаться путем увеличения часов на гуманитарные предметы в условиях профессиональной подготовки. А значит перед педагогами в образовательных организациях СПО стоит задача поиска новых форм, методов, приемов, позволяющих реализовать идею народности.

Рассмотрим, каким образом идея народности может быть реализована на современном уроке литературы в колледже при использовании методов и приемов работы с художественным текстом, способствующим развитию эмпатии, эмоционального отклика, творческого воображения.

Прежде всего отметим, что она не должна противоречить *законам читательского восприятия*.

В самом процессе восприятия художественного произведения в читательской деятельности синтезируются такие процессы, как воображение, интуиция, память и т. д., и в свою очередь читательское воображение оказывается способным воздействовать на читающего. Восприятие и воздействие художественного произведения на личность — это длительный процесс, основы которого закладываются в школьном преподавании литературы, равно как и процесс развития читательского воображения; который необходимо целенаправленно стимулировать. Приобщение к духовным и нравственным ценностям общества не должно быть насильственным, а осуществляться плавно и ненавязчиво.

Необходимо помнить, что процесс вхождения в культуру будет только тогда интенсивным и положительным, когда учитель приобщает ученика к искусству слова или другим видам искусства в приемлемой для них форме, соответствующей их возрасту и развитию, не нарушая хода онтогенетического, психического развития личности. Так, для детского возраста характерно непосредственное, наглядно-образное восприятие мира, наглядно-образное мышление и воображение, являющееся базисом для полноценного восприятия художественного текста.

Наряду с воображением в виде наглядно-образного мышления развивается художественное воображение, которое характеризуется особым эстетическим отношением к действительности,

особым выражением сложного, внутреннего субъективно-эмоционального, духовного содержания, которое необходимо «вообразить», воплотить в слове, где вроде бы обычные предметы будут одухотворены высокой внутренней силой созидания. Способность созвать замысел и способность строить образ — это главные компоненты художественного воображения, которые проявляются как в изобразительном, так и в словесном творчестве детей.

Тем не менее нужно помнить, что образное мышление не только наглядное, оно позволяет объективизировать субъективное восприятие действительности, являясь, по выражению Ю.А. Полуянова, «психологическим оружием», благодаря которому рождаются новые идеи и переживания.

При переходе в среднюю школу меняется психологическое состояние обучающегося: для этого периода развития человека характерен синтез художественного воображения и живого созерцания действительности, что позволяет обучить ребенка видеть художественный образ в целом. Эту мысль, как нельзя лучше иллюстрирует утверждение В.В. Давыдова, что — «задача теоретического мышления состоит в том, чтобы созерцание и представления переработать в понятие, тем самым всесторонне воспроизвести систему внутренних связей, порождающих данную конкретность, раскрыть ее сущность» [8, с. 119]. Говоря методическим языком, этот возрастной период характеризуется первичностью чувственного восприятия, и вторичностью логического познания мира. Наглядно это проявляется в восприятии лирических произведений: от целостной воображаемой картины и от отношения, общего настроения ученики идут к частным проявлениям художественного воображения в метафоре, образном сравнении, когда пытаются «развернуть» их в образ [9].

Творческое воображение при этом — помощник как для учителя, так и для

ученика, с его помощью он проникает в авторский замысел, само идентифицирует себя с героями произведения, отвечает на вопрос: а как бы я поступил на его месте? При этом и происходит синтез логики осмысления текста и воображения, что ведет к целостному восприятию. Поэтому воображение читателя выполняет роль проводника, позволяющего соотносить отдельные образы или ситуации художественного произведения с замыслом этого произведения, и понимать, и воспринимать его как целостное явление. При этом происходит диалог не только в автором-создателем, но и диалог с самим собой, что еще раз подчеркивает важность системного развития читательского воображения с учетом исторически сложившихся видов воображения.

Но, определяя направления и способы реализации идеи народности образования и воспитания, необходимо учитывать и *тематическую направленность изучаемых литературных произведений*, а среди них выделяется группа произведений, в которых художественно воплощена тема народа. Особое внимание к ним – один из путей воплощения идеи народности в жизнь. В связи с этим обратимся к опыту работы авторов по анализу стихотворения Н. А. Некрасова «Крестьянские дети».

Простота стихотворения, психологически знакомые обучающимся ситуации, как правило, при первом чтении позволяют уловить лишь сюжетный план, но использование такого методического приема, как устное словесное рисование, позволит нам задействовать эмоциональный план читателя, пробудить его скрытые чувства и соотнести их с чувствами и эмоциями героев произведения и самого автора. Н.А. Некрасов отнюдь не просто любит крестьянскими ребятами или сожалеет об их тяжелой доле, его эмоции гораздо серьезнее: прикосновение к миру крестьянских детей для автора также целительны, как соприкосновения с природой.

Еще одним из важных приемов для стимулирования читательского воображения при анализе данного стихотворения считаем работу с его композицией: это выделение наиболее заинтересовавших читателя эпизодов, установление связи между ними. Такой прием позволит проследить за развитием мысли поэта, за сменой его настроения. Как правило, учитель предлагает самим ученикам выбрать эпизоды для устного словесного рисования, те, которые привлекают внимание учащихся, и это вполне оправдано, т.к. ими выбираются эпизоды, дающие эмоциональный отклик.

Задача учителя при этом – направить внимание обучающихся к эмоциям и мышлениям автора и к эмоциональным переживаниям героев. При этом прием устного словесного рисования видоизменяется и его функции расширяются и детализируются. Необходимо предложить учащимся такую форму словесного рисования, чтобы была вызвана ответная эмоциональная реакция на текст, и произошло проникновение в чувства и эмоции автора, т.е. необходимо сконцентрировать вопросы на зрительных и слуховых эквивалентах. К примеру, можно предложить устно нарисовать «психологический» портрет автора, с его чувствами, настроениями. Представим данное утверждение на примере построения вопросов.

Необходимо отметить, что апробирование представленных приемов было проведено на уроках литературы в ОБПОУ СПО «Железногорский горно-металлургический колледж», специальность 21.02.18 Обогащение полезных ископаемых группа ОПИ - 22. Общее количество обучающихся в данной группе студентов – 25 человек, третья часть которых являются деревенскими жителями, еще половина студентов имеет бабушек и дедушек, проживающих в сельской местности, и картины народной жизни для них не обыденны, но знакомы. Предлагаем для работы следующие задания:

– Для анализа берем строки стихотворения «Опять я в деревне, хожу на охоту, пишу мои вирши – живется легко...проснулся: в широкие двери сарая глядятся веселые солнца лучи». Задание на устное словесное рисование может быть таким: Опишите картину, которую мог увидеть автор стихотворения, проснувшись утром, опишите эмоции, испытанные им, а также сравните со своими эмоциями, если бы вы оказались на месте автора. Задание подобного рода даст возможность не просто воссоздать живописную картину, но и увидеть ответные эмоции, которые вызывают строки стихотворения. Для более точного выполнения задания определим параметры его исполнения: какой момент изобразим в словесной картине? как передадим те впечатления и чувства, которые вызвала картина раннего утра у автора? Кроме того, попытаемся увидеть «картину» его глазами.

– Следующим приемом, рекомендуемым для отработки умения устного словесного рисования, может быть беседа по вопросу: «Что больше всего удивило и привлекло внимание сельских ребят?» При этом сопутствующей работой может быть выразительное чтение высказываний детей и задание устно нарисовать картину встречи охотника и крестьянских детей. «Представьте, что вы иллюстратор и вам необходимо создать иллюстрацию к данной сцене, что бы вы изобразили на картине, какими бы были ваши герои, как бы они выглядели?»

Представленные выше задания помогут учащимся перейти от конкретно-образного понимания текста к пониманию значимости стихотворения в социальном плане: первые эмоции автора – это эмоции умиления и восторга крестьянскими детьми, которые сопряжены с эмоциями, вызываемыми красотой природы, затем надвигающаяся гроза символизирует возникающее у автора чувство тревоги за судьбу этих детей. Таким образом, читателю становится понятна со-

циальная доминанта стихотворения Н. Некрасова. Сопроводительные вопросы по траектории движения по эмоциям автора могут быть следующие:

1. *Какие чувства вызвало у вас чтение стихотворения?*

2. *Каковы особенности построения стихотворения? Придумайте названия каждой части стихотворения.*

3. *Составьте картинный план стихотворения.*

4. *Назовите эпизод, привлекий ваше внимание больше всего.*

5. *Попробуйте проиграть (словесно) 1 часть стихотворения Некрасова, при этом передавая чувства детей;*

б) *расскажите о характере крестьянских детей на основании анализа их речи, представьте, как они выглядят.*

6. *Как вы считаете, почему автор прерывает рассказ собственными воспоминаниями и грустными раздумьями о судьбах крестьянских детей?*

7. *Выпишите из текста образные сравнения, наиболее понравившиеся вам и «разверните» в воображаемую картину.*

Завершая анализ стихотворения, предлагаем учащимся следующее задание: «Опишите автора стихотворения, каким вы его увидели».

Детализируем теперь функции устного словесного рисования. Прием устного словесного рисования актуализирует внимание обучающихся на личности автора и лирических героях стихотворения, но позволяет сделать это не сразу, а постепенно, усложняя и переходя от конкретно-образного понимания сцен к образу автора.

Деятельность в этом направлении приблизит к обучающимся произведения русской национальной культуры, в том числе и те из них, в которых определяющей является тема народа.

Позднее студентам предстоит целенаправленная работа с другими произведениями Н.А. Некрасова, и представленные примеры заданий можно использовать как образец при организации работы

над поэмой «Кому на Руси жить хорошо».

