

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Том 14 № 3 / 2024

---

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

Vol. 14 № 3 / 2024



**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; Национальный исследовательский университет "МЭИ" (г. Москва, 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)

**Скобличкова 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, 2024



Материалы журнала доступны под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License

**Типография:**

16+

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 30.09.2024

Дата выхода в свет 25.11.2024. Формат 60x84/8.

Бумага офсетная. Усл.печ.л. 19,3.

Тираж 1000 экз. Заказ 51.

# 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;  
National Research University "Moscow Power Engineering Institute" (Moscow, 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, 2024

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

Sent to the printing 30.09.2024.  
Release date 25.11.2024. Format 60x84/8.  
Offset paper. Printer's sheets: 19,3.  
Circulation 1000 copies. Order 51.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	<b>8</b>
Оригинальные статьи	
Признаковая вербализация сна в текстах М. Цветаевой.....	8
<b>Губанов С.А.</b>	
Южноафриканский вариант английского языка: социолингвистический аспект .....	17
<b>Бочарова Э.А.</b>	
Имиджевая реклама: реализация метафорического потенциала поликодовых текстов имиджевой рекламы.....	27
<b>Анненкова А.В.</b>	
О пейоративной лексике в художественной прозе А.П. Гайдара.....	50
<b>Кочергина И.В.</b>	
Каталог цветовой лексики русского языка: принципы отбора лексики и структура .....	60
<b>Россаль В.В.</b>	
Пространственный код культуры как элемент процесса метафоризации.....	71
<b>Поречная В.И.</b>	
Сопоставительный анализ французско-русского словаря Н.П. Макарова (1910 г.), нового французско-русского словаря В.Г. Гака, К.А. Ганшиной (2006 г.) и электронного словаря «Мультитран» .....	84
<b>Бурунский В.М., Голубова М.Ю., Чунихина А.А.</b>	
Стратегии прямого и косвенного вербального выражения отрицательной оценки в российском и вьетнамском политическом дискурсе.....	95
<b>Тхи Минь Нгуен Нгуен</b>	
<b>ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	<b>109</b>
Оригинальные статьи	
Экскурсионный квест как инструмент развития социокультурной компетенции иностранных обучающихся.....	109
<b>Амелина И.О.</b>	
Практический компонент в освоении дисциплины «Культура питания народов мира» .....	121
<b>Смирнова М.А., Соловьянова М.В.</b>	
<b>ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	<b>134</b>
Оригинальные статьи	
Особенности взаимосвязей астении, эмоционального интеллекта студентов-волонтеров при различном уровне их эмоционального выгорания.....	134
<b>Молчанова Л.Н., Королева С.И.</b>	
Развитие адаптивных копинг-стратегий студентов в условиях вуза (на примере Учебно-практического центра конфликто разрешения Юго-Западного государственного университета) .....	145
<b>Иванова Т.В., Сошина К.В.</b>	
Разработка экспериментальной окулографической тестовой батареи как части программно-аппаратного комплекса для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости .....	154
<b>Кайдалова Д.А., Кузнецова А.А.</b>	
<b>К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ</b> .....	<b>166</b>

## CONTENT

<b>LINGUISTICS.....</b>	<b>8</b>
Original articles	
Attributive verbalization of dream in M. Tsvetaeva's texts.....	8
<b>Sergey A. Gubanov</b>	
South African English: social and linguistic aspects.....	17
<b>Emilia A. Bocharova</b>	
Image Advertising: Realising Metaphorical Potential of Polycode Text of Image Advertising.....	27
<b>Antonina V. Annenkova</b>	
About pejorative vocabulary in the fiction of A.P. Gaidar.....	50
<b>Irina V. Kochergina</b>	
A catalogue of colour terms: principles of selection and structure.....	60
<b>Vasilissa V. Rossal</b>	
Spatial culture code as an element of the metaphorization process.....	71
<b>Viktoriya I. Porechnaia</b>	
Comparative Analysis of the French-Russian Dictionary by N.P. Makarov (1910), the New French-Russian Dictionary by V.G. Gak, K.N. Ganshina (2006) and the Electronic Dictionary "Multitran".....	84
<b>Vladimir M. Burunsky, Marina Y. Golubova, Anna A. Chunihina</b>	
Strategies of Direct and Indirect Verbal Expression of Negative Evaluation in Russian and Vietnamese Political Discourse.....	95
<b>Thi Minh Nguyet Nguyen</b>	
<b>PEDAGOGICAL SCIENCE.....</b>	<b>109</b>
Original articles	
Excursion quest as a tool for developing socio-cultural competence of foreign students.....	109
<b>Irina O. Amelina</b>	
A practical component in the development of the discipline «Food Culture of the Peoples of the World».....	121
<b>Marina A. Smirnova, Marina V. Solovyanova</b>	
<b>PSYCHOLOGY.....</b>	<b>134</b>
Original articles	
Features of the relationship of asthenia and emotional intelligence of student volunteers at different level of their emotional burnout.....	134
<b>Ludmila N. Molchanova, Svetlana I. Koroleva</b>	
Development of adaptive coping strategies of students in a university setting (on the example of the Educational and Practical Center for Conflict Resolution of Southwestern State University).....	145
<b>Tatiana V. Ivanova, Kseniya V. Soshina</b>	
Development of an experimental oculographic test battery as part of a software and hardware complex for diagnosing the tendency to computer gaming addiction.....	154
<b>D.A. Kaydalova, A.A. Kuznetsova</b>	
<b>FOR AUTORS.....</b>	<b>166</b>

УДК 81.373.47

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-8-16>



## Признаковая вербализация сна в текстах М. Цветаевой

С.А. Губанов<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики  
ул. Л. Толстого, д. 23, г. Самара 443010, Российская Федерация

✉ e-mail: gubanov5@rambler.ru

### Резюме

**Целью исследования** является изучение идиостилевой специфики признаковой вербализации концептосмысла «сон» в текстах М. Цветаевой, в ходе которого планируется выявить роль процесса эпитетации в идиостилевой системе поэта, смысловое наполнение концепта «сон» в текстах М. Цветаевой, а также типы эпитетных слов, вербализующих данный смысл.

**Методы.** На основании когнитивно-семантического, компонентного, лексико-семантического методов, метода семантического анализа словарных дефиниций, а также статистического методов анализа проанализирована признаковая вербализация концепта «сон» в текстах М. Цветаевой. Сопоставление способов признаковой вербализации данного концепта в идиостиле поэта и в узуальном употреблении осуществлялось на основе текстов М. Цветаевой и «Словаря эпитетов русского литературного языка».

**Результаты.** Рассмотренные типы эпитетных слов, вербализующие признаковую номинацию сна в текстах М. Цветаевой, позволили зафиксировать частичное совпадение качественных признаков данного объекта эпитетации с узусом, в то время как большинство эпитетных слов демонстрируют неузуальную лексическую сочетаемость. Эпитетная парадигма представлена различными модификациями эпитетных слов от простых до сложных и составных. Доказано, что данная специфика признаковой вербализации сна связана с идиостилевым мышлением поэта, окказиональным словотворчеством, рефлексией над эпитетными словами.

**Заключение.** Атрибутивная вербализация качественных характеристик объекта является одной из специфических черт идиостиля М. Цветаевой. Узуальные признаки концепта «сон» реализуются в ее идиолекте, но подвергаются авторской рефлексии, переосмысляются. Подбор и выделение окказиональных признаков объекта происходит на протяжении всего творчества и выражается в нестандартных эпитетных комплексах. Данная тенденция связана с установкой М. Цветаевой на субъективное восприятие реальности, установкой на предельное выражение качества объекта.

**Ключевые слова:** эпитет; Марина Цветаева; концепт; идиостиль; эпитетный комплекс; эпитетная парадигма.

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

**Для цитирования:** Губанов С.А. Признаковая вербализация сна в текстах М. Цветаевой // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 8-16. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-8-16>.

Статья поступила в редакцию 08.05.2024

Статья подписана в печать 24.06.2024

Статья опубликована 30.09.2023

© Губанов С.А., 2024

## Attributive verbalization of dream in M. Tsvetaeva's texts

Sergey A. Gubanov<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics  
23 L. Tolstogo str., Samara 443030, Russian Federation

✉ e-mail: gubanov5@rambler.ru

### Abstract

**The purpose of research** is to study the individual style specificity of the attribute verbalization of the conceptual meaning of «dream» in M. Tsvetaeva's texts, during which it is planned to identify the role of the epithetization process in the individual style system of the poet, the semantic content of the concept «dream» in M. Tsvetaeva's texts, as well as the types of epithet words, verbalizing this meaning.

**Methods.** On the basis of cognitive-semantic, component, lexical-semantic, semantic analysis of dictionary definitions, as well as statistical methods of analysis, the attribute verbalization of the concept «dream» in the texts of M. Tsvetaeva is analyzed. The comparison of the methods of attribute verbalization of this concept in the poet's idiolect and in language use was carried out on the basis of the M. Tsvetaeva's texts and the «Dictionary of Epithets of the Russian Literary Language».

**The results.** The considered types of epithet words that verbalize the attribute nomination of dream in M. Tsvetaeva's texts made it possible to record a partial coincidence of the qualitative attributes of this object of epithetization with usage, while the majority of epithet words demonstrate non-usual lexical compatibility. The epithet paradigm is represented by various modifications of epithet words from simple to complex and compound. It has been proven that this specificity of the characteristic verbalization of a dream is associated with the poet's individual style, occasional word creation, and reflection on epithet words.

**Conclusion.** Attributive verbalization of the qualitative characteristics of an object is one of the peculiarities of M. Tsvetaeva's individual style. The usual attributes of the concept «dream» are realized in its idiolect, but are subject to the author's reflection and rethought. The selection and emphasizing of occasional attributes of an object occurs throughout the entire creative process and is expressed in non-standard epithet complexes. This trend is associated with M. Tsvetaeva's focus on the subjective perception of reality, the focus on the ultimate expression of the quality of an object.

**Keywords:** epithet; Marina Tsvetaeva; concept; individual style; epithet complex; epithet paradigm.

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

**For citation:** Gubanov S. A. Attributive verbalization of dream in M. Tsvetaeva's texts. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2024; 14(3): 8–16 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-8-16>.

Received 08.05.2024

Accepted 24.06.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

Признаковая вербализация конкретных объектов или понятий, концептов, образов является одним из способов представления знания о мире. Если для конкретных вещей она выступает необходимым элементом описания его сущности, функций и роли в предметной деятельности человека, то атрибутизация черт абстракций представляет собой когнитивное картирование, способное сфо-

рмировать образ умопостигаемой сущности. Будучи философско-лингвистическим явлением, признак отражает как этапные и внутренне присущие объекту свойства, так и субъективно воспринимаемые познающим субъектом, а потому экспрессивно окрашенные качества. Экспрессивно выделенные качества объекта включают в себя, при широком понимании экспрессивности, образность и эмоциональную, стилистическую окрашен-

ность [1, с. 524]. Качество объекта становится таковым в том случае, если оно выделяет предмет по определенному свойству среди однородных предметов; качество может проявляться в большей или меньшей степени, иметь субъективную окраску. Язык вербализует все данные черты качественной категоризации знания человеком [2].

Признаковые слова, в первую очередь прилагательные, а также местоимения-прилагательные, наречия, порядковые числительные и некоторые другие части речи выражают качество различными способами: по отношению к другому предмету (относительные или качественно-относительные прилагательные), как принадлежность кого-то или чего-то (качественно-притяжательные прилагательные), через указание на его положение среди других предметов по счетному показателю (порядковые числительные), косвенно через указание на иной предмет (субстантивы-аппозитивы) или через действие, производимое с предметом (наречия, глагольные формы). Качественное прилагательное, способное иметь степени сравнения, формы субъективной оценки качества, краткую форму, свидетельствующую о непостоянном проявлении признака, является классическим проявлением эпитета, т.е. признакового слова, в семантике которого содержится дополнительное к денотативному коннотативное значение (иногда в него включается и понятие изобразительности, ср. изобразительный эпитет, т.е. описывающий, выделяющий новые черты в объекте) [3, 4, 5].

При широком понимании эпитета актуально использование понятия метаэпитет в качестве дискурсообразующего элемента [6]; в то время как понятие эпитетойда, нетипичного вербализатора признакового значения (не-прилагательного), отходит на второй план [7].

Эпитет вербализует «временный» признак, индивидуально осмысленный автором здесь и сейчас, поэтому он является фактом речи, а не языка (заметим,

что понятие узуального или нормативно-языкового эпитета также распространено в науке) [8]. Кроме того, зачастую эпитет трактуется исключительно как троп, стилистическое средство, выражающее тот или иной признак в рамках художественного типа высказывания, иногда разговорной речи или публицистики, рекламы [1].

В нашем понимании эпитет в широком смысле представляет собой признаковый элемент эпитетного комплекса, способный выразить признак, качество объекта как его существенную характеристику, это точное наименование признака, ситуативно обусловленное (иначе писатель, поэт, носитель языка вообще сказать не может) [2]. Эпитетный комплекс образует объект характеристики (эпитетации, наведения признака) и эпитет, признаковый элемент; семантическая сочетаемость их может укладываться в языковую закономерность или быть неузуальной: объект определяется, исходя из несвойственного ему признака для носителей языка, но, с позиции говорящего, уместного и органичного [9].

Таким образом, эпитетный комплекс – это вербальное и ментальное образования, поскольку объект осмысляется посредством признаковой номинации, состоящей зачастую в установлении связей атрибутивного типа между далекими объектами и их чертами и проявлениями. Данный феномен является предметом изучения эпитетологии, рассматривающей эпитет и эпитетный комплекс в качестве когнитивно-семантической единицы познания мира и единицы речи, индивидуального языка и стиля.

Эпитетная парадигматика представляет собой совокупность морфологических, структурно-семантических разновидностей эпитетных слов в составе эпитетных комплексов, системно репрезентирующих тип признаковой характеристики.

Актуальность темы статьи аргументируется тем, что признаковая номинация

представляет собой универсальный, а потому неисчерпаемый источник знаний о картине мира субъекта высказывания. В рамках творчества М. Цветаевой данный тип номинации приобретает особую значимость за счет того факта, что эпитет и прилагательное как его основной вербализатор занимают центральное место в идиостиле поэта.

Целью исследования является изучение идиостилевой специфики признаковой вербализации концептосмысла «сон» в текстах М. Цветаевой, в ходе которого планируется выявить роль процесса эпитетации в идиостилевой системе изучаемого поэта, смысловое наполнение концепта «сон» в текстах М. Цветаевой, а также типы эпитетных слов, вербализующих данный смысл.