Приведённые ниже отдельные вопросы и задания к роману Ф.А. Абрамова «Дом» показывают связь изучения литературы с идеей народности, сформулированной К.Д. Ушинским: 1) *Как вы думаете, почему Лизавета из всех сил стремится спасти символ дома – деревянного коня?* 2) *Наполните метафоры смысловым содержанием: «Михаил построил дом в своей душе, мы теперь все как братья и сёстры...»;* 3) *Создайте ассоциативный ряд к пониманию смысла названия романа «Дом»: «дом – страна», «дом – малая родина», «дом – деревня Пекашино», «дом – изба»;* 4) *Согласны ли с высказыванием Ф.А. Абрамова: «Россия прощается и прощается навсегда со своей тысячелетней избытой историей»?*

## Выводы

Приведенные примеры заданий работы с художественным текстом представляют идею познания национальных особенностей, знакомства с образом жизни русского человека, его традициями, формирование опыта эмпатии и эмоционального отклика.

Перед современной методической мыслью стоит актуальная задача – соотнести идею народности образования и воспитания, сформулированную К.Д. Ушинским, с традиционными и новыми подходами к изучению литературы не только в рамках школьной программы, но и при профессиональной подготовке в колледжах.

## Список литературы

1. Российское образование: история и современность / под. ред. С. Ф. Егорова. М., 1994. С. 169.
2. Пыпин А.Н. История русской этнографии. Т.1. СПб., 1890. С. 388.
3. Цимбаев Н.И. Московские споры либерального времени // Русское общество 40-50-х гг. XIX века. Ч.1: Записки А.И. Кошелева. М., 1991.
4. Белинский В.Г. Ответ «Москвитянину» // Избр. филос. соч. Т. 11. М., 1948. С. 334.
5. Ушинский К.Д. О народности в общественном воспитании // Пед. соч.: в 6 т. М., 1988. Т. 1.
6. Ушинский К.Д. Родное слово // Пед. соч.: в 6 т. М., 1989. Т. 4. С. 108.
7. Ушинский К.Д. О необходимости сделать русские школы русскими // Пед. соч.: в 6 т. М., 1988. Т. 2.
8. Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения: опыт теоретического и экспериментального психологического исследования. М.: Педагогика, 1986. 240 с.
9. Скоробогатов В.А. Коновалова Л.И. Феномен воображения. СПб., 2002. 115 с.
10. Ушинский К.Д. Отчет командированного для осмотра заграничных женских учебных заведений коллежского советника К. Ушинского // Пед. соч.: в 6 т. М., 1988. Т. 2. С. 324.

## References

1. *Rossiiskoe obrazovanie: istoriya i sovremennost'* [Russian education: History and modernity]; ed. by S. F. Egorova. Moscow, 1994. P. 169.
2. Pypin A.N. *Istoriya russkoj etnografii* [History of Russian Ethnography]. St. Petersburg, 1890. Vol. 1. P. 388.

3. Cimbaev N.I. Moskovskie spory liberal'nogo vremeni [Moscow disputes of liberal time]. *Russkoe obshchestvo 40-50-h gg. XIX veka, pt.1: Zapiski A.I. Kosheleva* [Russian society of the 40-50s of the XIX century. Part 1: Notes of A.I. Koshelev]. Moscow, 1991.
4. Belinskij V.G. Otvet "Moskvityaninu" [The answer to "Moskvityanin"]. *Izbr. filos. soch.* [Selected philos. op.]. Moscow, 1948, vol. 11, p. 334.
5. Ushinskij K.D. *O narodnosti v obshchestvennom vospitanii* [About nationality in public education]; Moscow, 1988, vol. 1.
6. Ushinskij K.D. *Rodnoe slovo* [Native word]. Moscow, 1989, vol. 4, p. 108.
7. Ushinskij K.D. *O neobходимости sdelat' russkie shkoly russkimi* [Russian Russian schools about the need to make Russian schools]. Moscow, 1988, vol. 2.
8. Davydov V. V. *Problemy razvivayushchego obucheniya: opyt teoreticheskogo i eksperimental'nogo psihologicheskogo issledovaniya* [Problems of developmental learning: the experience of theoretical and experimental psychological research]. Moscow, Pedagogika Publ., 1986. 240 p.
9. Skorobogatov V.A. Konovalova L.I. *Fenomen voobrazheniya* [The phenomenon of imagination]. St. Petersburg, 2002. 115 p.
10. Ushinskij K.D. *Otchet komandirovannogo dlya osmotra zagranichnyh zhenskih uchebnyh zavedenij kollezhskogo sovetnika K. Ushinskogo* [Report of the collegiate adviser K. Ushinsky sent to inspect foreign women's educational institutions]. Moscow, 1988, vol. 2, p. 324.

### Информация об авторах / Information about the Authors

**Коновалова Людмила Ивановна**, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры образовательных технологий в филологии, РГПУ им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, e-mail: konovalovali@mail.ru

**Lyudmila I. Konovalova**, Doctor of Sciences (Pedagogical), Professor, Professor of the Department of Educational Technologies in Philology, A.I. Herzen State Pedagogical University, St. Petersburg, Russian Federation, e-mail: konovalovali@mail.ru

**Семенова Людмила Анатольевна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры экспертизы и управления недвижимостью, горного дела, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: romahka31@yandex.ru

**Lyudmila A. Semenova**, Candidate of Sciences (Pedagogical), Associate Professor of the Department of Expertise and Management of Real Estate, Mining, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: romahka31@yandex.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 316.624.3-053.6:37.034

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-106-117>



## Профилактика школьного буллинга среди подростков отдельных образовательных организаций для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья: модель антибуллинговой компетентности и оценка ее эффективности

Л.Н. Молчанова<sup>1</sup> ✉, А.В. Фомина<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Курский государственный медицинский университет  
ул. К. Маркса, д. 3, г. Курск 305000, Российская Федерация

✉ e-mail: molchanowa.liuda@yandex.ru

### Резюме

*Масштаб распространения травли среди подростков приобретает глобальный характер. Обучающиеся с интеллектуальными нарушениями подвергаются эмоциональному, физическому и психическому давлению в образовательных организациях для детей с ограниченными возможностями здоровья, что обеспечивает необходимость разработки и внедрения антибуллинговой компетентностной модели профилактики. В исследовании приняли участие 26 подростков ОКОУ «Школа-интернат №3» г. Курска в возрасте 14-16 лет. Сбор данных производился с помощью наблюдения и беседы с использованием стандартизированных методик диагностики социально-психологических детерминант буллинга. Реализация констатирующего и контрольного этапов формирующего эксперимента предусматривала диагностику риска буллинга, социометрического статуса и степени распространенности травли в образовательной среде, а также оценку результатов с помощью статистических методов математического анализа («Statistica 11.0»). Разработанная в соответствии с компетентностной моделью профилактики школьного буллинга среди подростков программа направлена на снижение уровня травли через оптимизацию их внутригрупповых взаимоотношений. Оценка результатов ее внедрения засвидетельствовала изменения в степени распространенности буллинга и изменение статусно-ролевой структуры экспериментальной группы в сравнении с контрольной и с результатами первичной диагностики, а значит, и ее эффективность. Классный коллектив показал высокую степень сплоченности, дисциплинированности и организованности. Успешно выполнены мероприятия по информационному просвещению всех участников образовательного процесса, созданию благоприятного социально-психологического климата в школьном коллективе для всестороннего развития личности подростков с интеллектуальными нарушениями. Подростки продемонстрировали высокую активность не только во время учебных занятий, но и во внеурочное время.*

**Ключевые слова:** антибуллинговая компетентностная модель; социально-психологические детерминанты; профилактика; школьный буллинг; обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Молчанова Л.Н., Фомина А.В. Профилактика школьного буллинга среди подростков отдельных образовательных организаций для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья: модель антибуллинговой компетентности и оценка ее эффективности // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 106-117. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-106-117>.

Статья поступила в редакцию 21.02.2023    Статья подписана в печать 06.04.2023

Статья опубликована 05.09.2023

© Молчанова Л.Н., Фомина А.В., 2023

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика / Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics. 2023; 13(2): 106-117

## Prevention of School Bullying Among Adolescents of Individual Educational Organizations for Students with Disabilities: a Model of Antibullying Competence and Evaluation of its Efficiency

Ludmila N. Molchanova<sup>1</sup> ✉, Anastasia V. Fomina<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kursk State Medical University

3 K. Marx Str., Kursk 305000, Russian Federation

✉ e-mail: molchanowa.liuda@yandex.ru

### Abstract

*The scale of bullying among teenagers is becoming global. Students with intellectual disabilities are subjected to emotional, physical and mental pressure in educational institutions for children with disabilities, which ensures the need to develop and implement an anti-bullying competence model of prevention. The study involved 26 teenagers from Kursk Boarding School No. 3 at the age of 14-16. Data collection was carried out through observation and conversation using standardized methods for diagnosing the socio-psychological determinants of bullying. The implementation of the ascertaining and control stages of the formative experiment included diagnosing the risk of bullying, sociometric status and the prevalence of bullying in the educational environment, as well as evaluating the results using statistical methods of mathematical analysis ("Statistica 11.0"). Developed in accordance with the competency-based model of preventing school bullying among adolescents, the program is aimed at reducing the level of bullying through the optimization of their intragroup relationships. Evaluation of the results of its implementation testified to changes in the prevalence of bullying and a change in the status-role structure of the experimental group in comparison with the control group and with the results of primary diagnostics, and hence its effectiveness. The class team showed a high degree of cohesion, discipline and organization. Measures were successfully carried out to raise awareness of all participants in the educational process, to create a favorable socio-psychological climate in the school community for the comprehensive development of the personality of adolescents with intellectual disabilities. Adolescents demonstrated high activity not only during school hours, but also outside school hours:*

**Keywords:** anti-bullying competence model; socio-psychological determinants; prevention; school bullying; students with disabilities.

**Conflict of interest:** The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Molchanova L.N., Fomina A.V. Prevention of School Bullying Among Adolescents of Individual Educational Organizations for Students with Disabilities: a Model of Antibullying Competence and Evaluation of its Efficiency. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 106–117 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-106-117>.