Нельзя не отметить высокую степень изученности идиостиля М. Цветаевой [10; 11; 12; 13; 14]. Важен тот факт, что метонимический тип мышления поэта, задающий направления осмысления многих реалий, свойственный М. Цветаевой, обуславливает антропоцентризм ее языка [15]. Сон как художественный концепт ее текстов символизирует разорванность мира, его сущность, бытие (сон, иллюзорный мир) в противоположность бытию (явь, земное существование) [16; 17; 18]; бессонница не только мучение, но и способ познать себя, взглянуть на мир иначе; это тоска по Родине [19].

Необходимо подчеркнуть, что, несмотря на накопленный опыт исследования концепта «сон» в творчестве М. Цветаевой, недостаточно представлены системные исследования данного смыслообраза с позиции его признаковой вербализации.

## Материалы и методы

Для достижения поставленной цели исследования были привлечены методы лексико-семантического, компонентного, когнитивного анализа, семантического анализа словарных дефиниций, а также метод сплошной выборки и метод стати-

стического подсчета языковых фактов. Методом сплошной выборки было выявлено 57 эпитетных единиц, характеризующих сон в текстах М. Цветаевой, а также 49 эпитетов *сонный* с различными значениями.

## Результаты и обсуждение

Эпитет как часть эпитетного комплекса в текстах писателя – не просто троп, это отражение авторского мировидения [20].

М. Цветаева, размышляя над природой процесса эпитетации, наделяя объекта качеством, замечает:

*Le Grand Principe в книге Волконского налицо. Имя ему – справедливость. Не справедливость бесстрастия, страсть справедливости. (Не справедливость бесстрастна, а мы к ней!) Свое отношение к предмету мы делаем его качеством* [21, т. 5, с. 248].

В поэтических текстах М. Цветаевой концепт «сон» относится к среднечастотным концептам (в поэзии данное имя концепта употреблено 268 раз); несмотря на это, его семантика и признаковая репрезентация значима для поэтического мышления.

Основной вербализатор рассматриваемого концепта «сон», лексема *сон*, имеет несколько значений.

‘Состояние покоя (противопол. бодрствование)’. В «Словаре эпитетов русского литературного языка» К.С. Горбачевича и Е.П. Хабло даются признаковые характеристики сна в данном значении: *беззаботный, безмятежный, беспокойный, беспробудный, блаженный, богатырский, глубокий, детский, долгий, желанный, здоровый, каменный, крепкий, легкий, ленивый, мертвый, мимолетный, молодой, невинный, непробудный, неспокойный, сладкий, тихий, тревожный, чуткий* и др. (73 единицы) [22, с. 419]. С одной стороны, перед нами устойчивые характеристики хорошего сна, состояния покоя, с другой стороны, сон оценивается как уход в небытие, отрицательно

(непробудный). Обращает внимание факт метонимизации сна признаковым способом (*ленивый, невинный сон* – черта человека и перенос на состояние – «сон ленивого / невинного человека» и «длительный / глубокий сон»).

В поэтических текстах М. Цветаевой в данном значении слово «сон» используется 112 раз; 25 из них содержат эпитеты. Совпадения в употреблении поэтом эпитетов с данным значением концепта с языковыми эпитетами, зафиксированными в словаре, немногочисленны: это *глубокий, непробудный, беспокойный сон*:

*Да уж сон-то твой такой – непробудный!* [21, т. 3, с. 215]; *Серафимом и псом дозорным // Охранять беспокойный сон* [21, т. 1, с. 106].

Окказиональные эпитеты в идиолекте М. Цветаевой достаточно распространены, они составляют 22 единицы. Соотношение окказиональных и узуальных эпитетов составляет 88 и 12 процентов соответственно. К ним относятся, например, такие, как: *душевный сон, невыспавшийся сон, праведный сон, самый сон, смертный сон, страстный, условный*, а также сложные фразовые эпитетные комплексы *сон-на-хмель, сон-не сон, сквозь сон-дрему, сквозь сон-знать-смуту*.

*В час, когда условный сон // Праведен, почти что свят* [21, т. 2, с. 129]; *Я! – Живейшая из жен: // Жизнь. Обеими руками // В твой невыспавшийся сон* [21, т. 2, с. 128]; *и сквозь сон-знать-смуту: // «Теперь опять я лютый!»* [21, т. 3, с. 703]; *Сон-не сон, лежит, // Да плоть-не плоть, лежит* [21, т. 3, с. 298].

Фразовый эпитетный комплекс представляет собой единое признаковое словосочетание, части которого записываются через дефис и осмысляются как части единой ситуации, причем составляющими могут быть слова различных частей речи, в том числе частицы (*знать*).

‘То, что снится, грезится спящему; сновидение’. Для сна в этом значении языковыми эпитетами (так называемыми

узуальными, нормативными) выступают такие слова, как *безгрешный, безликий, безумный, бессвязный, бредовый, веселый, вещей, глупый, грешный, дурной, желанный, жестокий, злоеющий, лживый, мучительный, навязчивый, невинный, несбыточный, нехороший, печальный, плохой, пророческий, сладкий, смешной, смутный, странный, таинственный, тревожный, ужасный, чудесный* и др. (75 единиц) [22, с. 420].

В поэтических текстах М. Цветаевой в данном значении слово «сон» используется 150 раз; 17 из них содержат эпитеты. Совпадения в употреблении поэтом эпитетов с данным значением концепта с узуальными эпитетами являются лексемы *несбыточный, смешной, странный, страшный*.

Авторское осмысление атрибутов и проявлений сновидений выражается в таких эпитетах, как *взаимный, совместный сон* (окказиональная антонимия); *мудрый сон; сон-туман*. Они составляют 13 единиц. Соотношение окказиональных и узуальных эпитетов составляет 76 и 24 процентов соответственно.

Эпитет *самый сонный сон* демонстрирует конструирование автором окказиональной превосходной степени. По структуре эпитетные комплексы как однословные, простые, так и составные, многословные.

*Ведь не совместный // Сон, а взаимный* [21, т. 3, с. 113]; *Вам мудрый сон сказал украдкой ...* [21, т. 1, с. 48]; *То не сон-туман, ночное наважденьице ...* [21, т. 3, с. 241]; *Чтоб и в самом сонном // Сне тебя не вспомнил, // Велю: цвети скромно* [21, т. 3, с. 299].

‘Вечный сон (смерть)’. В Словаре эпитетов фиксируется четыре определения сна в данном значении: *беспробудный, вечный, могильный, непробудный* [22, с. 421].

В поэтических текстах М. Цветаевой в данном значении слово «сон» используется 16 раз; 15 из них содержат эпитеты. Эпитет *вечный* используется поэтом 4 ра-

за, что подтверждает его востребованность в речи и идиолекте:

*Помолись, Москва, ложись, Москва, на вечный сон!* [21, т. 1, с. 339].

Несмотря на немногочисленность эпитетов, соотношение окказиональных и узуальных определений составляет 73 и 27 процентов соответственно, что свидетельствует об авторской интерпретации признаков концепта.

Сон как смерть наделяется поэтом окказиональными определениями, такими, как: *вольный, закованный, законный, одинокий, себялюбивый, смертный*.

*И наконец-то будет разрешен // Себялюбивый, одинокий сон* [21, т. 1, с. 271].

Неузуальное словосочетание *конный сон* отражает авторскую интерпретацию признака физического состояния сна в ассоциировании с быстротой бега коня; семы принадлежности и качества сливаются, тогда как прототипичным оказывается сема отношения:

*Торопится красным гоном / Мой конный сон* [21, т. 3, с. 20].

Особо необходимо остановиться на эпитете *сонный* (49 единиц употребления). Данный признак не относится к объекту *сон*, однако распространяет признаки сна на иные объекты (тот, кто находится в сонном состоянии, ином, противоположном бодрствованию).

Можно выделить шесть значений данного эпитета:

‘относящийся ко сну’: *Чтоб выхмелит весь сонный хмель – / День за море, Гуслер – в постель* [21, т. 3, с. 213]; *Чтоб и в самом сонном // Сне тебя не вспомнил* [21, т. 3, с. 299]; *Не дорога – // Мечта твоя сонна* [21, т. 2, с. 113];

‘погруженный в сон, спящий’: *Самое святое дело мне – // Сонные глаза стеречь!* [21, т. 1, с. 521]; *Целую червонный листья и сонные рты, // Летящие листья и спящие рты* [21, т. 1, с. 323] (игра слов строится на неполной синонимии эпитетов);

‘вялый от желания спать, находящийся в полусне’: *сонным голосом ...* [21, т. 3, с. 570]; *А рука-то занемалая, // А рука-то сонная ...* [21, т. 3, с. 215];

‘бездеятельный, неподвижный’: *Сонный пруд / Откликнется скорее* [21, т. 1, с. 200]; *глубь сонную мерит // Верстою очей* [21, т. 3, с. 215]; *Все также сонными лугами // Лениво движется Ока* [21, т. 1, с. 163];

‘заспанный’: *Ворожея в моего ребенка // Сонный вперила взгляд* [21, т. 1, с. 348];

‘вызывающий сон, снотворный’: *Тайна занавеса! Сновиденным лесом // Сонных снадобий, трав, зёрн ...* [21, т. 2, с. 204].

Краткая форма эпитета *сонна* в сочетании со словом *мечта* (значение 1) окказионально выражает признак незрелости желания.

Обращает на себя внимание неузуальная сочетаемость слов-определителей и признака *сонный*. Метафоризируются, наделяются качеством сна абстракции (мечта), состояния (сам сон, хмель), артефакты (пруд), натурфакты (глубь, лес, луг), человек и его органы (взгляд, глаза, голос, лицо, рот, рука), время (час). В отношении номинации признаком *сонный* человека и его органов тела нужно отметить метонимическую составляющую образности эпитетации (*сонный взгляд – взгляд сонного человека*).

Сновидение воспринимается в качестве явного, настоящего, приобретая противоположное значение бессонницы:

*В сновидящий час мой бессонный, совиный...* [21, т. 2, с. 17].

Прототипическими значениями данных эпитетных смыслов следует, на наш взгляд, считать те, что объективируют признак внешнего проявления того или иного испытываемого субъектом физического состояния: в цветаевском идиолекте данные смыслы реализуются, но центральными выступают окказиональные. Бессонница как отсутствие сна воспринимается не менее, а иногда и более об-

разно: *бессонный взгляд, бессонный дом, бессонные колокола, бессонный лес, бессонная душа, бессонная совесть.*

### Выводы

Проведённый анализ показал, что атрибутивная вербализация сна в творчестве М. Цветаевой занимает важное место в системе смыслов данного концепта. Большинство эпитетных слов, относящихся к объекту эпитетации «сон», демонстрируют неузальную лексическую сочетаемость. Эпитетная парадигма пре-

дставлена различными модификациями эпитетных слов: от простых до сложных и составных. Данная специфика признаковой вербализации сна связана с идиостилевым мышлением поэта, окказиональным словотворчеством, рефлексией над эпитетными словами. Эпитет *сонный* при многообразии значений входит в эпитетные комплексы, сочетаясь с семантически далекими объектами эпитетации: поэт устанавливает ассоциативные связи, исходя из субъективного восприятия реальности, наделяя ее данным состоянием.

### Список литературы

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Книжный Дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 576 с.
2. Губанов С.А. Особенности образования эпитетов (на материале текстов М. Цветаевой) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2022. № 6. С. 195–201. [https://doi.org/10.52454/19931778\\_2022\\_6\\_195](https://doi.org/10.52454/19931778_2022_6_195).
3. Гращенков П.В., Лютикова Е.А. Прилагательные в типологии и теории языка: семантика, дистрибуция, деривация // Rhema. 2018. № 4. С. 9–25. <https://doi.org/10.31862/2500-2953-2018-4-9-33>
4. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. М.: Флинта; Наука, 2002. 384 с.
5. Томашевский Б.В. Теория литературы. Поэтика. М.: Аспект-Пресс, 1996. 334 с.
6. Киров Е.Ф. Дискурсема и мегаэпитет в дискурсологии // Казанская наука. 2019. № 3. С. 93–95.
7. Булахова Н.П., Сквородников А.П. К определению понятия эпитет (предуготовление к функциональной характеристике) // Экология языка и коммуникативная практика. 2017. № 2 (9). С. 122–143.
8. Виноградов В.В. Русский язык (Грамматическое учение о слове). М.: Высшая школа, 1986. 640 с.
9. Губанов С. А. Эпитетный комплекс в текстах Марины Цветаевой // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Вып. 8, № 4. С. 32–40. [https://doi.org/10.22250/24107190\\_2022\\_8\\_4\\_32](https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_4_32).
10. Зубова Л.В. Поэзия Марины Цветаевой: Лингвистический аспект. Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1989. 264 с.
11. Ревзина О.Г. Словарь поэтического языка Марины Цветаевой // Словарь поэтического языка Марины Цветаевой: в 4 т. М.: Дом-музей Марины Цветаевой, 1996. Т. I. С. 5–40.
12. Ляпон М.В. Проза Цветаевой: Опыт реконструкции речевого портрета автора. М.: Языки славянских культур, 2010. 528 с.
13. Пушкарева И.А., Ломакова А.В. Слово-образ «память» в лирике М.И. Цветаевой 1920 года // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2020. № 3 (209). С. 124 – 131. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2020-3-124-131>.

14. Кабанина О.Л. Эволюция тематической зоны «Возраст» в поэтической картине мира М.И. Цветаевой // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 475. С. 29–34. <https://doi.org/10.17223/15617793/475/4>.
15. Крылов В.Н., Кучумова М.О. Метонимия в структуре прозы М.И. Цветаевой // Вестник Томского государственного университета. Серия Филология. 2020. № 68. С. 267–279. <https://doi.org/10.17223/19986645/68/13>.
16. Айзенштейн Е. О. Сны Марины Цветаевой. СПб.: Акад. проект, 2003. 463 с.
17. Надыкто О. О. Оппозиция сна-яви в лирике Марины Цветаевой: экзистенциальный аспект // Сборник научных трудов студентов, аспирантов и соискателей. М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2014. С. 190–192.
18. Теленкова Е. Мотив сна в лирике М. Цветаевой // Изучение литературы в вузе. Саратов, 2007. Вып. 6. С. 110–115.
19. Анисова А. А. Семантическое поле «бессонница» в ранней лирике М. И. Цветаевой // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, № 10. С. 127–131.
20. Незнамова А. Ю. Эпитет «итальянский» в творческом и эпистолярном наследии А.С. Пушкина // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 480. С. 34–38. <https://doi.org/10.17223/15617793/480/4>.
21. Цветаева М.И. Собрание сочинений: в 7 т. М.: Эллис-Лак, 1994–1995. Т. 4–7.
22. Горбачевич К.С., Хабло Е.П. Словарь эпитетов русского литературного языка. Л.: Наука, 1979. 567 с.

## References

1. Akhmanova O.S. The Dictionary of the Linguistic Terms. Moscow: LIBROKOM; 2007. 576 p. (In Russ.)
2. Gubanov S.A. Peculiarities of the formation of epithets (on the material of texts by M. Tsvetaeva. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo = Bulletin of Nizhny Novgorod University named after. N.I. Lobachevsky*. 2022;(6):195–201. (In Russ.). [https://doi.org/10.52454/19931778\\_2022\\_6\\_195](https://doi.org/10.52454/19931778_2022_6_195).
3. Grashchenkov P.V., Lyutikova E.A. Adjectives in typology and theory of language: semantics, distribution, derivation. *Rhema*. 2018;(4):9–25. (In Russ.) <https://doi.org/10.31862/2500-2953-2018-4-9-33>.
4. Arnol'd I.V. Stylistics. Modern English language. Moscow: Flinta; Nauka; 2002. 384 p. (In Russ.)
5. Tomashevskii B.V. Literary theory. Poetics. Moscow: Aspekt-Press; 1996. 334 p. (In Russ.)
6. Kirov E.F. Discourseme and megaepithet in discourseology. *Kazanskaya nauka = Kazan Science*. 2019;(3):93–95. (In Russ.)
7. Bulakhova N.P., Skovorodnikov A.P. Concerning the definition of epithet (preparation to the functional characteristic). *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika = Ecology of Language and Communicative Practice*. 2017;(2):122–143. (In Russ.)
8. Vinogradov V.V. Russian language (Grammatical Theory of Word). Moscow, Vysshaya Shkola; 1986. 640 p. (In Russ.)
9. Gubanov S.A. Epithet complex in Marina Tsvetaeva's texts. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika = Theoretical and Applied Linguistics*. 2022;(8):32–40. (In Russ.) [https://doi.org/10.22250/24107190\\_2022\\_8\\_4\\_32](https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_4_32).
10. Zubova L.V. Poetry of Marina Tsvetaeva: Linguistic Aspect. Leningrad: Leningrad University; 1989. 264 p. (In Russ.)

11. Revzina O.G. Dictionary of the poetic language of Marina Tsvetaeva. In: *Slovar' poeticheskogo yazyka Mariny Tsvetaevoi = Dictionary of the poetic language of Marina Tsvetaeva*. Moscow; 1996. Vol. I. P. 5–40. (In Russ.)
12. Lyapon M.V. Prose of Tsvetaeva. Experience of reconstruction of the author's speech portrait. Moscow: Yazyki slavyanskikh kul'tur; 2010. 528 p. (In Russ.)
13. Pushkareva I. A., Lomakova A. V. The word-image Memory in M.I. Tsvetaeva's lyric poetry of 1920. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 2020;(3):124-131. (In Russ.). <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2020-3-124-131>.
14. Kabanina O.L. The evolution of the thematic zone «Age» in Marina Tsvetaeva's poetic worldview. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*. 2022;(475):29–34. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/15617793/475/4>.
15. Krylov V. N., Kuchumova M.O. Metonymy in the structure of Marina Tsvetaeva's prose. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Filologiya. = Tomsk State University Journal of Philology*. 2020;(68):267–279. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/19986645/68/13>.
16. Aizenshtein E. O. M. Tsvetaeva's dreams. St. Peterburg: Akad. Proekt; 2003. 463 p. (In Russ.)
17. Nadykto O. O. Opposition «dream – reality» in M. Tsvetaeva's lyrics: existential aspect. In: *Sbornik nauchnykh trudov studentov, aspirantov i soiskatelei = Collection of scientific works of students, graduate students and applicants*. Moscow: IMPE im. A.S. Griboedova; 2014. P. 190–192. (In Russ.)
18. Telenkova E. Motive «dream» in M. Tsvetaeva's lyrics. In: *Izuchenie literatury v vuzе = Studying literature at university*. Saratov; 2007. Is. 6. P. 110-115. (In Russ.)
19. Anisova A. A. Semantic field «insomnia» in M. Tsvetaeva's early lyrics. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*. 2019;12(10):127–131. (In Russ.)
20. Neznamova A.Iu. The epithet «Italian» in Alexander Pushkin's literary, journalistic and epistolary works. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*. 2022;(480):34–38. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/15617793/480/4>.
21. Tsvetaeva M.I. Collected works. Moscow: Ellis-Lak; 1994-1995. Vol. 4-7. (In Russ.)
22. Gorbachevich K. S., Hablo E.P. Dictionary of epithets of the Russian literary language. Leningrad: Nauka; 1979. 567 p. (In Russ.)

### Сведения об авторе / Information about the Author

**Губанов Сергей Анатольевич**, доктор филологических наук, профессор кафедры философии, Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Российская Федерация, e-mail: gubanov5@rambler.ru, ORCID: 0000-0003-3011-4589

**Sergey A. Gubanov**, Doctor of Sciences (Philological), Professor at the Department of Philosophy, Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russian Federation, e-mail: gubanov5@rambler.ru, ORCID: 0000-0003-3011-4589

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81'272

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-17-26>**Южноафриканский вариант английского языка:  
социолингвистический аспект****Э.А. Бочарова** <sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
ул. Победы, д. 85, г. Белгород 308000, Российская Федерация

✉ e-mail: Tess1001@yandex.ru

**Резюме**

Исследование посвящено изучению специфики вариативности английского языка в условиях глобализации современного сообщества. В работе доказано, что вариант английского языка, адаптируясь к реалиям местных языков и культур, приобретает новые социолингвистические свойства. Целью исследования является выявление специфики такого варианта английского языка, как южноафриканский вариант английского языка, образованный в ходе контактного взаимодействия британского английского языка и автохтонных языков и культур ЮАР. Ключевые свойства исследуемого варианта английского языка выявляются на основе методов анализа и синтеза, сравнительно-сопоставительного анализа, метода компонентного анализа. Ключевое внимание уделяется историческому процессу формирования и развития английского языка и его роли в жизни ЮАР. Сложный характер длительного исторического межъязыкового и межкультурного взаимодействия привел к образованию неоднородной структуры общества ЮАР, в котором на одной территории проживают европейцы, многочисленные местные народы, индийцы и их потомки. Сложная дифференциация общества ЮАР определила уникальное разнообразие языков, диалектов, социолектов, среди которых английский язык обладает особым социальным престижем и объединяет все другие языки. Обладая многокомпонентной структурой, социолингвистическая дифференциация общества способствовала появлению и функционированию на одной территории серии видов южноафриканского варианта английского языка, к которым принадлежат: английский язык чернокожих южноафриканцев, английский язык белоккожих южноафриканцев, английский язык цветных южноафриканцев. Английский язык каждой социолингвистической группы обладает уникальными особенностями, проявляющимися в большей степени на фонетическом уровне.

**Ключевые слова:** языковые контакты; британский английский язык; южноафриканский вариант английского языка; английский язык белых южноафриканцев; английский язык черных южноафриканцев; английский язык цветных южноафриканцев.

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

**Для цитирования:** Бочарова Э.А. Южноафриканский вариант английского языка: социолингвистический аспект // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 17-26. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-17-26>.

Статья поступила в редакцию 03.04.2024

Статья подписана в печать 28.05.2024

Статья опубликована 30.09.2024

## South African English: social and linguistic aspects

Emilia A. Bocharova<sup>1</sup> ✉

Belgorod National Research University  
85, Pobedy Str., Belgorod 308000, Russian Federation

✉ e-mail: Tess1001@yandex.ru

### Abstract

The research work is devoted to the analysis of the English language variability specific characteristics in the context of modern community globalization process. The research proves that the English language variant, adapting to the realities of local languages and cultures, acquires new sociolinguistic properties. The aim of the study is to identify the specifics of such a variant of the English language as the South African English which was formed during the contact interaction of the British English language and the autochthonous languages and cultures of South Africa. The key properties of the South African English are revealed on the basis of methods groups: analysis and synthesis; comparative analysis; and the method of component analysis. The key attention is paid to the historical process formation of South African English and to the development of the English language and its role in the life of South Africa. The complex nature of long-term historical inter language and intercultural interaction has led to the formation of a heterogeneous structure of South African society, is which is presented by Europeans, numerous local peoples, Indians and their descendants living on the same territory. The complex differentiation of South African society has defined a unique variety of languages, dialects, and sociolects, among which English has a special social prestige and unites all other languages. Having a multicomponent structure, sociolinguistic differentiation of South African society contributed to the emergence and functioning a series of South African English variants types in one territory. These types are: Black South African English, White South African English, Coloured South African English. The English language of each sociolinguistic group has unique features that manifest themselves to a greater extent at the phonetic level.

**Keywords:** language contacts; British English; South African English; Black South African English; White South African English; Coloured South African English.

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

**For citation:** Bocharova E. A. South African English: social and linguistic aspects. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2024;14(3):17–26 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-17-26>.

Received 03.04.2024

Accepted 28.05.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

Английский язык в мировом сообществе приобрел статус средства глобальной коммуникации, функционируя в форме множества вариантов. На территории Африки английский язык обладает официальным статусом во многих странах. Вопросы роли и статуса английского языка в африканских странах изучались в работах отечественного ученого Ж. Багана и его последователей [1]. В работах Ж. Багана, Т.Г. Волошиной, Я.А. Глебо-

вой акцентируется внимание на доминирующем влиянии английского языка на состояние местных языков и культур [2, 3]. Зарубежные исследователи также полагают, что европейские языки, и в частности английский язык, вытесняют местные языки, что в конечном итоге может привести к вымиранию малочисленных автохтонных языков [3, 4]. Сложный характер многоязычия, типичный для африканских языков, позволяет выживать только языковому большинству, в то

время как языковое меньшинство находится под угрозой исчезновения [5, 6, 7].

Однако необходимо отметить, что не все варианты английского языка, функционирующие на территории стран Африки, были изучены отечественными и зарубежными лингвистами, социологами, культурологами. Актуальность работы определяется возрастающим интересом к вопросам межъязыкового взаимодействия между странами Африки и России в новом ракурсе межкультурных взаимоотношений, с одной стороны, и недостаточно сформированной теоретической и практической базой о специфике такого варианта, как южноафриканский вариант английского языка, с другой стороны.

В нашем исследовании анализу подвергается специфика английского языка, функционирующего на территории ЮАР. Целью исследования является выявление ключевых социолингвистических особенностей южноафриканского варианта английского языка, учитывая сложную многоязычную структуру южноафриканского общества.

### Результаты и обсуждения

Первыми европейцами, которые прибыли на территорию современной ЮАР, были голландцы, которые в 1652 году высадились в Кейптауне. Голландский язык, адаптируясь к местным языкам и культурам ЮАР, стал родным для внушительной части государства. Такой язык, образованный в ходе контактного взаимодействия голландского языка, адаптирующегося на территории ЮАР к местным реалиям, получил название африкаанс. Возрастание влияния языка африкаанс и голландской культуры на жизнь местного населения в ЮАР вынудило британцев вторгнуться на Капскую территорию в 1806 году, тем самым усилив британское присутствие в Южной Африке, которое продолжалось до 1961 года [8].

Английский как язык на территории Африки прочно утвердился с появлением первого организованного поселения в

1820 году. Большие надежды на новую жизнь в Африке со стороны британцев возлагались на небольшие фермы и деревни в небольших районах, которые были разрушены в процессе тридцатилетней пограничной войны с коренным народом Коса. Британские поселенцы в виде отдельных лиц, семей и групп продолжали прибывать в ЮАР через Западно-Капскую и Восточно-Капскую провинции. Другое поселение, аналогичное по своему характеру поселению 1820 года, было зафиксировано в Натале, куда первые поселенцы прибыли примерно через 30 лет после захвата Великобританией Порт-Натала у Буров, коренного населения ЮАР. На территории ЮАР белокожих жителей было принято изначально называть «голландцами», далее «бурами» и затем «африканерами» [9].

Модель расселения в сельской местности и небольших городах сохранялась в ЮАР вплоть до 1870-х годов, когда британские (и небританские) иммигранты отправились в Южную Африку. Этот приток обеспечил основные социальные и экономические перемены в ЮАР, совпавшие с минерально-промышленной революцией. В результате таких революций возникло новое общество, значительно отличающееся от «старых колонистов».

Выраженная политика ранней британской администрации Кейптауна заключалась в доминировании английских подданных, говорящих по-голландски, за исключением нескольких влиятельных голландских семей Кейпа. Голландские колонисты твердо сохранили свою идентичность, несмотря на все усилия по их слиянию с численно меньшим англоязычным сообществом. Фактически, на протяжении всего столетия ни голландские, ни британские колонисты не были готовы уступить свою национальную идентичность и, как следствие, два европейских языка сосуществовали в двуязычном белом обществе в ЮАР на различных территориях.

Первое значительное событие в истории английского языка, функционирующего в голландской (африканерской) общине, было провозглашено в 1822 году лордом Чарльзом Сомерсетом, губернатором Кейптауна, в соответствии с которым английский язык стал единственным официальным языком колонии. Намерение Сомерсета состояло в предоставлении помощи английскому языку как средству общения для всех классов южноафриканского общества. Такая политика осуществлялась путем найма школьных учителей из Великобритании для сельских школ Кейпа и шотландских священнослужителей для заполнения пустующих рядов священства в голландской реформатской церкви. Важно отметить, что ко времени Великого похода в 1836 году половина пасторов церкви были шотландцами. Эндрю Мюррей, наиболее выдающийся из пасторов, позже стал модератором голландской реформатской церкви и отождествлял себя с голландской общиной [10].

Большинство священников и школьных учителей, однако, не смогли интегрироваться подобным образом, но они сыграли важную роль в распространении английского языка (как второго языка) в голландском сообществе ЮАР. За исключением отдаленных мелких поселений и ферм, голландский язык вскоре уступил место английскому языку в общественной жизни Кейпа, включая юриспруденцию, образование и развлечения; но в сферах религиозной жизни и в быту он не смог занять лидирующих позиций. Во многих исследованиях, характеризующих языковую специфику ЮАР XIX века, акцентируется внимание на высоком уровне владения английским языком молодых двуязычных членов голландской общины, однако, что касается произношения, то в фонетическом строе были отмечены интерференционные процессы со стороны голландского языка и африкаанс. Голландские семьи рассматривали английский язык как средство для

получения образования и средство вхождения в общественную жизнь, но ревниво оберегали родной язык, желая сохранить свою культуру.