Received 21.02.2023

Accepted 06.04.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

В современном российском образовательном пространстве приоритетным направлением деятельности является психическое, физическое и эмоциональное благополучие обучающихся. В октябре 2022 года Государственной думой Российской Федерации был подготовлен законопроект о профилактике буллинга. Представители ведущих думских фракций «Единая Россия», «КПРФ», «Спра-

ведливая Россия-За правду», «ЛДПР» отметили, что в российском обществе отсутствует законодательство, регламентирующее травлю в образовательных организациях, что привело к разработке и принятию законопроекта, направленного на предупреждение и профилактику. В нормативно-правовом акте будет введен термин «травля», также разработана единая программа профилактики на государственном уровне. Программа профилак-

тики травли будет включена в воспитательный процесс в каждой образовательной организации Российской Федерации и направлена на формирование социально позитивного поведения обучающихся в коллективе, а также будет включать инструментарий для оценки уровня психологического благополучия в школе в целом [1].

В мае 2021 года организациями «Где мои дети» и «Травли NET» было опрошено более 4000 респондентов в возрасте от 30 до 35 лет. Опрос был посвящен буллингу в школе, и по итогам были сделаны выводы о том, что каждый третий обучающийся сталкивался с травлей в школьные годы, каждый десятый исполнял роль или «жертвы» или «свидетеля», каждый четырнадцатый считает себя агрессором. Российская статистика мало отличается от общемировых тенденций: 32% подростков сталкиваются с буллингом в школе [1].

Согласно результатам ЮНЕСКО каждый третий подросток подвергается буллингу, но российская статистика еще хуже: 42,5% школьников испытывают на себе травлю [2].

В настоящее время проблема школьной травли или буллинга является одним из приоритетов государственной политики в сфере образования. Масштабы распространения буллинга требуют принятия активных и эффективных мер по борьбе как с установленными фактами буллинга, так и с предпосылками его возникновения, так как согласно данным ЮНЕСКО обучающиеся, подвергшиеся буллингу в два раза чаще, чувствуют себя одинокими и задумываются о суициде. Причем последствия испытывают на себе не только «агрессоры-жертвы», но и все участники «Круга буллинга»: последователи, сторонники, пассивные сторонники, активные защитники, пассивные защитники и безразличные наблюдатели [3].

Проблема школьной травли уже более 40 лет вызывает исследовательский интерес со стороны многих исследовате-

лей: педагогов, психологов, социальных и медицинских работников и юристов. Понимание травли в современной литературе сводится к двум основным признакам: продолжительности и частоте. По мнению немецкого педагога Х. Каспера, можно выделить две формы буллинга: буллинг I и буллинг II.

Буллинг I характеризуется продолжительностью не менее 6 месяцев и частотой не менее 1 раза в неделю. Буллинг II – длительность менее полугода и частота реже 1 раза в неделю. Х. Каспер выделяет 5 основных признаков буллинга: стабильность; неравенство сторон; не реже одного раза в неделю; не менее полугода; разрешить конфликтную ситуацию со стороны жертвы самостоятельно не предоставляется возможным [4].

Буллинг среди обучающихся школ-интернатов для детей с ограниченными возможностями здоровья (умственная отсталость, интеллектуальные нарушения) является неотъемлемой частью школьного коллектива согласно Е. Н. Скавычевой. Обучающиеся с интеллектуальными нарушениями характеризуются стойкими нарушениями высших психических функций: мышления, внимания, воображение, восприятия, памяти, речи. Елена Николаевна Скавычева отмечает, что чаще всего обучающиеся с умственной отсталостью исполняют роль агрессора (буллера). Такие обучающиеся часто бывают жестоки и агрессивны, демонстрируют вызывающий тип поведения [5].

Целью исследования является разработка модели антибуллинговой компетентности в условиях отдельных образовательных организаций для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (интеллектуальными нарушениями) и оценка ее эффективности.

Объект исследования – модель антибуллинговой компетентности в условиях отдельных образовательных организаций для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, а предмет – оценка ее эффективности.

Следует отметить, что объектно-предметная область исследования согласуется с приоритетным направлением фундаментальных и поисковых исследований (см. Распоряжение Правительства РФ № 3684-р от 31 декабря 2020 года, Программа фундаментальных научных исследований в Российской Федерации на долгосрочный период (2021 - 2030 годы), 5.5.1 Психологические и когнитивные науки. Разделы: 5.5.1.2. Благополучие, удовлетворенность жизнью, психическое здоровье и развитие детей и семьи; 5.7.3.7. Создание безопасной образовательной среды в образовательных организациях различных типов).

**Материалы и методы.** Данное эмпирическое исследование проводилось на базе: Областного казенного общеобразовательного учреждения «Школа-интернат для детей с ограниченными возможностями здоровья № 3» г. Курска. В нем приняло участие 26 обучающихся в возрасте от 14 до 16 лет, имеющие умственную отсталость легкой, умеренной и тяжелой степени.

Для диагностики эмоциональных связей внутри группы использовали социометрический тест в школьной практике (М. Битянова) [6], а для диагностики буллинга и риска его возникновения в образовательной среде – набор методик, представлен в табл. 1.

**Таблица 1.** Диагностический инструментарий буллинга и риска его возникновения в образовательной среде

**Table 1.** Diagnostic tools for bullying and its risk in the educational environment

| №<br>п/п                                                                                                 | Шкалы методики             | Наименование методики                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Образовательный компонент профилактической работы:<br>оценка риска буллинга в школе                      |                            |                                                                                                                                        |
| 1                                                                                                        | Шкала небезопасности       | Опросник риска буллинга (А.А. Бочавер, В.Б. Кузнецова, Е.М. Бианки, П.В. Дмитриевский, М.А. Завалишина, А. Капорская, К.Д. Хломов) [7] |
| 2                                                                                                        | Шкала разобщенности        |                                                                                                                                        |
| 3                                                                                                        | Шкала благополучия         |                                                                                                                                        |
| 4                                                                                                        | Шкала равноправия          |                                                                                                                                        |
| Образовательный компонент профилактической работы: степень распространения буллинга в подростковой среде |                            |                                                                                                                                        |
| 5                                                                                                        | Действия буллинга          | Опросник SMOB (оценка себя) (Х. Каспер, в адаптации С.В. Кривцовой) [4]                                                                |
| 6                                                                                                        | Случаи буллинга I          |                                                                                                                                        |
| 7                                                                                                        | Случаи буллинга II         |                                                                                                                                        |
| 8                                                                                                        | Общее число жертв буллинга |                                                                                                                                        |

Математико-статистическую обработку информации (описательную и сравнительную статистику) осуществляли с помощью программного продукта «Statistica 11.0».

## Результаты и обсуждение

Подробное графическое описание организационно-содержательного и оценочно-результативного этапов реализации модели антибуллинговой компетент-

ности в условиях отдельных образовательных организаций для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (интеллектуальными нарушениями), в соответствии с которой была разработана и апробирована программа профилактики школьного буллинга, представлено на рис.1.

Антибуллинговая программа рекомендована всем участникам образовательных отношений: обучающимся, их родителям (законным представителям)

несовершеннолетних обучающихся), педагогическим работникам, организациям, осуществляющим образовательную деятельность (ст.2. ФЗ «Об образовании в Российской Федерации») [8] и направлена на повышение уровня их антибуллинговой компетентности, то есть коммуникативных компетенций межличностного общения и толерантного отношения,

формирование активной жизненной позиции и бесконфликтного статусно-ролевого взаимодействия. Программа состоит из четырех блоков: индивидуальный – «Тебя слышат и слушают!», общешкольный – «Вместе эффективнее», родительский – «Главная роль», классный – «Мы команда».



**Рис. 1.** Модель антибуллинговой компетентности в условиях отдельных образовательных организаций для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (интеллектуальными нарушениями)

**Fig. 1.** Competence-based anti-bullying model in the conditions of individual educational organizations among adolescents with disabilities (intellectual disabilities)

На основании письма Минпросвещения России N СК-578/08, Рособрнадзора N 01-350/13-01 от 18.12.2020 «О снижении документационной нагрузки учителей» блоки антибуллинговой программы включены в рабочую программу воспитания образовательной организации, программу (план работы) с обучающимися, состоящими на внутришкольном учете, план воспитательной работы учителя – классного руководителя (воспитателя), план работы педагога-психолога, план работы социального педагога, план работы педагога-организатора, не пред-

полагает дополнительной учебной нагрузки и рассчитана на 1 учебный год. Общая ее длительность составляет 120 часов: не менее одного часа в неделю по каждому направлению деятельности.

Констатирующий этап формирующего эксперимента включал первичную диагностику степени распространенности буллинга среди подростков с интеллектуальными нарушениями.

Результаты контрольного этапа формирующего эксперимента засвидетельствовали значимое снижение показателей риска школьного буллинга (табл. 2) [7]:

**Таблица 2.** Значимость различий показателей риска школьного буллинга среди подростков из ЭГ на констатирующем и контрольном этапах формирующего эксперимента (Wilcoxon Matched Pairs Test,  $p < 0,05$ )

**Table 2.** The significance of differences in the risk indicators of school bowling among adolescents from EG at the ascertaining and control stages of the formative experiment

| № п/п | Наименование показателя | Этапы формирующего эксперимента |               |                 |               | (1)-(2) |         |
|-------|-------------------------|---------------------------------|---------------|-----------------|---------------|---------|---------|
|       |                         | констатирующий (1)              |               | контрольный (2) |               | T       | p-level |
|       |                         | Mean                            | Качественный  | Mean            | Качественный  |         |         |
| 1     | Небезопасность          | 5,08                            | ниже среднего | 3,85            | ниже среднего | 63,50*  | 0,041   |
| 2     | Благополучие            | 5,58                            | ниже среднего | 6,54            | выше среднего | 69,5*   | 0,037   |
| 3     | Разобщённость           | 2,12                            | ниже среднего | 1,65            | ниже среднего | 99,50   | 0,381   |
| 4     | Равноправие             | 4,54                            | выше среднего | 2,81            | ниже среднего | 28,5*   | 0,001   |

\* статистическая значимость различий при  $p < 0,05$

Снижение показателей по шкале «Небезопасность» свидетельствует о высоком уровне субъективной безопасности в классном коллективе и школе в целом. Группа характеризуется соблюдением правил межличностного общения, уважением личных границ обучающихся. Уровень фонового негатива в группе снижается, что свидетельствует о высокой степени качества отношений. Повышение данных по шкале «Благополучие» свидетельствует о высокой степени взаимопомощи и коммуникативной компетентности в школьном коллективе.

Шкала-предиктор «Разобщенность» характеризуется снижением показателей (с 2,12 до 1,65), а также сплоченностью классного коллектива, снижением дистанцирования как между обучающимися, так и между педагогическим коллективом и подростками. Происходит налаживание эффективного диалога, наблюдаются взаимопомощь и взаимовыручка. Данные шкалы-антипредиктора «Равноправие» означают наличие в классном коллективе напряженности, что вызвано проявлением тревожности и агрессии. Снижение показателей свидетельствует о

дистанцировании членов социальной группы и возникновения вербальной формы буллинга. Словесный буллинг с развитием и использованием информационно-коммуникационных сетей приобретает глобальный характер и предусматривает анонимное и безнаказанное преследование. Прекратить данные издевательства традиционным путем, а именно прекращением физического контакта, не предоставляется возможным, что наносит большой вред психике подростка. К данному типу агрессивного поведения относятся обзывательства, оскорбления, распространение порочащей информации, запугивание с помощью жестов [9].

Немецкий педагог Хорст Каспер разработал опросник SMOB для изучения степени распространенности буллинга. Он выделяет две формы буллинга: буллинг I и буллинг II. Первый буллинг характеризуется частотой действий от одного раза в день до одного раза в неделю, длительностью более 6 месяцев. Второй буллинг свидетельствует о частоте несколько раз в месяц или реже, а также длится до полугода, но происходит реже 1 раза в 7 дней [4] (табл. 3):

**Таблица 3.** Значимость различий показателей степени распространенности буллинга среди подростков из ЭГ на констатирующем и контрольном этапах формирующего эксперимента (Chi-square,  $p < 0,05$ )

**Table 3.** Significance of differences in the prevalence of bullying among adolescents from EG at the ascertaining and control stages of the formative experiment (Chi-square,  $p < 0.05$ )

| №<br>п/п | Наименование<br>показателя | Этапы формирующего эксперимента |       |                 |       | (1)-(2)    |         |
|----------|----------------------------|---------------------------------|-------|-----------------|-------|------------|---------|
|          |                            | констатирующий (1)              |       | контрольный (2) |       | Chi-square | p-level |
|          |                            | n                               | %     | n               | %     |            |         |
| 1        | Действия буллинга I        | 4                               | 7,69  | 0               | 0     | 20,05*     | 0,000   |
| 2        | Действия буллинга II       | 22                              | 42,31 | 16              | 30,77 | 6,05*      | 0,014   |
| 3        | Общее число жертв буллинга | 26                              | 100   | 16              | 61,54 | 14,06*     | 0,0002  |

\* статистическая значимость различий при  $p < 0,05$

Согласно полученным данным в констатирующем этапе формирующего эксперимента 4 обучающихся подвергались действиям буллинга I и 22 – буллинга II. После внедрения «Антибуллинговой программы «Каждый будет услышан»» количество жертв буллинга II сократилось до 16 обучающихся, буллинг I в классных коллективах отсутствует. Общее количество жертв буллинга сократилось на 38,46% (с 100% до 61,54%). Таким образом, контрольный этап формирующего эксперимента засвидетельствовал значимое снижение количества действий и жертв буллинга, что свидетельствует об эффективности реализации тренинговых мероприятий (см. рис.1) в работе с обучающимися подросткового возраста с ограниченными возможностя-

ми здоровья. Школьный коллектив стал более сплоченным. Подростки чувствуют себя более защищенными от физических и психологических форм агрессии, поскольку получают поддержку как со стороны педагогического коллектива, так и со стороны родителей (законных представителей). Снижается общий уровень агрессии и тревожности в группе, что обуславливает готовность оказывать помощь и поддержку одноклассникам и обращаться за помощью к педагогу или родителям.

Изучение статусно-ролевой структуры школьного коллектива на констатирующем и контрольном этапах формирующего эксперимента осуществлялось с помощью социометрического теста (М. Битнова) [6] (табл. 4):

**Таблица 4.** Описательная статистика показателей классической социометрии среди подростков до и после внедрения антибуллинговой программы

**Table 4.** Descriptive statistics of classical sociometry indicators among adolescents before and after the introduction of an anti-bullying program

| Респондент | Показатель | До интерпретации | Показатель | После интерпретации |
|------------|------------|------------------|------------|---------------------|
| 103        | 10         | высокостатусные  | 5          | высокостатусные     |
| 104        | 7          | средние          | 2          | средние             |
| 105        | -19        | отверженные      | -7         | пренебрегаемые      |
| 106        | -3         | пренебрегаемые   | 6          | высокостатусные     |
| 107        | 5          | средние          | 7          | высокостатусные     |
| 108        | -2         | пренебрегаемые   | 12         | высокостатусные     |

Традиционно в социометрической структуре класса выделяют несколько социальных ролей: «популярные», «средние», «непопулярные». «Высокостатусные» обучающиеся характеризуются небольшим количеством отрицательных выборов (менее 5) [10]. Среди них также выделяют «социометрических звезд», у которых отсутствуют отрицательные выборы. Чем выше статус обучающегося в классном коллективе, тем он эмоционально привлекателен, и одноклассники испытывают потребность в общении с ним. В большинстве случаев «социометрические звезды», обладающие такими качествами, как эмпатия, обаяние, терпеливость являются лидерами и чаще всего выступают или буллерами, или активными защитниками жертвы. «Средние» обучающиеся составляют большинство класса и имеют примерно одинаковое количество положительных и отрицательных выборов и чаще всего реализуют такие роли, как «безразличные наблюдатели», «пассивные защитники» и «пассивные сторонники», и от изменения их позиции в буллинг-структуре класса зависит продолжительность и глубина школьной травли.

К «непопулярным» обучающимся класса в социометрическом методе относят «пренебрегаемых», «отверженных» и «изолированных». «Пренебрегаемые» характеризуются отрицательной суммой взаимных выборов и являются непопулярными в классном коллективе.

«Отверженные» не имеют положительных выборов. Их личностные особенности, внешний вид и тип поведения вызывают чувство неприятия у других членов классного коллектива.

«Изолированные» малоактивны, редко принимают участие в жизни как класса, так и школьного коллектива в целом. Данные обучающиеся никогда не вызывают как положительных, так и отрицательных эмоций одноклассников, часто их характеризуют как «невидимых». Мо-

гут перейти в группы «предпочитаемых», «пренебрегаемых» или «отверженных».

Большинство программ, реализуемых в Российской Федерации, направлены на первичную профилактику в виде информирования всех сторон образовательных отношений. Такие программы важны, но также важно развивать профилактику на всех уровнях работы с обучающимися, носящую междисциплинарный характер [11].

Одной из самых эффективных и распространенных программ профилактики буллинга в зарубежных странах является разработанная норвежским ученым Дэном Олвеусом программа, направленная на формирование позитивного внутришкольного климата путем просмотра видеороликов, создания групп по интересам, активизации досуговой деятельности. Активная работа велась только в отношении агрессоров, жертв и свидетелей [12].

Согласно Е.В. Стратийчук, Р.В. Чиркина программа профилактики более эффективна при реализации ее на общешкольном уровне: весь педагогический коллектив включен в деятельность, педагогические кадры могут рассчитывать на эффективную поддержку со стороны администрации образовательной организации [13].

Кэтрин Брэдшоу отмечает, что программы предупреждения буллинга важны, но необходимо развивать взаимодействие всех структур образовательной организации [14]. Группа авторов (Cristina Salmivalli, Lydia Laninga-Wijnen, Sarah T. Malamut, Claire F. Garandeau) провели анализ профилактических программ за последнее десятилетие и пришли к выводу, что одну из главных ролей в прекращении школьной травли может играть сам подросток. Поэтому важно, по их мнению, включать в программы комплекс мероприятий по формированию активной социальной позиции подростков [15].

Целью «Антибуллинговой» программы «Каждый будет услышан» является предупреждение ситуаций травли в обра-

зовательной организации путем просвещения всех сторон образовательных отношений. Программа состоит из 4 модулей, один из которых посвящен работе с классным коллективом. Модуль «Мы команда» направлен на сплочение классного коллектива, повышение уровня успеваемости, создание комфортной среды для всестороннего развития личности каждого обучающегося, а также на увеличение времени занятости подростка, путем вовлечения его в кружковую и секционную деятельность.

Ведущую роль играет классный руководитель и воспитатель, закрепленные за классным коллективом, а также педагог-психолог, социальный педагог и педагог-организатор.

Цель классного модуля – создание благоприятной атмосферы в классе для профилактики ситуаций буллинга на ранних этапах. Цель раскрывается в задачах: защита прав и интересов обучающихся; формирование всесторонней деятельности по поддержке обучающихся, требующих особого внимания; применение диагностического инструментария; формирование и реализация индивидуальных планов работы.

Деятельность классного руководителя и воспитателя класса должна руководствоваться общепринятыми принципами с опорой на духовно-нравственные и исторические ценности, при поддержке семьи, государства, общества и образовательной организации.

Разнообразие форм и методов работы с классным коллективом (классный час, классное собрание, конкурс, конференция, клубы по интересам, викторина, дискуссия, праздники, экскурсии, игры) помогают вовлечь каждого обучающегося класса в совместную деятельность. Календарно-тематическое планирование предполагает проведение следующих мероприятий: психологический тренинг «Стоп буллинг», классное мероприятие «Ты капитан», конкурс рисунков «Стоп

насилие», совместный просмотр и обсуждение фильма «Чучело» и другие.