После Великого похода 1836 года отношение к английскому языку в бурских республиках севера ЮАР оставалось благоприятным. Английский язык пропагандировался в образовании, например, шотландцем Бребнером, который в течение нескольких лет управлял системой образования в Республике Свободного Государства. Показателен инцидент, имевший место в 1872 году, когда президент независимой республики Трансвааль Бюргерс, выступая по приглашению основной голландской общины Паарла, находившейся недалеко от Кейптауна, решил выступить на официальном приеме по-английски и был готов отстаивать свой выбор языка. Растущее враждебное отношение к имперской Британии не привело к радикальным изменениям в отношении к английскому языку, который сумел сохранить свое социальное значение – средство получения хорошего образования, а также свою функцию – осуществление коммерческих сделок в деловой жизни.

Язык сыграл главную роль в растущем осознании африканерами своей африканской идентичности независимо от голландского происхождения. Африканерский национализм и растущее чувство национальной принадлежности в последней четверти XIX века проявились в самобытности африкаанс, языка, на котором говорили африканеры на протяжении многих поколений. Язык африкаанс является символом коренной идентичности и его борьбы против британского господства. Враждебное отношение к английскому языку, которое представляло угрозу для африкаанс везде, где происходило смешение сообществ, было неизбежным. С начала XX века английский язык имел низкий престиж в сфере образования и определялся как «язык врага» [11].

Парадоксально, но враждебность по отношению к английскому языку со стороны африканеров, возникла в то время, когда политические и экономические факторы неохотно, но неумолимо вовлекали африканеров в более тесный контакт с городским индустриальным обществом, в котором доминировали именно англичане. Массовый переезд африканеров в города достиг больших масштабов в конце 1920-х и начале 30-х годов, когда засуха и экономическая депрессия привели к обнищанию и к гибели людей. Йоханнесбург, типично английский промышленный город, стал буквально «Меккой» для многих вынужденных переселенцев африканеров.

Неудивительно, что церковные и политические лидеры рассматривали урбанизацию как главную угрозу англичан в ЮАР. В 1896 году только 14% белых жителей были африканерами; в 1946 году белыми были уже 35% населения Йоханнесбурга и шахтерских городов. В 1951 году впервые в городах ЮАР было больше африканеров, чем англоговорящих жителей.

Перепись 1960 года, однако, показала обратную ситуацию: 18% африканеров и 15% англоговорящих южноафриканцев указали на отсутствие способности использовать другой язык. Смягчение отношения к английскому языку произошло в обществе африканеров в городах, в которых осуществлялся социальный и экономический контроль со стороны правительства. Был разработан комплекс мер, который способствовал восстановлению высокого уровня владения английским языком среди влиятельных и более образованных африканеров. Особый интерес представляет вопрос специфики акцента в речи африканеров на английском языке, который определяется социальными параметрами коммуникантов: наблюдается доминирующее влияние интерференционных процессов со стороны африкаанс в речи пожилых жителей ЮАР по сравнению с молодежью, речь кото-

рых максимально приближена к норме – британскому английскому языку.

«Для южноафриканского общества характерна социолингвистическая дифференциация, согласно которой выделяют следующие группы: белые южноафриканцы, черные южноафриканцы, цветные южноафриканцы» [12, р. 46]. Согласно данной классификации каждой группе соответствует определенный тип южноафриканского варианта английского языка (английский язык чернокожих южноафриканцев, английский язык белокожих южноафриканцев, английский язык цветных южноафриканцев), характеризующийся уникальным набором свойств.

Английский язык белых южноафриканцев используется в речи в большей степени британцев и в меньшей степени африканеров сугубо в определенных частях городских центров. Такое подразделение внутри одного варианта характерно, например, для Кейптауна, где функционирует два подвида английского языка белых в зависимости от части города: Western Cape White South African English (английский язык белых Западно-Капской провинции) и Eastern Cape White South African English (английский язык белых Восточно-Капской провинции) [13].

Английский язык белых в ЮАР имеет также определенные подвиды, принимая во внимание социальную принадлежность коммуникантов, выделяют такие разновидности южноафриканского варианта английского языка, как: Broad White South African English (часто используется представителями рабочего класса, для речи характерны ошибки); General White South African English (вариант, который характерен для жителей ЮАР среднего класса, в их речи могут присутствовать незначительные ошибки); Cultivated White South African English (максимально приближенный к норме – британскому английскому языку, вариант языка типичный для высшей части белого южноафриканского общества).

Следует отметить, что Cultivated White South African English и английский язык белых, функционирующий на территории Натала, представляют собой подварианты, которые наиболее близко соответствуют нормам южно британского английского языка, что объясняется тесным историческим взаимодействием: колонисты из Натала были наиболее урбанизированными носителями английского языка и имели наименьший контакт с африкаанс. В свою очередь, Broad White South African English находился под сильным влиянием африкаанс, особенно с точки зрения его фонологии. Что касается подварианта General White South African English, то он использовался на границы Скейпа и Гаутенга, таким образом, этот вариант – норма для пригородов среднего класса Западно-Капской и Восточно-Карской провинций Кейптауна, а также Гаутенга [14].

В ЮАР значительной частью населения являются чернокожие жители. Английский для чернокожих жителей в ЮАР, за незначительным исключением, является вторым языком после родного языка банту. Традиция изучения английского языка в негритянском сообществе ЮАР была заложена в крупных миссионерских учреждениях Капской провинции, особенно Восточного Кейпа – позже в Натале и еще позже в Оранжевом Свободном Государстве и Трансваале. Основы обучения английскому языку чернокожих жителей ЮАР были заложены учителями и проповедниками в школах-интернатах. Контакты с белокожими южноафриканцами, говорящими по-английски, были значительно расширены благодаря включению детей белых южноафриканцев в число учащихся миссионерских школ. Именно миссионерская школа привила чернокожим учащимся представление о великих традициях британской литературы, чувство, которое все еще сильно сохраняется в современных взглядах. Английский язык для чернокожих южноафриканцев всегда обладал

наивысшим престижем и являлся пропуском для успешной жизни [15, 16].

Результатом такой миссии стало формирование малочисленной элитной группы среди чернокожих южноафриканцев с высоким уровнем владения английским языком, глубоким пониманием мира британских ценностей, однако для подавляющего большинства чернокожих южноафриканцев в течение длительного времени английский язык оставался вторым языком. Традиция миссионерства постепенно ослабевала по мере увеличения числа школ, учителей и учеников для чернокожих. Белые учителя практически исчезли из школьных кабинетов для чернокожих, что значительно подорвало влияние миссионерской традиции. Уровень владения английским языком у молодого поколения чернокожих южноафриканцев, получающих среднее и высшее образование, резко снизился. Проведенный опрос об отношении родителей к английскому языку показал, что 88,5% чернокожих родителей выбрали английский в качестве базового средства образования и только 2,2% хотели использовать родной язык банту [17].

Английский язык, на котором говорят чернокожие южноафриканцы, подвержен влиянию со стороны языков банту, в большей степени интерференционные процессы касаются его фонетического строя [18].

Другой разновидностью английского языка, на котором говорят в ЮАР, является английский язык для цветной части населения или индийский английский язык. Цветное сообщество изначально проживало только в Кейптауне, начиная с самых ранних дней белой колонизации. Для цветных в ЮАР голландский язык (а позже африкаанс) был языком коммуникации. Для этой части населения английский представлял собой иностранный язык, необходимый для осуществления ежедневной коммуникации. В современной ЮАР наблюдается значительный сдвиг в языковой лояльности для пред-

ставителей цветной части населения: допускается существенная аппроксимация, то есть приближенные варианты к фонетической, лексической и грамматической норме [19].

Индийский английский язык изначально являлся вторым языком, первым для цветной части населения ЮАР был один из индийских языков, привезенных в Наталь в 1860-х годах наемными рабочими. Современные исследования доказывают, что со временем английский язык среди индийцев вытеснил коренные индийские языки. Сегодня для цветной части населения английский язык в качестве средства общения занял ведущую позицию как в формальной, так и неформальной коммуникации. Доказано, что более 80% южноафриканцев индийского происхождения способны говорить, читать и писать на английском лучше, чем на любом другом языке [20]. Коренные индийские языки в ЮАР функционируют в ограниченных случаях, часто это проявляется в отношениях диглоссии с английским языком. Индийские дети в Натале всегда получали образование на английском языке. Образование и экономическая жизнь большинства индийцев сосредоточены в преимущественно белых англоязычных общинах Наталя. Индийский английский язык, функционирующий на территории ЮАР, является разновидностью английского языка, для которого характерны уникальные особенности, в большей степени на фонетическом уровне. По сравнению с английским языком чернокожих и белокожих южноафриканцев именно индийский английский язык в ЮАР является наиболее приближенным к норме – британскому английскому языку.

## Выводы

Таким образом, вопросы контактно-го взаимодействия в условиях многоязычия являются актуальными в современной лингвистике. Английский язык в современном мультикультурном мировом сообществе приобрел статус глобального средства коммуникации и функционирует в форме многочисленных вариантов. Одним из таких вариантов, образованных в ходе контактного взаимодействия британского английского языка и местных языков и культур, является южноафриканский вариант английского языка. Сложный процесс исторического развития и культурной адаптации британского английского языка к условиям местного многоязычия привели к тому факту, что английский язык на территории ЮАР приобрел уникальный статус – официальный язык, не являющийся родным для подавляющего большинства южноафриканцев, но представляющий собой особое средство престижа в сферах экономики, политики, образования. Для общества ЮАР характерна сложная социальная классификация, согласно которой жители подразделяются на белокожих южноафриканцев, чернокожих южноафриканцев и цветных. Такое подразделение общества также отражается на специфике английского языка, функционирующего на территории ЮАР, поэтому выделяют: английский язык белокожих южноафриканцев, английский язык чернокожих южноафриканцев, английский язык цветных южноафриканцев. Каждый из этих типов обладает набором уникальных свойств, что связано с влиянием местных языков и культур.

## Список литературы

1. Some Aspects of African Study in the Era of Globalization / J. Baghana, T.G. Voloshina, M.Y. Raiushkina, Y.A. Glebova // *Espacios*. 2018. №39 (38). P. 1-7.

2. Globalization influence on linguistic and cultural state due to the language contacts' interaction / J. Baghana, T.G. Voloshina, Ya.A. Glebova, E.A. Bocharova, M.A. Radovich // *Laplagem Revista*. 2020. № 6. P. 190-197.
3. Baghana J., Voloshina T. G., Glebova Y. A., Chernova O. O. Karpenko V. N. Language and cultural code peculiarities within the framework of cross-cultural communication // *XLinguae*. 2023. №16 (1). P. 201-215. <https://doi.org/10.18355/XL.2023.16.01.15> ISSN 1337-8384.
4. Baloyi M.J. Synonymy as the semantic framework for disambiguation of meaning in the translation from English into Xitsonga // *South African Journal of African Languages*. 2022. № 2. P. 129-136, <https://doi.org/10.1080/02572117.2022.2094087>.
5. Kunene Nicolas R., Ahmed S. Lexical development of noun and predicate comprehension and production in isiZulu // *South African Journal of Communication Disorders*. 2016. № 2 (63). P. 169-181. <http://dx.doi.org/10.4102/sajcd.v63i2.169>.
6. Oyo B., Kalema B.M. A preliminary speech learning tool for improvement of African English accents // 2014 International Conference on Education Technologies and Computers (ICETC), Lodz, Poland. 2014. P. 44-48, <https://doi.org/10.1109/ICETC.2014.6998900>.
7. Mesthrie R. Socio-phonetics and social change: Deracialisation of the GOOSE vowel in South African English // *Journal of Sociolinguistics*. 2010. № 1 (14). P. 3–33.
8. Agalo J., Mbai C. Chasing international language: genesis og language of curriculum in Kenya // *International Journal of Education Learning and Development*. 2015. № 3 (4). P. 1-15.
9. Baratta A. Phonological Inclusion, and Exclusion, Regarding South African English in the Online OED // *Lexikos*. 2023. № 3. P. 318-323.
10. Bekker I., Eley G. An acoustic analysis of White South African English monophthongs // *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2007. № 1 (25). P.107-114, <https://doi.org/10.2989/16073610709486449>.
11. Potgieter A.P. Lexical and grammatical development in trilingual speakers of isiXhosa, English and Afrikaans // *South African Journal of Communication Disorders*. 2016. № 2 (63). P. 141-152. <http://dx.doi.org/10.4102/sajcd.v63i2.141>.
12. Dinah M.M. Using idioms and proverbs as an indigenous psychological way in rehabilitation juvenile offenders: a wellness perspective // *INDILINGA – African Journal of indigenous knowledge systems*. 2020. № 2 (19). P. 245-256.
13. Rooy B. *Black South African English: phonology*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH, 2020. P. 138.
14. Vorster N. Reformed theology and “decolonised” identity. Finding a grammar for peaceful coexistence // *HTS Theologiese Studies*. 2018. № 4 (74). P. 4915. <https://doi.org/10.4102/hts.v74i4.4915>.
15. Louw P., Wet F. The perception and identification of accent in spoken BlackSouth African English // *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2007. №1 (25). P. 91–105.
16. Lekgotla laga Ramoupi N. African Languages Policy in the Education of South Africa: 20 Years of Freedom or Subjugation? // *JHEA/RESA*. 2014. No 2 (12). P. 53-93.
17. Heugh K. Languages, development and reconstructing education in South Africa // *International Journal of Educational Development*. 1999. No19. P. 301–313.
18. Makoe P., McKinney C. Linguistic ideologies in multilingual South African suburban schools // *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. 2014. No7 (35). P. 658-673.
19. Postma M., Postma D. Who is laughing last in the South African classroom? A critical reflection on language in education // *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2011. No 1 (29). P. 43–54.
20. Ntombela B. ‘The Burden of Diversity’: The Sociolinguistic Problems of English in South Africa // *English Language Teaching*. 2016. No 5 (9). P.77-84.