С целью контроля эффективности классного модуля классный руководитель (воспитатель) ежегодно заполняет на основании проведенных методик педагогом-психологом «Психолого-педагогическую характеристику класса». Данный документ включает в себя общую характеристику класса, социальный паспорт класса, уровень воспитанности по методике Н. П. Капустиной, социометрическую структуру класса (социометрический тест в школьной практике (М. Битянова)) [6], традиции класса, характеристику вовлеченности обучающихся в кружковую и секционную деятельность. Характеристика класса хранится с 1 по 11 класс с целью отслеживания истории развития классного коллектива.

Проанализировав результаты социометрического теста до и после реализации «Антибуллинговой программы «Каждый будет услышан»» нами был сделан вывод о ее эффективности: 4 обучающихся повысили свой социометрический статус: отверженный-пренебрегаемый (1 обучающийся); пренебрегаемый-высокостатусный (2 обучающихся); средний-высокостатусный (1 обучающийся). Классный коллектив показал высокую степень сплоченности, дисциплинированности и организованности. Подростки проявляют активность не только во время учебных занятий, но и во внеурочное время: 100% обучающихся заняты в кружковой и секционной деятельности. В классе создана система помощи и поддержки, сложились прочные дружественные связи.

## Вывод

По результатам реализации антибуллинговой программы среди обучающихся с интеллектуальными нарушениями (умственной отсталостью) выявлены изменения показателей риска школьного буллинга и степени его распространенности, а также содержания социометрической структуры школьного коллектива, что

позволяет сделать вывод о её эффективности. Успешно выполнены мероприятия по психокоррекционной работе с обучающимися, информационному просвещению всех участников образовательного

процесса, созданию благоприятной атмосферы для всестороннего развития личности подростков с интеллектуальными нарушениями.

### Список литературы

1. В Госдуме подготовлен законопроект о борьбе с травлей детей в школах. URL: <https://rg.ru/2022/10/12/v-gosdume-podgotovlen-zakonoproekt-o-borbe-s-travlej-detej-v-shkolah.html>. (дата обращения: 22.12.2022).
2. Противодействие насилию в школе, травле и кибербуллингу // ИИТО ЮНЕСКО. URL: <https://iite.unesco.org/ru/stop-nasilie-v-shkole-i-kiberbulling/>. (дата обращения: 09.01.2023).
3. «Стоп, травля!»: эксперты ЮНЕСКО рассказали о принципах успешной борьбы с буллингом // ИИТО ЮНЕСКО. URL: <https://iite.unesco.org/ru/news/stop-travlya/>. (дата обращения: 09.01.2023).
4. Кривцова С.В., Шапкина А.Н., Белевич А.А. Буллинг в школах мира: Австрия, Германия, Россия // Образовательная политика. 2016. № 3 (73). С. 97-119.
5. Скавычева Е.Н. Буллинг в школьном коллективе умственно отсталых учащихся // Проблемы современного педагогического образования. 2019. №64-4. С. 202-205.
6. Битянова М. Как измерить отношения в классе: Социометрический метод в школьной практике. М.: ООО «Чистые пруды», 2005. 32 с.
7. Опросник риска буллинга (ОРБ) / А.А. Бочавер, В.Б. Кузнецова, Е.М. Бианки, П.В. Дмитриевский, М. А. Завалишина, Н. А. Капорская, К. Д. Хломова // Вопросы психологии. 2015. №5. С. 146-157.
8. Об образовании в Российской Федерации: федер. Закон [принят Гос. Думой 21.12.2012] // Собрание законодательства РФ. 2012. №53 (ч.1) Ст. 7598.
9. Макарова Е.А. Буллинг как психологическое явление, изучаемое в рамках виктимологии // Вестник ТИУиЭ. 2018. №1 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bulling-kak-psihologicheskoe-yavlenie-izuchaemoe-v-ramkah-viktimologii> (дата обращения: 06.02.2023).
10. Молчанова Д.В. Современные подходы к диагностике социальной структуры подростковой группы // Подросток в мегаполисе: неравенство и возможности: сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции. Институт общественных наук РАНХиГС; НИУ ВШЭ; Московская высшая школа социальных и экономических наук. М., 2020. С. 129-130.
11. Волкова Е.Н. Программы профилактики подросткового буллинга в деятельности педагога-психолога. URL: [https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2021\\_n3/Volkova](https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2021_n3/Volkova), свободный (дата обращения: 09.12.2022).
12. Моисеева А. И. О международном опыте преодоления буллинга // Обзор. НЦПТИ. 2018. №4 (15). С. 30-37.
13. Стратийчук Е.В., Чиркина Р.В. Позиция учителя в школьном буллинге // Современная зарубежная психология. 2019. Т. 8. № 3. С. 45-52. <https://doi.org/10.17759/jmfp.2019080305>.
14. Bradshaw CP. Translating research to practice in bullying prevention // American Psychologist. 2015. 70(4), 322-332. <https://doi.org/10.1037/a0039114>.
15. Cristina Salmivalli, Lydia Laninga-Wijnen, Sarah T. Malamut, Claire F. Garandeau. Bullying Prevention in Adolescence: Solutions and New Challenges from the Past Decade // JOURNAL OF RESEARCH ON ADOLESCENCE. 2021. 31(4), 1023–1046. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34820956/>. <https://doi.org/10.1111/jora.12688>.

## References

1. V Gosdume podgotovlen zakonoproekt o bor'be s travlej detej v shkolah [The State Duma has prepared a bill on combating bullying of children in schools]. Available at: <https://rg.ru/2022/10/12/v-gosdume-podgotovlen-zakonoproekt-o-borbe-s-travlej-detej-v-shkolah.html>. (accessed 22.12.2022).
2. Protivodejstvie nasiliyu v shkole, travle i kiberbullingu [Countering violence at school, bullying and cyberbullying]. IITO YUNESKO. Available at: <https://iite.unesco.org/ru/stop-nasilie-v-shkole-i-kiberbulling/>. (accessed 09.01.2023).
3. "Stop, travlya!": eksperty YUNESKO rasskazali o principah uspešnoj bor'by s bullingom ["Stop bullying!": UNESCO experts told about the principles of successful fight against bullying]. IITO YUNESKO. Available at: <https://iite.unesco.org/ru/news/stop-travlya/> (accessed 09.01.2023).
4. Krivcova S.V., Shapkina A.N., Belevich A.A. Bulling v shkolah mira: Avstriya, Germaniya, Rossiya [Bullying in the schools of the world: Austria, Germany, Russia]. *Obrazovatel'naya politika = Educational Policy*, 2016, no. 3 (73), pp. 97-119.
5. Skavycheva E.N. Bulling v shkol'nom kollektive umstvenno otstalyh uchashchihsya [Bullying in the school team of mentally retarded students] // Problems of modern pedagogical education. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya = Problems of Modern Pedagogical Education*, 2019, no. 64-4, pp. 202-205.
6. Bityanova M. *Kak izmerit' otnosheniya v klasse: Sociometricheskij metod v shkol'noj praktike* [How to measure relationships in the classroom: A Sociometric method in school practice]. Moscow, OOO "CHistye prudy" Publ., 2005. 32 p.
7. Bochaver A.A., Kuznecova V.B., Bianki E.M., Dmitrievskij P.V., Zavalishina M. A., Kaporskaya N. A., Hlomova K. D. Oprosnik riska bullinga (ORB) [Bullying Risk Questionnaire (ORB)]. *Voprosy psichologii = Questions of Psychology*, 2015, no. 5, pp. 146-157.
8. Ob obrazovanii v Rossijskoj Federacii: feder. Zakon [prinyat Gos. Dumoj 21.12.2012] [About education in the Russian Federation: feder. The law [adopted by the State Duma on 21.12.2012]. *Sobranii zakonodatel'stva RF = Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2012, no. 53 (pt.1), st. 7598.
9. Makarova E.A. Bulling kak psihologicheskoe yavlenie, izuchaemoe v ramkah viktimologii [Bullying as a psychological phenomenon studied in the framework of victimology]. *Vestnik TIUE = Bulletin of TIUE*, 2018, no. 1 (27). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/bulling-kak-psihologicheskoe-yavlenie-izuchaemoe-v-ramkah-viktimologii> (accessed 06.02.2023).
10. Molchanova D.V. [Modern approaches to the diagnosis of the social structure of the adolescent group]. *Podrostok v megapolise: neravenstvo i vozmožnosti. Sbornik trudov XIII Mezhdunarodnoj nauchno-praktičeskoj konferencii. Institut obščestvennyh nauk RANHiGS; NIU VSHE; Moskovskaya vysshaya shkola social'nyh i ekonomičeskikh nauk* [Teenager in the metropolis: inequality and opportunities. Proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference]. Moscow, 2020, pp. 129-130 (In Russ.).
11. Volkova E.N. *Programmy profilaktiki podrostkovogo bullinga v deyatel'nosti pedagoga-psichologa* [Programs for the prevention of adolescent bullying in the activities of a teacher-psychologist]. Available at: [https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2021\\_n3/Volkova\\_svoobodnyj](https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2021_n3/Volkova_svoobodnyj) (accessed 09.12.2022).
12. Moiseeva A. I. O mezhdunarodnom opyte preodoleniya bullinga [About the international experience of overcoming bullying]. *Obzor. NCPTI = Review. CPTI*, 2018, no. 4 (15), pp. 30-37.

13. Stratiychuk E.V., Chirkina R.V. Poziciya uchitelya v shkol'nom bullinge [The position of a teacher in school bullying]. *Sovremennaya zarubezhnaya psihologiya = Modern Foreign Psychology*, 2019, vol. 8, no. 3, pp. 45-52. <https://doi.org/10.17759/jmfp.2019080305>.

14. Bradshaw CP. Translating research to practice in bullying prevention. *American Psychologist*, 2015, no. 70(4), pp. 322-332. <https://doi.org/10.1037/a0039114>.

15. Cristina Salmivalli, Lydia Laninga-Wijnen, Sarah T. Malamut, Claire F. Garandeau. Bullying Prevention in Adolescence: Solutions and New Challenges from the Past Decade. *JOURNAL OF RESEARCH ON ADOLESCENCE*, 2021, no. 31(4), pp. 1023–1046. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34820956/>. <https://doi.org/10.1111/jora.12688>.