## References

1. Baghana J., Voloshina T.G., Raiushkina M.Y., Glebova Y.A. Some Aspects of African Study in the Era of Globalization. *Espacios*. 2018;(39):1-7.
2. Baghana J., Voloshina T.G., Glebova Ya.A., Bocharova E.A., Radovich M.A. Globalization influence on linguistic and cultural state due to the language contacts' interaction. *Laplage em Revista*. 2020;(6):190-197.
3. Baghana J., Voloshina, T. G., Glebova, Y. A., Chernova, O. O., Karpenko V. N. Language and cultural code peculiarities within the framework of cross-cultural communication. *Xlinguae*. 2023;16(1):201-215. <https://doi.org/10.18355/XL.2023.16.01.15> ISSN 1337-8384.
4. Baloyi M.J. Synonymy as the semantic framework for disambiguation of meaning in the translation from English into Xitsonga. *South African Journal of African Languages*. 2022;(2):129-136. <https://doi.org/10.1080/02572117.2022.2094087>.
5. Kunene Nicolas R., Ahmed S. Lexical development of noun and predicate comprehension and production in isiZulu. *South African Journal of Communication Disorders*. 2016;(2):169-181. <http://dx.doi.org/10.4102/sajcd.v63i2.169>.
6. Oyo B., Kalema B.M. A preliminary speech learning tool for improvement of African English accents. In: *2014 International Conference on Education Technologies and Computers (ICETC)*. Lodz, Poland; 2014. P. 44-48. <https://doi.org/10.1109/ICETC.2014.6998900>.
7. Mesthrie R. Socio-phonetics and social change: Deracialisation of the GOOSE vowel in South African English. *Journal of Sociolinguistics*. 2010;(1):3-33.
8. Agalo J., Mbai C. Chasing international language: genesis og language of curriculum in Kenya. *International Journal of Education Learning and Development*. 2015;(3):1-15.
9. Baratta A. Phonological Inclusion, and Exclusion, Regarding South African English in the Online OED. *Lexikos*. 2023;(3):318-323.
10. Bekker I., Eley G. An acoustic analysis of White South African English monophthongs. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2007;(1):107-114. <https://doi.org/10.2989/16073610709486449>.
11. Potgieter A.P. Lexical and grammatical development in trilingual speakers of isiXhosa, English and Afrikaans. *South African Journal of Communication Disorders*. 2016;(2):141-152. <http://dx.doi.org/10.4102/sajcd.v63i2.141>.
12. Dinah M.M. Using idioms and proverbs as an indigenous psychological way in rehabilitation juvenile offenders: a wellness perspective. *INDILINGA – African Journal of indigenous knowledge systems*. 2020;(2):245-256.
13. Rooy B. *Black South African English: phonology*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH; 2020. 138 p.
14. Vorster N. Reformed theology and “decolonised” identity. Finding a grammar for peaceful coexistence. *HTS Theologiese Studies*. 2018;(4):4915. <https://doi.org/10.4102/hts.v74i4.4915>.
15. Louw P., Wet F. The perception and identification of accent in spoken BlackSouth African English. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2007;(1):91-105.
16. Lekgotla laga Ramoupi N. African Languages Policy in the Education of South Africa: 20 Years of Freedom or Subjugation? *JHEA/RESA*. 2014;(2):53-93.
17. Heugh K. Languages, development and reconstructing education in South Africa. *International Journal of Educational Development*. 1999;(19):301-313.

18. Makoe P., McKinney C. Linguistic ideologies in multilingual South African suburban schools. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. 2014;(7):658-673.
19. Postma M., Postma D. Who is laughing last in the South African classroom? A critical reflection on language in education. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2011;(1):43–54.
20. Ntombela B. ‘The Burden of Diversity’: The Sociolinguistic Problems of English in South Africa. *English Language Teaching*. 2016;(5):77-84.

### Информация об авторе / Information about the Author

**Бочарова Эмилия Александровна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры второго иностранного языка, Национальный исследовательский университет «Белгородский государственный университет», г. Белгород, Российская Федерация,  
e-mail: Tess1001@yandex.ru,  
ORCID: 0000-0001-6377-7130

**Emilia A. Bocharova**, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor of the Department of Second Foreign Language, National Research University “Belgorod State University”, Belgorod, Russian Federation,  
e-mail: Tess1001@yandex.ru,  
ORCID: 0000-0001-6377-7130

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81.373.47

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-27-49>

## Имиджевая реклама: реализация метафорического потенциала поликодовых текстов имиджевой рекламы

А. В. Анненкова<sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

### Резюме

Статья посвящена проблеме реализации метафорического потенциала поликодовых текстов имиджевой рекламы, функционирующих в современных массмедиа. **Актуальность** рассматриваемой темы определяется возросшим интересом к феномену рекламы, усилением спектра рекламной коммуникации, а также изменением функциональных ориентиров рекламы на применение имплицитного знания. **Целью** исследования стало изучение особенностей функционирования мультимодальной концептуальной метафоры в поликодовом тексте имиджевой рекламы, в частности, реализации когнитивного механизма метафорического переноса при восприятии индивидом метафорических образов, закодированных в полихотомии разнородных компонентов рекламного текста, и последующем формировании внутреннего образа объекта рекламы в индивидуальном лексиконе. В качестве **задач** исследования авторами были выделены рассмотрение понятия имиджевой рекламы и её структурно-композиционных особенностей, специфики функционирования метафор в рекламном дискурсе, а также анализ когнитивно-психологического воздействия образов, создаваемых мультимодальными концептуальными метафорами, на индивида. **Объектом** исследования выступает поликодовый имиджевый рекламный текст вербально-невербальной архитектуры. **Предметом** исследования является функциональный потенциал метафоры и метафорических конструкций с точки зрения их контекстуальной обусловленности. В работе были использованы следующие **методы исследования**: теоретический анализ научной литературы по исследуемой проблеме, описательный метод, дискурсивный анализ.

Интерес к изучению функционального потенциала имиджевой рекламы определяется необходимостью исследования особенностей воздействия рекламных образов на сознание целевой аудитории. Прагматическая направленность рекламы детерминирует логическое и эмоциональное наполнение сообщения, определяет специфику выбираемых вербально-невербальных компонентов поликодового текста и их структурно-композиционную организацию. Использование мультимодальных метафор является одним из наиболее эффективных приёмов создания запоминающегося образа объекта рекламы, поскольку метафора запускает глубинные психологические механизмы, оказывающие непосредственное влияние на ассоциативное мышление и индивидуальный лексикон респондента, создавая контакт между внешним образом, созданным в рекламе, и внутренним образом, сформированным индивидом в своем индивидуальном лексиконе. Таким образом, образность метафоры даёт возможность не только наглядно показать явления действительности, но и, манипулируя образами, оказывать влияние на респондента, трансформируя его отношение к транслируемой в рекламе действительности.

**Ключевые слова:** имиджевая реклама; поликодовый текст; метафора; мультимодальная концептуальная метафора; метафорические приёмы; когнитивный механизм метафоризации; индивидуальный лексикон.

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

**Для цитирования:** Анненкова А. В. Имиджевая реклама: реализация метафорического потенциала поликодовых текстов имиджевой рекламы // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 27-49. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-27-49>.

Статья поступила в редакцию 11.04.2024

Статья подписана в печать 16.05.2024

Статья опубликована 30.09.2024

© Анненкова А. В., 2024

# Image Advertising: Realising Metaphorical Potential of Polycode Text of Image Advertising

Antonina V. Annenkova <sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

## Abstract

The article is devoted to the problem of metaphorical potential of polycode texts of image advertising in modern mass media. The **relevance** is determined by the increased interest in advertising as well as the change in the functional orientation of advertising by implicit knowledge usage. The **purpose** of the research is to study some peculiarities of multimodal conceptual metaphor in polycode text of image advertising, in particular the implementation of the cognitive mechanism of metaphorical transfer when perceiving metaphorical images encoded in the advertising, and the subsequent formation of an internal image of an advertising object in an individual lexicon. The **objectives** of the study are to consider the notion of image advertising and its structural and compositional features, use of metaphor in the advertising along with the analysis of the cognitive-psychological impact of images created by multimodal conceptual metaphors on an individual. The **object** of the study is a polycode image advertising text of verbal and non-verbal architectonics. The **subject** of the study is the functional potential of metaphor and metaphorical constructs in terms of their contextual interrelation. The following research methods are used: theoretical analysis of scientific literature on the problem under study, descriptive method, discursive analysis.

Interest in the study of the functional potential of image advertising is due to its impact on the consciousness of the target audience. The pragmatic orientation of advertising determines its logical and emotional content, the specificity of verbal and non-verbal components and their structural and compositional organisation. Use of multimodal metaphors is an effective technique for creating a memorable image of advertising as it triggers complex psychological mechanisms that directly influence associative thinking and individual lexicon of a respondent connecting an external image created in an advertisement and an internal image formed by an individual in their individual lexicon. Thus the imagery of metaphor not only shows the phenomena of reality but due to the manipulating techniques influence the respondent transforming their attitude to the reality shown in advertising.

**Keywords:** image advertising; polycode text; metaphor; multimodal conceptual metaphor; metaphorical techniques; cognitive mechanism of metaphorization; individual lexicon.

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

**For citation:** Annenkova A. V. Image Advertising: Realising Metaphorical Potential of Polycode Text of Image Advertising. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2024; 14(3): 27–49 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-27-49>.

Received 11.04.2024

Accepted 16.05.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

## Введение

### Реклама как феномен современной массовой коммуникации

На рубеже XX – XXI веков всеобщая технологизация, информатизация, глобализация и повсеместный переход средств массовой коммуникации в пространство всемирной паутины привели к тому, что

реклама и рекламная коммуникация трансформировались в глобальную индустрию для достижения своих прагматических целей путём вовлечения в процесс создания и распространения рекламных текстов тысяч людей. В современном обществе рекламная индустрия, являясь продуктом экономической деятельности, позволяет участвовать в достижении и

обеспечении общественной потребности социума в рекламных услугах и рекламной коммуникации.

Изучение рекламы и аспектов её функционирования можно рассматривать как одно из приоритетных направлений исследований в современной лингвистике и, в частности, в теории языка. Сегодня реклама рассматривается как один из важнейших инструментов манипулирования массовым и индивидуальным сознанием, как успешный способ управления поведением общества [1-5]. Существование потребности индивида и социума в понимании, распознавании и концептуализации рекламы и образов, заложенных в ней, порождает высокий интерес к рекламе в гуманитарной парадигме и определяет актуальность проведения исследований, касающихся как самой рекламы с экономической точки зрения, так и языка текстов рекламных сообщений, а также способов речевого воздействия и манипуляций с лингвистической точки зрения.

Несмотря на ряд работ, посвящённых проблеме функционирования рекламных текстов в современных средствах массовой информации, полноценная картина специфики поликодового текста имиджевой рекламы и его архитектоники, в особенности, метафорического потенциала поликодового текста имиджевой рекламы, при помощи которого происходит формирование образов объекта имиджа в когнитивном пространстве реципиента, остаётся не до конца изученной.

Реклама играет важную роль не только в жизни общества, но и в жизни каждого индивида, непосредственно участвуя в формировании определённых потребностей, ценностных установок и потребительского поведения. Так что же такое реклама и рекламная коммуникация? По мнению Ф. Котлера, под рекламой понимаются особые формы «неличной коммуникации», передаваемые различными средствами распространения

информации [6], т.е. это обращение, которое не подразумевает наличие личного контакта между адресатом и адресантом и, соответственно, непосредственной обратной связи, которую можно было бы оценить. Е.Ю. Ильинова полагает, что рекламу следует рассматривать, прежде всего, как феномен массовой коммуникации, обеспечивающий непрерывную трансляцию смыслов путём чередования вербальных и/или невербальных элементов, составляющих, таким образом, некую «виртуальную реальность» креолизованного текста, основной целью которого становится управление потребностями и потребительским поведением социума [7].

### О поликодовости рекламного текста

Развитие новых инновационных информационно-коммуникативных технологий градуально меняет способы и принципы коммуникации, увеличивая в текстовых сообщениях долю встраиваемых в вербальный текст семиотических знаков других систем. Как отмечает О.И. Максименко, для восприятия современному человеку доступны практически все семиотические коды [8] (системы моделирования мира). Семиотически-неодно-родные тексты являются объектом изучения многих представителей лингвистической науки и в зависимости от присутствия в них того или иного семиотического кода, им даются разнообразные терминологические обозначения, например, видеовербальный, аудиовизуальный, поликодовый, лингвовизуальный, гетерогенный, полимодальный, креолизованный, осложнённый, составной, контаминированный тексты<sup>1</sup> [8], что свидетельствует о несомненной актуальности данного направления исследования.

---

<sup>1</sup> Сенцова В.А. Поликодовые тексты как средство обучения итальянских учащихся русской грамматике: I сертификационный уровень: дис. ... канд. пед. наук: СПб., 2018. 184 с.

Современные технологии и ресурсы, а также технические и технологические средства позволяют объединять в одном рекламном текстовом сообщении несколько разнородных элементов из различных знаковых систем (вербальный текст, изображение, аудиоматериал, видеоматериал, анимация, гипертекстовые ссылки, элементы графического дизайна, атрибутирования и т.д.), что позволяет нам рассматривать его как поликодовый текст. В данном аспекте мы согласны с мнением А.А. Бернацкой, которая также рассматривает его как синкретическое образование, полученное путём соединения кодов разных знаковых систем, но с обязательным условием их взаимной синсемантики [9]. Говоря о рекламном тексте, подобная комбинация знаков позволяет акцентировать внимание адресата данного рекламного сообщения на объекте рекламы, создавая положительное отношение к нему, конструируя положительный имидж, формируя в его индивидуальном лексиконе желаемый для адресанта внутренний образ объекта рекламы [1, 10-13], который в дальнейшем будет вызывать интерес к данному объекту, тем самым управляя потребительским поведением индивида. В своём исследовании мы считаем целесообразным придерживаться именно термина «поликодовый текст», рассматривая рекламный текст, анализируя его структуру и изучая особенности формирования образов, заложенных в нём.

Язык, являясь основным средством коммуникации, по мнению М.Б. Ворошиловой, рассматривается как знаковая система, позволяющая присвоить описываемым при его помощи предметам знаковую функцию, которой они изначально не обладают, а иконические (невербальные, изобразительные элементы) – наделять дополнительным значением [14]. В. А. Колеватов же, наоборот, считает, что невербальный текст обладает теми же характеристиками, что и вербальный, т.е. «любое созданное непосредственно чело-

веком изображение абстрактно, ибо оно обозначает выделенные отвлечённые человеком свойства объекта. В этой своей функции изображение не отличается от слова. Как слово, так и изображение могут выражать понятия разных уровней абстрактности» [15, с. 112]. Если говорить о поликодовом рекламном тексте вербально-невербальной структуры, то его композиционное строение, наполненное кодами разных знаковых систем (текст, изображение, видео-, аудиоряды, атрибутивные элементы и т.п.), обладает большей степенью выразительности и большой персуазивностью и суггестивностью по сравнению с исключительно вербальными текстами. Соответственно, получившееся в итоге интегральное текстово-знаковое объединение позволяет создать наиболее полный и комплексный образ объекта рекламы – носителя имиджа – в индивидуальном когнитивном пространстве индивида.