### Информация об авторах / Information about the Authors

**Молчанова Людмила Николаевна**, доктор психологических наук, профессор кафедры психологии здоровья и нейропсихологии, Курский государственный медицинский университет, г. Курск, Российская Федерация  
e-mail: [molchanowa.liuda@yandex.ru](mailto:molchanowa.liuda@yandex.ru)  
ORCID: 0000-0001-6309-1825  
Researcher ID: AAF-9625-2019

**Lyudmila N. Molchanova**, Doctor of Sciences (Psychological), Professor, Department of Psychology of Health and Neuropsychology, Kursk State Medical University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: [molchanowa.liuda@yandex.ru](mailto:molchanowa.liuda@yandex.ru)  
ORCID: 0000-0001-6309-1825  
Researcher ID: AAF-9625-2019

**Фомина Анастасия Викторовна**, аспирант кафедры психологии здоровья и нейропсихологии, ассистент ФАЦ Курский государственный медицинский университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: [anastasia27122111@yandex.ru](mailto:anastasia27122111@yandex.ru)  
ORCID: 0000-0002-4037-685X

**Anastasia V. Fomina**, Post-Graduate student of the Department of Health Psychology and neuropsychology, FAC Assistant Kursk State Medical University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: [anastasia27122111@yandex.ru](mailto:anastasia27122111@yandex.ru),  
ORCID: 0000-0002-4037-685X

## Оригинальная статья / Original article

УДК 159.922

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-118-126>

## Трансформационные игры как инструмент развития навыка эффективной коммуникации студентов

Т.В. Иванова<sup>1</sup> ✉, Е.В. Алтунина<sup>1</sup>, О. А. Данько<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

<sup>2</sup> Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова  
Стремянный переулок, д. 36, г. Москва 117997, Российская Федерация

✉ e-mail: mk473942@yandex.ru

### Резюме

*Цель исследования. Навык эффективной коммуникации является не только важнейшей составляющей в деятельности квалифицированного специалиста, но и делает повседневное общение более доверительным, менее агрессивным и зависимым. Это подтверждается исследованиями отечественных и зарубежных ученых, программами бизнес-тренингов, практической работой специалистов по коучингу и консалтингу. Целью нашей работы является теоретико-экспериментальное исследование применения трансформационных игр как инструмента для развития навыка эффективной коммуникации студентов.*

*В статье исследован навык эффективной коммуникации студентов по различным критериям. Показаны результаты применения программы развития навыка эффективной коммуникации студентов с использованием трансформационных игр.*

*Методы. Методика «Диагностика коммуникативной толерантности» В.В. Бойко призвана определить, в какой мере люди способны проявлять терпимость к другим людям в деловом и межличностном общении. Тест «Коммуникативные умения» Михельсона Л. в модификации Гильбуха Ю.З. мы использовали для определения уровня коммуникативной компетентности и качества сформированности основных коммуникативных умений. Для исследования умения проявлять эмпатию используется методика «Шкала эмоционального отклика» (А. Мезрабян, модификация Н. Эпштейна). В формирующей части нашей работы мы применяли трансформационные переговорные игры «Эффект красной розы. Лучшие техники убеждения» и «Сказать «НЕТ».*

*Результаты. В процессе эмпирического исследования было выявлено, что значительное число студентов имеют трудности в управлении эмоциями, которые негативно влияют на межличностное общение. Тестирование показало, что основная часть студентов имеют средний уровень общей коммуникативной толерантности. Студенты используют агрессивную (давящее поведение) и зависимую (неуверенное поведение) позиции в общении. Значительное количество студентов демонстрируют низкий уровень отклика чувствами, который затрудняет контакт с окружающими людьми.*

*Закключение. Таким образом, необходима целенаправленная работа по развитию коммуникативных навыков студентов. Для этой цели нами разработана программа развития навыков эффективной коммуникации студентов с использованием трансформационных игр, эффективность которой была доказана на практике и статистически.*

**Ключевые слова:** навыки эффективной коммуникации; трансформационные игры; студенты.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Иванова Т.В., Алтунина Е.В., Данько О. А. Трансформационные игры как инструмент развития навыка эффективной коммуникации студентов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 2. С. 118-126. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-118-126>.

Статья поступила в редакцию 07.02.2023    Статья подписана в печать 18.05.2023

Статья опубликована 05.09.2023

## Transformational Games as a Tool for Developing Students' Effective Communication Skills

Tatiana V. Ivanova<sup>1</sup> ✉, Elena V. Altunina<sup>1</sup>, Olga A. Danko<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Southwest State University

50 Let Oktyabrya, 94, Kursk 305040, Russian Federation

<sup>2</sup> Plekhanov Russian University of Economics

36, Stremyanniy Pereulok, Moscow 117997, Russian Federation

✉ e-mail: mk473942@yandex.ru

### Abstract

*Purpose of the study.* The skill of effective communication is not only the most important component in the activities of a qualified specialist, but also makes everyday communication more trusting, less aggressive and dependent. This is confirmed by the research of domestic and foreign scientists, business coach programs, and the practical work of coaching and consulting specialists. The purpose of our work is a theoretical and experimental study of the use of transformational games as a tool for developing students' effective communication skills. The article examines the skill of effective communication of students according to various criteria. The results of the application of the program for the development of effective communication skills of students using transformational games are shown.

*Methods.* The methodology of «Diagnostics of communicative tolerance» by V.V. Boyko is designed to determine to what extent people are able to show tolerance to other people in business and interpersonal communication. The test «Communicative skills» of Mikhelson L. in the modification of Gilbukh Y.Z. we used to determine the level of communicative competence and the quality of formation of basic communicative skills. To study the ability to show empathy, the «Emotional Response Scale» technique is used (A. Mehrabian, modification by N. Epstein). In the formative part of our work, we used transformational negotiation games «The Red Rose Effect. The best techniques of persuasion» and «Say NO».

*Results.* It was revealed that a significant number of students have difficulties in managing emotions that negatively affect interpersonal communication. Testing showed that the majority of students have an average level of general communicative tolerance. Students use aggressive (oppressive behavior) and dependent (insecure behavior) positions in communication. A significant number of students demonstrate a low level of response with feelings, which makes it difficult to contact people around them.

*Conclusion.* Thus, purposeful work is needed to develop students' communication skills. For this purpose, we have developed a program for developing students' effective communication skills using transformational games, the effectiveness of which has been proven in practice and statistically.

**Keywords:** effective communication skills; transformational games; students.

**Conflict of interest:** The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Ivanova T. V., Altunina E. V., Danko O. A. Transformational Games as a Tool for Developing Students' Effective Communication Skills. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023, 13(2): 118–126 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-118-126>.

Received 07.02.2023

Accepted 18.05.2023

Published 05.09.2023

\*\*\*

### Введение

Актуальность проблемы коммуникации остается одной из самых актуальных на сегодняшний день. Труды М.М. Бахтина, В.Н. Мясцева представляют собой фундаментальные исследования данной проблематики [1, 2]. Базовыми концепциями в российской науке являются теории

А.Н. Леонтьева и Л.С. Выготского, которые раскрывают общение как деятельность. Различные аспекты психологии общения отражены в работах А. А. Леонтьева, Б. Д. Парыгина, А. А. Бодалева, В.В. Бойко и др. [3, 4, 5, 6, 7, 8, 9].

В отечественной науке теорию игры и её значения для всестороннего развития

личности разрабатывали И.Е. Берлянд, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин [10, 11].

Коммуникация в нашей работе рассматривается как фактор успешности в психолого-педагогической практике. Объектом нашего исследования является навык эффективной коммуникации. В качестве предмета исследования мы выбираем применение трансформационных игр как инструмента для выработки навыка эффективной коммуникации у студентов.

Целью исследования мы ставим теоретико-экспериментальное исследование применения трансформационных игр как инструмента для развития навыка эффективной коммуникации студентов.

Эффективность коммуникативного навыка можно оценить по нескольким критериям.

Одним из них является адекватное проявление эмоций в общении. Навык эффективной коммуникации это не только владение переговорными техниками, грамотность речи, но и умение устанавливать эмоционально положительный контакт с собеседником, а также умение управлять своими эмоциями, распознавать их, разделять свои и чужие эмоции. Чтобы начать коммуникацию и привести общение к необходимому результату необходимо для начала установить и поддерживать эмоционально положительный контакт с собеседником.

Еще одним критерием в оценке эффективности коммуникации является толерантность в общении. Не способствуют эффективной коммуникации нетерпимость к индивидуальности другого человека, категоричность суждений, консервативность установок, собственная эталонность, желание сделать партнера удобным.

Непринятие индивидуальности другого человека, использование себя как эталона, категоричность и консервативность, стремление переделать партнера, желание сделать его удобным, неумение

прощать ошибки не способствуют эффективной коммуникации.

Способствует эффективному общению умение выстраивать партнерскую позицию, гибкость и креативность в выборе и применении коммуникативных тактик и стратегий.

Эмпатия является неотъемлемой частью эффективной коммуникации. Данное свойство выражается в способности к эмоциональной отзывчивости по поводу переживаний другого человека, степени соответствия знака переживаний субъекту общения.

Трансформационные игры сегодня одно из востребованных и интересных направлений в работе психолога, эффективный инструмент для самопознания, исследования личностных проблем и выработки и закрепления новых, более эффективных навыков поведения, в том числе и навыка эффективной коммуникации [12].

Преимущества трансформационной игры в том, что она позволяет погрузиться в ситуации, возможные в жизни, и получить опыт их проживания. Воображаемая игровая ситуация помогает увидеть и проиграть возможные пути действия, выработать определенные навыки для решения ситуации, отработать коммуникации и взаимодействие с окружающими.

## Результаты и обсуждение

Эффективная коммуникация – это способность доносить собеседнику нужную информацию так, чтобы собеседник понял и в итоге беседы был получен нужный результат. Чтобы коммуникация стала эффективной, рекомендуется не только ясно и четко доносить информацию, но и задействовать все репрезентативные системы человека, чтобы добиться максимальной включенности собеседников в процессе общения. Навык эффективной коммуникации также направлен на умение слышать чужое мнение. Навыки эффективной коммуникации – это высшая способность понять иную точку

зрения, умение объяснять, договариваться, находить компромисс и оставаться в позиции win-win.

Исследование проводилось в течение 2022 года на базе ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет». В качестве испытуемых выступали студенты 1 и 2 курса в количестве 100 человек. Возраст студентов 17-19 лет. После проведения констатирующего эксперимента студенты были разбиты на две группы: контрольная и экспериментальная.

Экспериментальная группа принимала участие в формирующем эксперименте, в отличие от контрольной группы. После прохождения формирующей программы участниками экспериментальной группы было проведено повторное исследование и проведено сравнение результатов. Основным методом исследования явился психологический формирующий эксперимент.

Первый шаг эксперимента включал в себя исследование коммуникативных

способностей студентов. Для этого мы использовали опросник «Диагностика помех в установлении эмоциональных контактов» В.В. Бойко [10]. Тест-опросник позволяет выявить трудности в межличностном общении: управление эмоциями; неадекватные эмоциональные реакции; негибкость, неразвитость эмоций; доминирование негативных эмоций; нежелание сближаться с людьми.

Результаты исследования показали, что 35% студентов испытывают эмоциональные трудности в общении, 35% респондентов отмечают, что общение с партнерами осложнено эмоциями в некоторой степени. 5% испытуемым эмоции явно мешают контактировать с людьми. Мы предполагаем, что эти студенты подвержены дезорганизующим реакциям или состояниям. Результаты 20% студентов говорят о том, что эмоции обычно не мешают им общаться с партнерами, а 5% испытуемых либо не обладают достаточным уровнем рефлексии, либо не были искренними в своих ответах (рис. 1).



**Рис. 1.** Результаты исследования по опроснику «Диагностика помех в установлении эмоциональных контактов» В.В. Бойко

**Fig. 1.** Results of the study on the questionnaire "Diagnostics of interference in establishing emotional contacts" V.V. Boyko

Методика «Коммуникативные умения» Михельсона Л. в модификации Гильбуха Ю.З. позволяет выяснить, умеют ли студенты корректно отвечать на положительные и отрицательные высказывания собеседников, как они реагируют на просьбы и умеют ли обращаться с просьбой сами, могут ли оказать и принять сочувствие и поддержку.

Методики позволяют нам определить уровень коммуникативной компе-

тентности студентов и способ общения, который они предпочитают: зависимый, компетентный или агрессивный.

Анализ результатов исследования показал, что в группе основная часть студентов (45%) имеет неуверенное поведение в общении (зависимая позиция), 20% студентов демонстрируют уверенное поведение в общении (компетентная позиция) и 35% показали давящее поведение в общении (агрессивная позиция) (рис. 2).



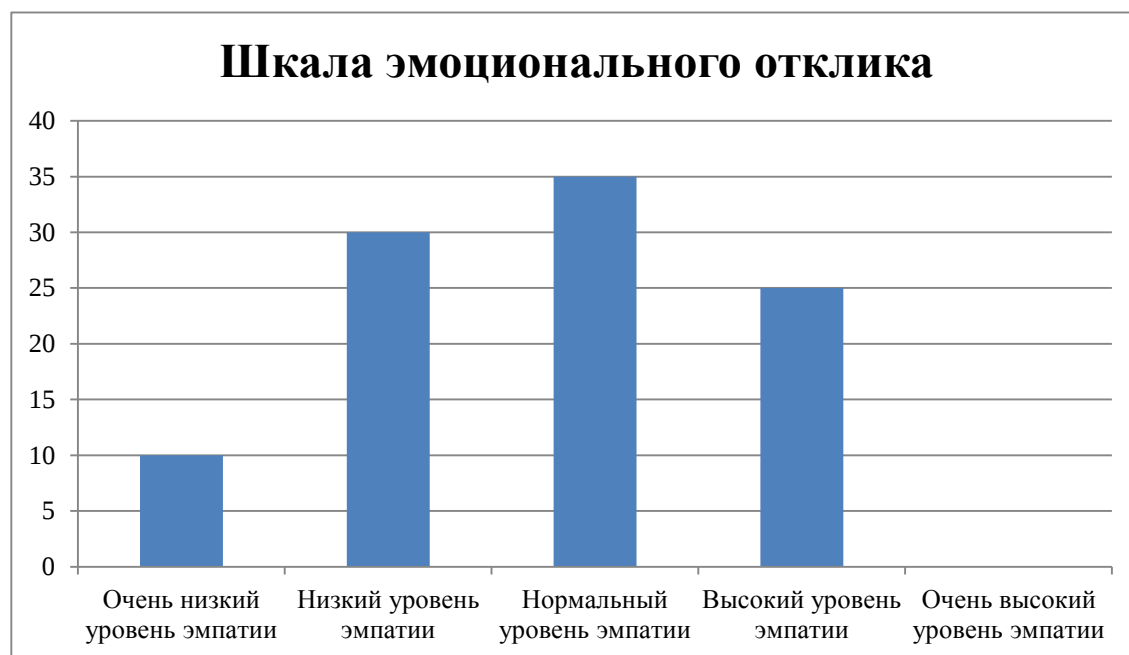
**Рис. 2.** Результаты теста «Коммуникативные умения» Михельсона Л. в модификации Гильбуха Ю.З.

**Fig. 2.** The results of the test "Communicative skills" by Mikhelson L. in the modification of Gilbukh Yu.Z.

Далее мы исследовали умение студентов проявлять эмпатию. Для этого мы использовали методику «Шкала эмоционального отклика» А. Меграбян, в модификации Н. Эпштейна.

У 10% студентов оказался очень низкий уровень эмоционального отклика, 30% показали низкий уровень, что приводит к затруднениям в установлении межличностных контактов. Студенты могут испытывать дискомфорт в больших компаниях людей, непонимание эмоциональных проявлений окружающих.

Эмпатия среднего уровня обнаружилась у 35% студентов. Таким людям свойственен самоконтроль эмоциональных проявлений, в то же время по отношению к другим людям они чутки и внимательны. У 25% студентов – высокий уровень эмпатии, что обозначает высокую эмоциональность человека, проявление альтруизма, склонность помогать, потребность в социальном одобрении. По результатам тестирования участников с очень высоким уровнем эмпатии не выявлено (рис. 3).



**Рис. 3.** Результаты исследования по методике «Шкала эмоционального отклика» (А. Меграбян, модификация Н. Эпштейна)

**Fig. 3.** Results of a study using the "Emotional Response Scale" technique (A. Mehrabyan, modification by N. Epstein)

Подводя итоги эмпирического исследования можно отметить, что студенты недостаточно хорошо умеют управлять эмоциями при коммуникации с людьми, при этом толерантны и терпимы к другим людям. Но так как эмоциональный интеллект является неотъемлемой частью навыка эффективной коммуникации, то у студентов могут быть проблемы с установлением контактов с окружающими, что негативно сказывается на навыке эффективной коммуникации.

По результатам первичного исследования нами была разработана формирующая программа для развития навыка эффективной коммуникации у студентов с применением трансформационных игр как инструмента. Дополнительно в программе решили посвятить время теме эмпатии, чувств, эмоций и приобретению навыка саморегуляции.

Эффект красной розы – игра, позволяющая овладеть тайнами и секретами убеждения. В процессе игры участники проходят 5 этапов: впечатление, тизер,

препятствие, игра и заражение. В результате игры участники овладеют эффективными переговорными техниками, которые смогут встраивать в любую жизненную ситуацию, где будет диалог и будет необходимо рассказать о себе, своем продукте, своих способностях, знаниях и умениях, убедить в чем-то собеседника и т.п.

Из игры участники выйдут с готовой полноценной презентацией своего продукта, услуги, знаний, предложениями, которые они составят сами, используя задания игры.

По мере прохождения игры, участники получают карточки с переговорными техниками, поэтапно составляют речь, презентуют каждую часть всей группе и проходит обсуждение. В конце игры каждый участник выступает со своей презентацией.

В переговорной трансформационной игре «Сказать «Нет»» оттачиваются техники отказа, которые подходят как для личной жизни, так и для бизнеса. В ре-

зультате участники усваивают несколько профессиональных техник отказа, которые позволяют не терзаться чувством вины и остаться в хороших отношениях с человеком, которому отказали.

Чтобы проверить эффективность нашей программы, которая была создана для выработки навыка эффективной коммуникации у студентов с применением трансформационных игр, была проведена повторная диагностика.

По итогам прохождения формирующей программы в экспериментальной группе 60% студентов по результатам тестирования эмоции не мешают общаться. Так же количество студентов, у которых эмоции осложняют общение, уменьшилось до 35%. Таким образом, студенты научились справляться со своими эмоциями. Мы применили статистическую обработку данных исследования. Нами был выбран *t*-критерий Стьюдента для связанных выборок. Достоверность изменений подтвердило значение  $t_{\text{эмп}} = 2,704$  при уровне значимости  $p \leq 0,01$ .

В экспериментальной группе у основной части студентов после участия в формирующей программе появилось уверенное поведение в общении (компетентная позиция) – 55%. Снизилось число студентов с неуверенным поведением в общении (зависимая позиция) – 25%. Агрессивную позицию в общении (давящее поведение) показали 20%.

В процессе участия в эксперименте большинство студентов экспериментальной группы выработали и закрепили свои

навыки по распознаванию своих и чужих чувств, научились «разделять» мысли и чувства других людей и свои, понимать состояние другого человека, говорить о чувствах и сопереживать. Студентов с высоким и средним уровнем эмпатии в экспериментальной группе стало 90%. Данные навыки являются неотъемлемой частью навыка эффективной коммуникации.