Е.В. Бринюк полагает, что особенностью перцепции креолизованного текста является процесс двойной дешифровки, т.е. «во время извлечения содержания из невербальных компонентов на него накладывается смысл вербального текста» [16, с. 65]. Иными словами, разные семиотические знаки «интегрируются и перерабатываются человеком в едином универсально-предметном коде мышления» [17, с. 82].

Таким образом, важно помнить, что при построении рекламного текста и выборе составляющих его компонентов, необходимо, чтобы все эти выбранные элементы разных знаковых систем были одинаково значимы, чтобы они комплексно участвовали в создании образа объекта рекламы, т.е. насыщение рекламного сообщения кодами разных знаковых систем делает его мультисемиотичным и гипертекстуальным и, соответственно, позволяет увеличить знаково-символический потенциал рекламной изобразительности и обогатить ассоциативно-образный потенциал рекламы.

## Имиджевая реклама как особый языковой феномен

Имиджевая реклама, по сравнению с другими видами рекламы, представляется более сложным интегрированным языковым феноменом. Она является не просто текстом или текстовым образованием, информирующим или прямо продающим товар/услугу, но сообщением поликодовой структуры, в котором интегрально объединены вербальные и невербальные составляющие, взаимосвязанные и взаимодополняющие друг друга. Целью создания и распространения такого рекламного текста является программирование желаемого адресантом положительного имиджа товара/услуги/организации, а также повышение узнаваемости путём формирования в когнитивном пространстве индивида устойчивого комплексного образа объекта рекламы. Имиджевая реклама может считаться эффективным методом взаимодействия с целевой аудиторией, а также способом трансформации потребительского поведения индивида в долгосрочной перспективе, явно и/или латентно меняя отношения индивида к демонстрируемому в рекламе товару/услуге/организации. В своей работе мы будем руководствоваться этим определением.

Для достижения максимального эффекта при создании текстов имиджевой рекламы необходимо, чтобы структурно-композиционная организация элементов разных знаковых систем, составляющих поликодовый текст имиджевой рекламы, удовлетворяла основным правилам гармонизации внутритекстовых связей [18] при конструировании образа объекта рекламы, отражающего окружающую действительность, т.е. при перцепции замысел рекламы должен быть понятен целевой аудитории.

Текст имиджевой рекламы обладает поликодовым характером, т.е., как отмечалось выше, в нём искусно комбинируются разнородные средства вербальной и невербальной структуры, которые, взаимодействуя друг с другом, создают еди-

ное семантическое пространство. Следует отметить, что в силу своей поликодовости и особенностей функционирования в современных медиасредствах, такие тексты должны быть структурно сжаты, информация в них должна представляться лаконично, они должны обладать высокой степенью экспрессивности и ярко выраженной оценочностью, быть информационно насыщены [10; 11]. Ю.Н. Кириллова [19] полагает, что добиться подобных результатов можно, применяя рекламные стратегии рационального и эмоционального характера, т.е. используя факты, статистику, апеллируя к чувствам и эмоциям индивида. Кроме того, эффективным может являться и использование творческого подхода, например, провокативные ассоциации и образы, негативный контекст, шокирующая информация [19]. Следовательно, чтобы сформировать яркие и запоминающиеся образы объекта имиджевой рекламы в индивидуальном лексиконе респондента, при её создании необходимо пользоваться всеми доступными изобразительно-выразительными средствами разных уровней, эффективно встраивая объект рекламы в композиционную поликодовую структуру текста имиджевой рекламы.

Имидж – одно из основных понятий и составляющих имиджевой рекламы, его можно определить как образ, мнение индивида и общества об объекте имиджевой рекламы (товаре, услуги, организации и т.п.) [20, 21]. Создание положительного и благоприятного имиджа – одна из основных задач деятельности по продвижению объекта рекламы путём изменения массового сознания целевой аудитории. Имидж объекта рекламы формируется путём выбора определённого количества характеристик, присущих объекту рекламы, с последующей интенсификацией данных характеристик комбинацией вербально-невербальное поликодового текста имиджевой рекламы для привлечения внимания индивида.

Язык в комбинации с элементами других знаковых систем обеспечивает осуществление коммуникации в одностороннем процессе «адресант – «рекламный текст – адресат» с целью реализации прагматической задачи создания рекламного текста – изменение потребительского поведения целевой аудитории через формирование в когнитивном пространстве индивида имиджа объекта рекламы, желаемого для адресанта. Информация, отражающая важные для создания имиджа объекта рекламы характеристики, вводится в текст как эксплицитно, так и имплицитно. Если с явным представлением информации всё понятно, то при неявном представлении информации заложенные в тексте смыслы извлекаются индивидом в результате инференций. Е.С. Кубрякова под инференцией понимает процесс, который позволяет «выйти за пределы буквального / дословного значения единиц, разглядеть за <...> языковыми формами больше содержания» [22, с. 411]. Следовательно, можно сделать вывод, что инференция служит переходом от изначальных намерений адресанта рекламного сообщения к тем смыслам, которые воспринимает адресат. Образ, формируемый в индивидуальном лексиконе респондента, воспринимающего рекламный текст, зависит от интенций его сознания и механизмов, участвующих в процессе декодирования полученной им информации. А.В. Кравченко такой процесс называет процессом «порождения множественных реальностей», когда «выстраиваемый индивидом мир отличается от миров, выстраиваемых другими говорящими в той мере, в какой различаются их индивидуальные истории» [23, с. 44].

Рекламная коммуникация, таким образом, строится по модели «адресант» → «рекламное сообщение 1» → «кодирование» → «декодирование» → «рекламное сообщение 2» → «адресат», где кодирование – это коммуникативное намерение и смыслы, которые адресант старается донести до адресата, используя языковые

и неязыковые средства, создавая поликодовый текст имиджевой рекламы – «рекламное сообщение 1». Адресат же выполняет обратный процесс – декодирование вербально-невербальной инференции, причём интерпретированное им «рекламное сообщение 2» зависит от существующих в его индивидуальном когнитивном пространстве смыслов, концептов, фоновых знаний, которые, как полагает Е.С. Кубрякова, существуют «в их двоякой функции – как оперативных единиц сознания и как значений языковых знаков, т.е. как неких идеальных единиц, объективированных в языковых формах и категориях» [22, с. 462]. Мы согласны с мнением А.В. Прохорова, который считает, что «адресат рекламного текста наряду со знанием, представленном в знаках (вербальных, иконических), получает инферентное знание» [24, с.255], соответственно, важно грамотно конструировать поликодовый рекламный текст, чтобы заложенные автором смыслы адресатом «извлекались» с максимально возможной точностью на основе инференций (умозаключений), формируя в индивидуальном лексиконе внутренние образы имиджа объекта рекламы с опорой на уже хранящиеся в его сознании фоновые знания, образы, структуры, «высвобождение» которых запускается вербально-невербальным текстом имиджевой рекламы.

### **Метафоричность рекламного текста имиджевой рекламы**

Рекламный текст, насыщенный экспрессивными языковыми средствами, а также дополненный невербальной и атрибутивной информацией, способен вызывать более осмысленное отношение у адресата, получить более выраженный эмоциональный отклик, что в итоге станет гарантией лучшего и более долговременного запоминания увиденной информации и внутренних образов, сформированных в его индивидуальном лексиконе. Импрессия, отражающая отношение индивида к тексту и, соответственно, объ-

екту рекламы, содержится в образах, которые могут вызывать согласие или несогласие с тем, что указано в рекламном тексте, а также с теми образами, идеями и концепциями, которые были заложены в нём. Чтобы сделать рекламный текст более информативным, суггестивно-персуазивным, формирующим положительную эмоциональную оценку, а также избежать негативного эффекта и критического отношения, необходимо придерживаться установленных правил. Воздействие рекламного текста детерминирует развитие определённых связей лексических и невербальных единиц в индивидуальном лексиконе респондента.

А.И. Новиков отмечает, что «содержание текста – это тот семантический комплекс, который возникает в мышлении автора в соответствии с замыслами, целями и условиями коммуникации» [25, с. 13]. Следовательно, можно говорить о том, что замысел рекламного текста строится посредством использования разных семиотических знаков, определяющих композиционно-смысловую организацию текстового пространства. Это грамотно и концептуально продуманное расположение вербальных и невербальных элементов, где информационное сообщение представляется адресату «порционно»: частично с помощью иконического компонента, частично – вербального или же с отсутствием какого-либо компонента.

Для создания яркого и запоминающегося текста имиджевой рекламы используются разнообразные средства достижения выразительности и образности. Образность объекта рекламы определяется красочностью и наглядностью рекламного текста, тем, что «цепляет» респондента, что заставляет его сопоставлять действительность в ситуации «здесь-и-сейчас» с позиции эстетичности и художественности. С этой целью в рекламный текст встраиваются тропы, которые с точки зрения лингвистики могут рассматриваться как «понятие поэтики и стилистики, обозначающее такие оборо-

ты (образы), которые основаны на употреблении слова (или сочетания слов) в переносном значении и используются для усиления изобразительности и выразительности речи» [26, с. 520]. Тропы в рекламном тексте, как и в художественном, служат способом переосмысления информации, транслируемой в поликодовом рекламном тексте, основываясь на образности, иными словами, в основе восприятия лежат принципы аналогии, сходства или подобия, формирующие новое понимание и осмысление объекта рекламы. Применение тропов в рекламном тексте показывает эмоциональное отношение к объекту рекламы, что в последующем выражается в формировании внутреннего образа объекта рекламы в индивидуальном лексиконе респондента, таким образом, тропеические средства можно рассматривать как один из наиболее продуктивных средств создания образа объекта рекламы.

Тропы являются основным способом манипулирования сознанием и отношением к окружающей индивида действительности, который часто применяется в имиджевых рекламных текстах. Под языковым манипулированием в рекламном тексте мы будем подразумевать «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [27, с. 99]. Манипуляция, будучи элементом лингво-психологического воздействия, в конечном результате приводит к «навязыванию» конкретных установок, действий и моделей поведения, что не всегда может совпадать с теми образами, которые сформировались бы в индивидуальном лексиконе адресата рекламы самостоятельно без подсказок в виде эксплицитной и имплицитной информации, размещенных в рекламном тексте. Тропы используют конкретный признак (характеристику) или несколько признаков (характеристик), которые за-

тем экстраполируются на объект рекламы, «подсвечивая» наиболее актуальный признак носителя имиджа (объекта рекламы), что способствует достижению поставленной создателем рекламы цели: изменение отношения к объекту имиджа и постепенная трансформация потребительского поведения индивида. Таким образом, тропы можно считать импликатором скрытого смысла в поликодовом рекламном тексте, а метафора представляет собой одну из наиболее часто используемых разновидностей стилистических приёмов, внедряемых в рекламный текст в качестве манипуляции индивидуальным лексиконом респондента.

К одним из наиболее ярких и запоминающихся тропеических средств относятся метафоры. Изучением метафор занимались как отечественные (В.П. Москвин, Н. Д. Арутюнова, А. П. Чудинов, М.В. Никитин, Э.В. Будаев, В.К. Харченко, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова и др.), так и зарубежные учёные-лингвисты (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Ф. Уилрайт, Ч. Форсвилль, Д. Дэвидсон, М. Блэк и др.), которые рассматривали природу и функции метафоры (В.П. Москвин, Н.Д. Арутюнова, Ф. Уилрайт), сформировали когнитивный подход к описанию теории метафоры (Дж. Лакофф, М. Джонсон), изучали теорию концептуальных метафор (Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова, А. Н. Баранов) и др. Несмотря на большое количество работ, посвящённых метафоре и её роли в языке, большинство исследований проведено на материалах печатных текстов художественного характера без учёта элементов других знаковых систем. Таким образом, недостаточно изученным остаётся вопрос функционирования метафоры в поликодовом тексте имиджевой рекламы, в частности, реализация механизма метафорического когнитивного переноса при восприятии индивидом метафорических образов, закодированных в полихотомии разнородных компонентов рекламного текста, и последующем формировании

внутреннего образа объекта рекламы в индивидуальном лексиконе.

В поликодовом рекламном тексте максимально реализуются все преимущества использования метафор: наряду с вербальными (языковыми) метафорами применяются и визуальные (изобразительные) метафоры, корреляция которых не только обладает персуазивно-суггестивным потенциалом, но и характеризуется большим прагматическим и смысловым потенциалом по сравнению с языковыми знаками. Взаимодействие вербальных и невербальных элементов рекламного текста может создавать мультимодальные концептуальные метафоры, которые, по мнению Ч. Форсвилль [28], несмотря на разнородные источники составляющей метафору информации, воспринимаются как единое целое одной перцепцией. Подобные метафоры позволяют актуализировать не только единичные образы, но и комплексные многосмысловые композиции.

А.П. Чудинов полагает, что «метафора – это не образное средство, связывающее два значения слова, а основная ментальная операция, которая объединяет две понятийные сферы и создает возможность использовать потенции структурирования сферы-источника при концептуализации новой сферы» [29, с. 37], следовательно, можно утверждать, что метафора запускает реализацию когнитивных метафорических схем в индивидуальном лексиконе индивида, выстраивая цель ассоциаций, образов, мыслительных аналогий, которые акцентируются во время перцепции комбинаций взаимосвязанных вербальных и невербальных компонентов текста, выбранных для характеристики самого объекта рекламы или тех или иных его сторон. Будучи особым стилистическим приёмом, метафора рассматривается как «отношение предметно-логического значения и значения контекстуального, основанное на сходстве признаков двух понятий» [30, с. 111], т.е. для функционирования и ре-

лизации метафоры в рекламном тексте нужен контекст, который позволит респонденту осмыслить суть и смыслы, понять содержание, заложенные в поликодовом рекламном тексте.

Так, в рекламном тексте метафоры могут выполнять три основные функции: они (1) служат источником изображения и пояснения основных смыслов и идей, заложенных в рекламном тексте; (2) являются триггером, запускающим процесс изменения потребительского поведения и побуждения к действию; (3) выполняют роль источника новых идей, повышают внутреннюю мотивацию [31, с. 101]. Имплицитно воздействуя на респондента, метафоры снижают критичность отношения к рекламному тексту и, соответственно, объекту рекламы.

Под концептуальными метафорами А.В. Прохоров понимает «устойчивые соответствия между исходной понятийной областью и новой понятийной областью, которые находят отражение в культурной и языковой традиции данного общества» [32, с. 115], то есть концептуальными будут только те метафоры, которые удовлетворяют трём основным критериям, установленным в работе Л.В. Балашовой: (1) метафоры связаны с непредметной областью, то есть той, которая традиционно не воспринимается органами чувств; (2) метафоры, будучи универсальными, всё же характеризуются этноспецифичностью, то есть присутствием информации, оцениваемой через серию установок, присущих той или иной этно-группе; (3) метафоры напрямую связаны с определёнными лексическими единицами в рамках одной языковой системы [33, с. 42-44]. Л.В. Балашова также полагает, что если абстрагироваться от указанных ограничений и рассмотреть концептуальную метафору в более широком смысле, то концептуальной может быть любая метафора, так как «в основе любого переноса лежит когнитивный процесс», а «формирование модуля сравнения связано с процессом концептуализации» [33, с. 40].

Метафора обеспечивает возможность выделения и трансляции индивидуальных черт и характеристик объекта, что, несомненно, представляет особый интерес для создателей рекламного текста. Индивидуализация объекта рекламы происходит при реализации механизма метафорического переноса, обеспечивающего перенос на объект рекламирования признаков других объектов, то есть метафоризация передаёт смысловые нюансы, становясь источником синонимии. Н.Д. Арутюнова отмечает, что «метафора рождается в результате взаимодействия гетерогенных сущностей – объектов действительности (основных субъектов метафоры) и некоторых представлений, ассоциируемых со вспомогательным субъектом, с некоторой признаковой категорией, которая может совпадать или не совпадать со значением метафоризируемого слова» [34, с. 369], иными словами метафора касается не самих образов, а их внутренних значений, коннотаций, отражающих эмоциональную оценку рассматриваемых объектов. Аналогичных идей придерживается и А.В. Прохоров [24], считающий, что при перцепции и интерпретации визуальной концептуальной метафоры в когнитивном пространстве индивида запускает процесс «инферентного вывода» и из текста рекламы извлекаются имплицитные смыслы. Таким образом, процесс интерпретации метафор является для индивида относительно «свободным»: метафоры (особенно вербальные) трактуются в соответствии с существующими в индивидуальном пространстве респондента смыслами, концепциями и образами, т.е. процесс декодирования метафор субъективен и зависит от каждого конкретного индивида, поэтому важно, чтобы адресантом в поликодовый рекламный текст с помощью мультимодальной метафоры были заложены смыслы и образы, отражающие и акцентирующие наиболее актуальные характеристики объекта рекламы, которые будут впоследствии декодированы инди-

видом при формировании внутреннего образа объекта рекламы в его индивидуальном лексиконе [10, 20].

Метафоры, встраиваемые в поликодовый текст имиджевой рекламы, а также средства и приёмы речевого воздействия оказывают влияние на индивида не понятийно, а образно: мультимодальный текст, в зависимости от его наполнения, представляет информацию для нескольких каналов сенсорной системы (например, зрительное, слуховое, тактильное, обонятельное чувственное восприятие).

Иначе говоря, метафорические конструкции используют скрытые возможности языка, стремясь навязать адресату рекламного текста определённое запрограммированное заранее отношение и представление об окружающей действительности, привести к возникновению нужной эмоциональной реакции и, соответственно, предложить респонденту уже сформированный «готовый продукт» размышления и восприятия – образ объекта рекламы.

В работе Дж. Лакоффа и М. Джонсона отмечается, что «метафора выполняет важнейшую когнитивную функцию, т.е. функцию получения нового знания» [35], соответственно, основным свойством метафоры будет влияние на процесс суждения и последующего принятия решения путём подсказок, настраивания на определённое мышление и тип поведения.

Метафора основывается на реализации механизма ассоциативного мышления, при котором в индивидуальном лексиконе респондента появляется устойчивый образ, который затем постоянно воспроизводится при попадании респондента в схожие условия или при появлении слова, изображения, или их комбинации, которые ассоциируются со сформированным образом. Таким образом, метафорическая конструкция в тексте рекламы «позволяет увидеть ярко, картинно представить себе определенное явление жизни, <...> кидает свет на самую сущность

данного явления, позволяет лучше понять, оценить, определить его» [36, с. 18-27], что увеличивает степень эмоционального и речевого воздействия на респондента.

Таким образом, мультимодальная концептуальная метафора, функционирующая в поликодовом тексте имиджевой рекламы, нацелена не только на привлечение и удерживание внимания целевой аудитории, насыщая рекламный текст выразительными и яркими образами, но и на выполнение важной когнитивной функции, состоящей в осуществлении воздействия на ассоциативное мышление индивида, что становится одним из основных инструментов осуществления манипулирования индивидуальным лексиконом респондента.

## Результаты и обсуждение

Рассмотрим особенности функционирования мультимодальных концептуальных метафор и специфику реализации когнитивного механизма метафорического переноса на примере поликодовых текстов имиджевой рекламы.

Так на рис. 1 представлены примеры использования метафоры в рекламном тексте различных производителей кваса. В имиджевой рекламе первого примера метафора формируется на основе существующих стереотипных представлений о России [2, 37, 38], русском человеке, русском образе жизни: изображение русского парня в традиционной рубашке, стоящего бок о бок с медведем в шапке-ушанке с красной звездой и балалайкой в лапах, сопровождается слоганом, рифмованным с наименованием рекламируемого кваса – *Никола – Быть русским по приколу!* При просмотре такой рекламы формируется метафорический образ сопричастности с русским парнем, русской культурой, что всё будет весело и хорошо, стоит только выпить квас Никола. В рекламе второго примера также применяется апеллирование к России и русским традициям: рекламный слоган *КВАС помнит тради-*

ции поддерживается визуальным изображением простого русского пейзажа – бескрайнее поле ржи, голубое небо с кучевыми облаками и бутылка настоящего хлебного кваса, которые в совокупности формируют в индивидуальном лексиконе респондента образ тишины и спокойствия летнего дня в русской глубинке, желая стать частью русских традиций, прикоснуться к ним, попробовав Старославянский квас. Третий пример реализует метафору, обыгрывающую высказывание «Твоя родина там, где твои друзья; твой дом там, где тебя любят» – квас

АНДРЕИЧ там, где Друзья!, следовательно, стимулируется чувство сопричастности, «подсвечивается» образ дружбы, хорошего времяпрепровождения с друзьями, которым открыта любая дорога, ведь *В компании друзей каждый путь ведет к новому открытию*, а квас Андреич в этом поможет. Таким образом, во всех рассмотренных примерах метафоризация осуществляется на основе мотивирующего признака «традиция», «родное», которые близки и знакомы практически любому представителю русской культурной традиции и этноса.



Рис. 1

Fig. 1

На рис. 2 приведены примеры имиджевых рекламных текстов, в которых метафоризация осуществляется с опорой на признаки «узнаваемость», «доверие». Так, на первом примере представлена реклама кредитной организации – банка TRUST, лицом которой был выбран американский актёр Брюс Уиллис – звезда блокбастеров «Крепкий орешек», «Неуязвимый», «Заложник», «Пятый элемент», в которых он воплощается в практически всемогущего героя, которому всё по плечу, который стоит на страже порядка, закона и традиционных ценностей. Соответственно, актёр и в реальной жизни воспринимается как проекция героя из фильмов – он «достойный и надёжный», ему можно доверять, а, следовательно, можно доверять и банку, который он рекламирует, что подтверждается рекламным слоганом – *ТРАСТ – ОН КАК Я, ТОЛЬКО БАНК*. На втором примере приведён рекламный постер магазина обуви

*О!Обувь*, на котором в качестве лица магазина был выбран британский актёр Лиам Нисон – звезда кинокартин «Список Шиндлера», «Звёздные войны. Эпизод 1», «Заложница», который у большинства ассоциируется с брутальным мужчиной, который способен «найти похитителей дочери, отомстить и уничтожить всех террористов, а также всех, кто стоит у него на пути», поэтому и образ у него должен быть соответствующий, начиная от костюма и заканчивая обувью, что и отразил магазин в своей рекламе, конструируя метафорический образ «Обувь от Лиам Нисона» – обувь героя. В качестве третьего примера приведена реклама российского бренда «Я Самая», лицом которого является российская певица и телеведущая Юлия Ковальчук, которая считается иконой стиля российского сегмента медиа. *Ты создана быть самой-самой!* – говорит *Юля Ковальчук* и предлагает женской аудитории тоже исполь-

зовать продукцию косметического бренда, ведь каждая женщина «Создана быть самой-самой» – активной и динамичной, успешной и уверенной в себе, привыкшей заботиться о своей внешности и ежедневно уделять себе время. Таким образом, используя в рекламных текстах образ известных людей, создатели рекламы стремятся сформировать метафориче-

скую проекцию «известный герой» – «рекламный объект» и на основе существующих в обществе и, соответственно, в индивидуальном лексиконе человека ассоциированных образов и характеристик известной персоны «спроецировать» эти качества на рекламируемый товар или бренд, наделяя его такими же характеристиками.



Рис. 2

Fig. 2

В рассмотренных выше примерах (см. рис. 1, 2) метафора и запускаемый ею когнитивный механизм метафоризации были направлены на создание позитивных и положительно эмоционально-оценочных образов рекламируемого товара, услуги, организации, но в имиджевых рекламных текстах могут быть использованы и метафоры негативной семантики. Цель такого приёма состоит в усилении эмоционально-экспрессивного воздействия метафорического образа за счёт применения шоковых технологий. А.С. Стоянов полагает, что «шоковая реклама строится на эмоциональном воздействии, вызывающем страх, ужас, отвращение, путём применения метафор, гиперболизации и вульгаризации, используется для того, чтобы обратить внимание общества, которое насытилось банальными и привычными образами рекламы» [39, с. 134]. Рассмотрим некоторые примеры подобных метафор (рис. 3). В имиджевой рекламе первого примера

приведён рекламный текст услуг компании «Реклама DV». На баннере представлено изображение полуголого мужчины, сфотографированного со спины, одет он только в красные трусы, натянутые до лопаток. Сопровождает изображение надпись *Когда сроки жмут! Дизайн, производство, печать. Реклама DV.* «Шоковая» метафора неоднозначна и на первый взгляд может выглядеть непристойной и оскорбительной, но цель создания достигнута – рекламный текст привлекает внимание за счёт использования вербально-визуальной метафоры, которая, формируя шокирующий образ, заставляет сопереживать мужчине, сочувствовать ему, а чтобы такого не происходило – выбирать услуги рекламной компании «Реклама DV». Во втором случае смыслопорождающим элементом метафоры является часть вербального текста *Закопай тещу в песок за \$ 399*, которая специально увеличена и выделена более контрастным цветом по сравнению с

остальной вербальной частью *Турция / Египет / Эмираты. Турфирма «Виста»*. Метафорическая проекция создаётся за счёт ассоциации с семей «закопай»: в индивидуальном лексиконе формируются образы, связанные с криминалом, кладбищем, преступлением, насилием, смертью, а не с приятным отдыхом для любимой мамы в жаркой стране на песчаных пляжах, как изначально планировалось создателями рекламы. В третьем примере шокирующий эффект достигается за счёт комбинации фотографии молодой девушки, которая рукой прикрывает грудь небольшого размера, и подписью *Маленькая, зато своя!* Видя такую рекламу, не сразу возникает нужный образ, который изначально планировался – *Маленькая,*

*зато своя! Квартира 1010 тыс. руб.* – образ владения собственной недвижимостью, небольшой, но своей, но вместо этого создаётся образ, больше подходящий для салона красоты или клиники пластической хирургии. Образы, подобные рассмотренным в примерах (см. рис. 3), несут негативную смысловую нагрузку, несмотря на то, что задумывались как смеховые (шуточные). Таким образом, специфика шокового формата определяется апеллированием к эмоциональному аспекту процесса рекламной коммуникации, воздействует на чувства целевой аудитории, вызывая эмоциональное потрясение, тем самым обеспечивая высокую запоминаемость рекламного текста.



Рис. 3

Fig. 3

Ещё одним приёмом метафоричности и, следовательно, способом создания запоминающегося образа объекта рекламы является применение в тексте имиджевой рекламы такого средства художественной выразительности, как олицетворение, под которым понимается «присвоение» или «приписывание» неодушевлённым предметам или явлениям действительности свойств и характеристик, присущих живому существу. Применение подобного приёма позволяет интенсифицировать коммуникативную значимость объекта имиджевой рекламы, диалогизировать одностороннюю рекламную коммуникацию путём «оживления» и «одушевления» неживого статичного объекта имиджа рекламы. Приём олицетворения или персонификации запускает рекламную стратегию, позволя-

ющую обращаться к чувствам и эмоциям адресата рекламного сообщения, вызывая у него определённый желаемый для адресанта эмоциональный отклик, акцентируя его внимание на «подсвеченных» приёме олицетворения рациональных свойствах рекламируемого объекта.

Рассмотрим примеры использования метафорического приёма олицетворения в имиджевой рекламе (рис. 4). В первом примере представлен рекламный текст энергетического напитка Red Bull, где при помощи олицетворения, отражённого в вербальном тексте *Окрыляем, когда это особенно необходимо. Red Bull Energy Drink. Бодрит Тело и Дух*, энергетическому напитку метафорически приписывается способность «мотивировать и окрылять» того, кто такой напиток употребляет: во внутреннем лексиконе со-

здаётся образ, согласно которому при употреблении энергетического напитка товарного знака Red Bull у индивида появятся силы, энергия, мотивация и способности достичь «невероятных высот», он станет активным и ориентированным на получение наивысшего результата, сможет долго бодрствовать и активно реагировать на поступающие извне вызовы, иными словами, употребление напитка Red Bull позволит адресату имиджевой рекламы без труда устремиться к своим «физическим и ментальным» пределам. При помощи олицетворения создатели рекламы метафорически связывают входящие в состав энергетического напитка Red Bull элементы (таурин, кофеин, витамины группы В) с их способностью вызывать стимуляцию когнитивных функций, тем самым «окрыляя» индивида. Второй пример демонстрирует «приписывание» гелю для душа фирмы TianDe мужского характера. Метафорический приём олицетворения реализуется при помощи сочетания вербальной компоненты рекламного текста *Гель для душа с «мужским характером»* и иконической составляющей, представленной в виде изображения мужчины на фоне горы и моря, что позволяет создать в индивиду-

альном лексиконе респондента метафорическую проекцию, визуализирующую рекламируемый объект – гель для душа TianDe, и наделяющую его качествами, отвечающими «философии сильных» мужчин, то есть формируется внутренний образ, согласно которому любой, кто пользуется гелем для душа товарной марки TianDe, может считать себя современным, брутальным, спортивным человеком, ведущим активный образ жизни и наслаждающимся каждым моментом своей жизни, ведь выбор геля для душа TianDe это – выбор сильных мужчин, обладающих «мужским характером». Третий пример «оживляет» посуду и технику бренда Tefal, утверждая, что она [Tefal] *думает о вас = Tefal thinks of you*. Художественный приём олицетворения, используемый в имиджевой рекламе товарного бренда Tefal, создаёт в индивидуальном лексиконе метафорический образ, ассоциирующий товары бренда Tefal с заботой, которой окружает индивида – адресата рекламы, любящий человек, следовательно, приобретая товар торговой марки Tefal, индивид может не беспокоиться о качестве и работоспособности приобретаемой продукции, ведь *Tefal думает о вас* и заботится.