Статистическая обработка данных с помощью *t*-критерия Стьюдента для связанных выборок подтвердила достоверность изменений в экспериментальной группе. Значение  $t_{\text{эмп}} = 2,951$  при  $p \leq 0,01$ . В контрольной группе студентов статистически значимые изменения отсутствуют.

### Выводы

Таким образом, мы провели сравнительный анализ по всем критериям в контрольной и экспериментальной группах до проведения эксперимента и после, сделали расчет значимости различий по *t*-критерию Стьюдента. В результате мы можем утверждать, что разработанная нами программа подтвердила свою эффективность. Работа в группе в процессе эксперимента, участие в переговорных трансформационных играх помогла студентам не только выработать и закрепить свой навык эффективной коммуникации, но и изучить поведенческие стратегии других участников группы, научиться распознавать свои и чужие эмоции и овладеть навыками саморегуляции.

### Список литературы

1. Бахтин М.М. Антропологистика: избранные труды. М.: Лабиринт, 2010. 255 с.
2. Мясищев В.Н. О взаимосвязи общения, отношения и общения как проблеме общей и социальной психологии. СПб., 2010. 198 с.
3. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. 2-е изд. М.: Политиздат, 1977. 304 с.
4. Выготский Л.С. Мышление и речь. СПб.: Питер, 2019. 432 с.
5. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. 8-е изд. М.: Ленанд, 2014. 211 с.

6. Леонтьев А. А. Педагогическое общение. М.: Знание, 1979. 94 с.
7. Парыгин Б.Д. Социальная психология: истоки и перспективы / Санкт-Петербургский гуманитарный ун-т профсоюзов. СПб.: СПбГУП, 2010. 532 с.
8. Психология общения: энциклопедический словарь / Российской акад. образования, Психологический ин-т; под общ. ред. А. А. Бодалева. 2-е изд., испр. и доп. М.: Когито-Центр, 2015. 671 с.
9. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. М: Информационно-издательский дом «Филинь», 1996. 472 с.
10. Берлянд И. Е. Игра как феномен сознания. Кемерово: АЛЕФ, 1992. 96 с.
11. Эльконин Д. Б. Психология игры. М.: Владос, 1999. 360 с.
12. Современные терапевтические и трансформационные игровые технологии. Игрофикация помогающих практик. Сборник статей / отв. ред. Ковалёва М.А. М.: Профессиональная гильдия психологов-игропрактиков, 2019. 84 с.

### References

1. Bahtin M.M. *Antropolingvistika. Izbrannye trudy* [Anthropolinguistics: selected works]. Moscow, Labirint Publ., 2010. 255 p.
2. Myasishchev V.N. *O vzaimosvyazi obshcheniya, otnosheniya i obshcheniya kak probleme obshchej i social'noj psihologii* [On the relationship of communication, relationship and communication as a problem of general and social psychology]. St. Petersburg, 2010. 198 p.
3. Leont'ev A.N. *Deyatel'nost'. Soznanie. Lichnost'* [Activity. Conscience. Personality]. Moscow, Politizdat Publ., 1977. 304 p.
4. Vygotskij L.S. *Myshlenie i rech'* [Thinking and speech]. St. Petersburg, Piter Publ., 2019. 432 p.
5. Leont'ev A.A. *Yazyk, rech', rechevaya deyatel'nost'* [Language, speech, speech activity]. Moscow, Lenand Publ., 2014. 211 p.
6. Leont'ev A. A. *Pedagogicheskoe obshchenie* [Pedagogical communication]. Moscow, Znanie Publ., 1979. 94 p.
7. Parygin B.D. *Social'naya psihologiya: istoki i perspektivy* [Social psychology: origins and prospects]. St. Petersburg, SPbGUP Publ., 2010. 532 p.
8. *Psihologiya obshcheniya: enciklopedicheskij slovar'* [Psychology of Communication: an Encyclopedic dictionary]; ed. by A. A. Bodaleva. Moscow, Kogito-Centr Publ., 2015. 671 p.
9. Bojko V.V. *Energiya emocij v obshchenii: vzglyad na sebya i na drugih* [The energy of emotions in communication: a look at yourself and others]. Moscow, Informacionno-izdatel'skij dom "Filin" Publ., 1996. 472 p.
10. Berlyand I. E. *Igra kak fenomen soznaniya* [The game as a phenomenon of consciousness]. Kemerovo, ALEF Publ., 1992. 96 p.
11. El'konin D. B. *Psihologiya igry* [Psychology of the game]. Moscow, Vlados Publ., 1999. 360 p.
12. *Sovremennye terapevticheskie i transformacionnye igrovyte tekhnologii. Igrofikaciya pomagayushchih praktik. Sbornik statej* [Modern therapeutic and transformational gaming technologies. Gamification of helping practices. Collection of articles]; ed. by Kovalyova M.A. Moscow, 2019. 84 p.

---

**Информация об авторах / Information about the Authors**

**Иванова Татьяна Витальевна**, кандидат психологических наук, доцент, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: mk473942@yandex.ru

**Tatiana V. Ivanova**, Candidate of Sciences (Psychological), Associate Professor, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: mk473942@yandex.ru

**Алтунина Елена Владимировна**, магистрант, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: elena.altunina.ya@gmail.com

**Elena V. Altunina**, Master's student, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: elena.altunina.ya@gmail.com

**Данько Ольга Александровна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков №1, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Российская Федерация,  
e-mail: Danko.OA@rea.ru

**Olga A. Danko**, Candidate of Sciences (Pedagogical), Associate Professor of the Department of Foreign Languages No. 1, of Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation,  
e-mail: Danko.OA@rea.ru

## К сведению авторов

1. К публикации в журнале «Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика» принимаются актуальные материалы, содержащие новые результаты научных и практических исследований, соответствующие профилю журнала, не опубликованные ранее и не переданные в редакции других журналов.

2. Авторы статей должны представить в редакцию журнала:

– статью, оформленную в соответствии с правилами оформления статей, представляемых для публикации в журнале;

– лицензионный договор;

– сведения об авторах (фамилия, имя отчество, место работы, должность, ученая степень, звание, почтовый адрес, телефон, e-mail).

3. Бумажный вариант статьи подписывается всеми авторами, что означает их согласие на передачу Университету прав на распространение материалов статьи с помощью печатных и электронных носителей информации.

4. Редакция не принимает к рассмотрению рукописи, оформленные не по правилам.

5. Публикация статей в журнале для авторов бесплатна.

6. Основной текст рукописи статьи (кроме аннотации и ключевых слов) набирают в текстовом редакторе MS WORD шрифтом «Times New Roman» размером 14 пт с одинарным интервалом, выравнивание по ширине. Поля с левой стороны листа, сверху – 2,5 см, с правой стороны – 2 см. Абзацный отступ – 1,5 см.

7. Схема построения публикации: УДК (индекс по универсальной десятичной классификации), фамилия и инициалы автора(ов) с указанием ученой степени, звания, места работы (полностью, включая адрес организации), электронного адреса (телефона), название (полужирный), аннотация (200–250 слов) и ключевые слова (5–10 слов), текст с рисунками и таблицами, литература. Авторы, название, аннотация и ключевые слова приводятся на русском и английском языках. Текст статьи должен быть структурирован по разделам:

- введение (постановка проблемы)
- результаты и обсуждение
- выводы

Например:

УДК 81-114.2

**Н. А. Боженкова**, д-р филол. наук, профессор, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина (Россия, 117485, Москва, ул. Академика Волгина, 6) (e-mail: natalyach@mail.ru)

**Социолингвистический обзор статуса русского языка на постсоветском коммуникативном пространстве**

Дезинтеграционные процессы последнего десятилетия XX века, вызванные многоплановыми геополитическими факторами, привели к трансформации информационного поля на русском языке: в каждом из четырнадцати новых постсоветских государств...

**Ключевые слова:** социолингвистика; коммуникативная лингвистика; постсоветское пространство; статус русского языка; языковая ситуация.

8. При формировании текста не допускается применение стилей, а также внесение изменения в шаблон или создание собственного шаблона. Слова внутри абзаца следует разделять одним пробелом; набирать текст без принудительных переносов; не допускаются разрядки слов.

9. Для набора формул и переменных следует использовать редактор формул MathType версии 5.2 и выше с размерами: обычный – 12 пт; крупный индекс 7 пт, мелкий индекс – 5 пт; крупный символ – 18 пт; мелкий символ – 12 пт.

10. Рисунки и таблицы располагаются по тексту. Таблицы должны иметь тематические заголовки. Иллюстрации, встраиваемые в текст, должны быть выполнены в одном из стандартных форматов (TIFF, JPEG, PNG) с разрешением не ниже 300 dpi и публикуются в черно-белом (градации серого) варианте. Качество рисунков должно обеспечивать возможность их полиграфического воспроизведения без дополнительной обработки. **Рисунки, выполненные в MS Word, недопустимы.**

Рисунки встраиваются в текст через опцию «Вставка-Рисунок-Из файла» с обтеканием «В тексте» с выравниванием по центру страницы без абзацного отступа. Иные технологии вставки и обтекания **не допускаются.**

11. **Список литературы к статье обязателен** и должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы (не менее 10). Список представляется в двух вариантах: традиционный (ГОСТ Р 7.05–2008) и дополнительный с переводом русскоязычных источников на латиницу и английский язык. Применяется транслитерация по системе BSI. Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются. При ссылке на литературный источник в тексте приводится порядковый номер работы в квадратных скобках.

12. В материале для публикации следует использовать только общепринятые сокращения.

Все материалы направлять по адресу: 305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94. ЮЗГУ, редакционно-издательский отдел.

Тел. (4712) 22-25-26, тел/факс (4712) 50-48-00.

E-mail: rio\_kursk@mail.ru

Изменения и дополнения к правилам оформления статей и информацию об опубликованных номерах можно посмотреть на официальном сайте журнала: <http://www.swsu.ru/izvestiya/serieslingva>.

Изменения и дополнения к правилам оформления статей и информацию об опубликованных номерах можно посмотреть на официальном сайте журнала: <https://science.swsu.ru>.