Рис. 4

Fig. 4

Приём олицетворения применяется не только для «оживления», придания неодушевлённому объект рекламы черт живого существа, но и для персонификации (олицетворения) бренда в целом, что даёт возможность индивидуализировать

и «очеловечить» бренд, привязывая его к какому-то реальному существующему или выдуманному образу или личности. Рекламная стратегия персонификации бренда носит рациональный, но в то же время и эмоциональный характер: целевая

аудитория гораздо лучше и более эффективно реагирует и воспринимает персонифицированную информацию. А.Ф. Ковтунов полагает, что метафорический приём персонификации брендинга «служит мощным дифференциатором бренда», а «индивидуальность бренда помогает эффективно управлять бренд-коммуникациями» [40, с. 149], создавая уникальный профиль бренда, который будет узнаваем целевой аудиторией.

Рассмотрим некоторые примеры персонификации бренда, отражённые в имиджевых рекламных текстах, функционирующих в современных отечественных масс-медиа (рис. 5). Первый пример демонстрирует бренд M&M's, «лицом» которого стали говорящие «шоколадные конфеты», за приключениями и взаимоотношениями которых целевая аудитория наблюдает с 1995 года. В индивидуальном лексиконе респондентов сформировался устойчивый внутренний образ-ассоциация, сочетающий название бренда M&M's, его лицо – анимированные шоколадные конфеты и слоган *Шоколад, который тает во рту, а не в руках*. Второй пример также показывает персонифицированный бренд, но уже средства для уборки Mr Proper. Метафорически, путём олицетворения бренда, сформирована проекция чистящего средства торговой марки Mr Proper и крепкого здорового мужчины – моряка, который с лёгкостью справится с любой, даже самой сложной уборкой, стоит только «потереть» бутылку средства. В процессе формирования внутреннего образа бренда Mr Proper в индивидуальном лексиконе целевой аудитории участвовал не только продуманный образ мужчины, индивидуализирующий средство, но и первоначальный слоган «Уборка одной левой», который затем был видоизменён на слоган «С Mr. Proper веселей, дома чисто в

два раза быстрее!». Выбранный создателями образ бренда – мускулистый мужчина в белой одежде заставляет респондентов проводить ассоциации: белый цвет – символ чистоты, сильный мужчина – символ силы чистящего средства для уборки. Таким образом, путём комбинации вербально-невербальных составляющих рекламного текста у целевой аудитории сформировался внутренний образ средства Mr Proper – сильное и эффективное средство, применение которого ускорит и упростит процесс уборки. В третьем примере представлен бренд Простоквашино, лицом которого стал мультипликационный персонаж кот Матроскин из повести-сказки Эдуарда Успенского «Дядя Фёдор, пёс и кот» и её мультипликационной экранизации «Трое из Простоквашино» Владимира Попова. Выбор в качестве лица бренда персонажа – кота Матроскина, известного всем главного любителя молока и молочной продукции, создаёт ассоциативную связь и метафорически проецирует любовь кота к свежей и качественной молочной продукции на саму продукцию бренда Простоквашино, то есть делается метафорический акцент на вкусе и натуральности продукции как ключевых качествах бренда. Собираемый образ кота, в котором сочетаются юмор, «простоквашинская» смекалка, позитивный подход к жизни и умение находить нетривиальные решения возникающих проблем, отражаются как в дизайне бренда, так и в рекламных сообщениях, что привлекает респондентов из целевой аудитории, заставляя их импонируют представленным на рынке товарам бренда Простоквашино, которым в индивидуальном лексиконе индивида соответствует образ натуральности и свежести, экологичности и доступности, соответствия высоким стандартам качества.



Рис. 5

Fig. 5

Таким образом, метафорический приём олицетворения в рекламе позволяет создать желанный для адресанта имиджевого рекламного текста художественный и красочный образ рекламируемого товара (см. рис. 4) или бренда (см. рис. 5), реализуя рекламную стратегию рационального и эмоционального характера путём ассоциирования товаров и брендов с изображением реальных или воображаемых людей, животных, анимированных персонажей или образов, тем самым приписывая им качества и характеристики, известные активной доминантной группе целевой аудитории, что заставляет респондентов менее критично относиться к рекламируемым объектам и латентно программирует их на необходимое рекламодателю (автору рекламного текста) потребительское поведение.

Рассмотрим ещё один приём формирования метафорического образа, используемый в текстах имиджевой рекламы, – оксюморон, под которым понимается комбинация антонимичных понятий, создающих некое новое смысловое качество или свойство у рекламируемого объекта. Доминантной целью такого метафорического приёма становится привлечение внимания респондента и целевой аудитории, когда акцентирование строится на создании яркого и притягательного образа, способного заинтриговать или удивить индивида. Ниже приведены примеры использования оксюморона для создания метафорического образа (рис. 6). Первый пример демонстрирует имиджевый рекламный текст, в котором создаётся ме-

тафорический образ, основанный на противопоставлении лексем вербальной составляющей – *работа* и *отдыхает*, поддерживаемой визуальной компонентой – бокалом с пивным напитком Старый Мельник в форме лейки, что формирует в индивидуальном лексиконе респондента внутренний образ расслабленности: от одного бокала рекламируемого продукта возникает состояние, когда «работа отдыхает» и самому можно отдохнуть и расслабиться. На втором примере оксюморон также является вербальной компонентой имиджевого рекламного текста, гласящая, что употребление рекламируемого объекта [кофе «Чёрная карта»] *подарит вам неповторимые моменты, которые вы можете посвятить себе и своим мечтам, а изысканный кофейный аромат подпитывает романтические фантазии*, ведь кофе Чёрная карта – это *Тайна доступная всем!* Противопоставление лексем *тайна* и *доступная* создаёт в индивидуальном лексиконе респондента образ некоей волшебности и загадочности, когда за чашечкой ароматного кофе вы можете «уйти» от суеты современного мира и уделить время себе, своим мечтам и планам, но, вместе с тем, это и образ доступности такой привилегии, ощутить которую может абсолютно каждый, ведь любовь к кофе и маленькие «кофейные секреты» – это *Тайна, доступная каждому*. Следовательно, метафорический приём оксюморона позволяет акцентировать внимание респондента на рекламном тексте, так как заставляет его переосмыслить увиденное – в сознании происходит «раз-

рыв шаблонов», когда в одном образе сочетаются не сочетаемые антонимичные понятия – ведь работа не может отды-

хать, а тайна не может быть доступна всем.



Рис. 6

Fig. 6

Следует отметить, что реализация рекламной стратегии рационального и эмоционального привлечения внимания целевой аудитории к рекламируемому объекту и образу с последующей латентной трансформацией потребительского поведения индивида не ограничивается рассмотренными в нашей работе примерами использования контекстуальной метафоры и метафорических приёмов (таких, как олицетворение и оксюморон). Анализ других стратегий рекламного манипулирования, в том числе с использованием контекстуальных метафор и других метафорических приёмов создания яркого и запоминающегося образа объекта рекламы (например, литота, метонимия, гипербла), нацеленных на оптимизацию комплексного речевого воздействия поликодового текста имиджевой рекламы, а также на преодоление условий, связанных с односторонним характером рекламной коммуникации, будет рассмотрен нами в следующих работах.

### Выводы

Из рассмотренных примеров (см. рис. 1-6) можно сделать вывод, что вербальная компонента всегда находится в корреляции с невербальным фрагментом, а тропеический потенциал получившегося вербально-невербального текстового образования реализуется за счёт метафоризации. В своей работе мы вслед за О.С. Зубковой полагаем, что «операция-

ми метафоризации <...> являются аналогизация, подобие и сходство. Результатом этих операций является воспринимаемое сходство, концептуализированное на когнитивном уровне между объектом и когнитивно-перцептивно-аффективным опытом (или составляющими опыта) индивида» [41, с. 306]. Метафора, встроенная в поликодовый текст имиджевой рекламы, посредством реализации когнитивного механизма метафоризации, запускает процесс трансформации концепций, смыслов и дефиниций имиджевого рекламного текста, что в итоге становится для индивида триггером необходимости совершения тех или иных действий, которые запрограммированы в рекламном тексте адресантом. Мы согласны с мнением О.С. Зубковой, что «метафоризация возникает при объединении двух подобных или имеющих высокую степень подобия событийных структур, представляющих два вида перцептивного опыта индивида» [42, с. 306]. Подчеркнём, что, «будучи связанной с мыслительными процессами, метафоризация оказывается несводимой к исключительно субъективным аналитическим актам. Основу метафоризации составляет пересечение индивидуально-объективированных смыслов. Они выражают, главным образом, как специфику индивидуально-восприятия, так и интересубъективные представления, базирующиеся на общих культурных ценностях. Отметим, что значения, возникающие в результате ме-

тафоризации, дистанцируясь от своих базовых смыслов, остаются в пределах общекультурных ценностей. Следовательно, продуцирование метафор опирается на индивидуальные смыслы и прецедентные феномены/тексты, выражая устойчивое, характерное в сознании» [42, с. 87].

Метафора является средством доступа к ментальному пространству, которое характеризует имеющийся у индивида чувственный и социальный опыт. Мультиmodalная концептуальная метафора позволяет соотносить и сопоставлять характеристики рекламируемого объекта, выраженные в поликодовом рекламном тексте как эксплицитно, так и имплицитно, с находящимися в индивидуальном лексиконе респондента образами, формируя устойчивые связи между ними и конструируя новый внутренний образ объекта рекламы с нужными адресанту параметрами и оценочными смыслами.

Таким образом, метафору, функционирующую в поликодовых текстах имиджевой рекламы, и метафорические приёмы (такие как, например, олицетворение и оксюморон), можно рассматривать в числе наиболее эффективных инструментов скрытого языкового манипулирова-

ния, конечной целью которого становится изменение отношения, мнения, потребительского поведения респондента в желаемом для создателя рекламного текста направлении. Метафора, являясь абстрактной проекцией действительности, содержит в себе характеризующие элементы, отражающие эту действительность. Адресату для того чтобы понять, что подразумевается под метафорой, необходимо осуществить мыслительные операции по извлечению скрытых смыслов, концептуализированных в метафоре. Результатом мыслительной деятельности становится формирование в индивидуальном лексиконе адресата новых смыслов и понятий, нового знания, характеризующего внутренний объект, теперь ассоциируемый им с объектом имиджевой рекламы. Подобная трансформация возможна благодаря тому, что адресанты и адресаты рекламных сообщений, являясь представителями одной культурно-языковой общности, мыслят по одним и тем же устоявшимся метафорическим концептам, следовательно, заложенные в поликодовом имиджевом рекламном тексте имплицитные смыслы будут «извлечены» путём инференций/умозаключений.

### Список литературы

1. Анненкова А. В. Специфика проксимических признаков в текстах имиджевой рекламы (на материалах рекламы региональных вузов) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2015. № 2(15). С. 16-21.
2. Трансформация образа России в сознании современной молодёжи на рубеже смены социокультурной парадигмы / А.В. Анненкова, Е.А. Таныгина, О.А. Андреева [и др.]. Курск, 2023. 232 с.
3. Таныгина Е.А. Проблема изучения языкового сознания в лингвистике // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сб. науч. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. Курск: ЮЗГУ, 2020. С. 397-404.
4. Кремнева А.В., Попадинец Р.В. Вербальный образ «своего» и «не-своего» преподавателя глазами представителей разных культур // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2010. № 15. С. 179-184.
5. Таныгина Е.А. Проблема соотношения знания и наименования (на примере цветообозначения черный) // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2011. № 2 (40). С. 154-159.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2007. 656 с.

7. Ильинова Е. Ю. Рекламный дискурс: ценности, образы, ассоциации. Рекламный дискурс и рекламный текст. М.: ФЛИНТА, 2011. 146 с.
8. Максименко О. И. Поликодовый vs. креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 2. С. 93-102.
9. Бернацкая А. А. К проблеме “креолизации” текста: история и современное состояние // Речевое общение. 2000. № 3(11). С. 104-110.
10. Анненкова А.В. Особенности восприятия образной составляющей имиджевой рекламы (некоторые результаты ассоциативного эксперимента) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2017. Т. 7, № 3(24). С. 58-66.
11. Анненкова А. В. К вопросу о восприятии образной составляющей поликодового текста имиджевой рекламы: гендерный фактор (экспериментальное исследование) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2019. Т. 9, № 2(31). С. 21-32.
12. Таныгина Е.А. Внутренний образ цветообозначения фиолетовый в сознании носителя русской культуры // Вестник Тверского государственного университета. Сер. «Филология». 2011. № 4. Вып. 2 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». С. 218-226.
13. Власенко Н.И. Принципы выделения стилей речи, их классификация и субклассификации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2013. № 2. С. 27-31.
14. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2013. 193 с.
15. Колеватов В.А. Социальная память и познание. М.: Мысль, 1984. 190 с.
16. Бринюк Е. В. Использование креолизованного текста как один из рациональных подходов в обучении РКИ // Человек в информационном пространстве: сборник научных трудов. Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2016. С. 64-69.
17. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. М.: Наука, 1982. 156 с.
18. Максименко О.И., Подрядкова В.В. Поликодовый музыкальный поэтический дискурс // Вестник РУДН. Серия Теория языка. Семиотика. Семантика. 2013. №4. С.27-36.
19. Кириллова Ю.Н. Лингвостилистические особенности текста социальной рекламы (на материале немецкого языка) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. 2017. Т.17, вып. 3. С. 265-272.
20. 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. Vol. 69. P. 00004. DOI 10.1051/shsconf/20196900004.
21. Анненкова А. В. Вербальные и визуальные коды социальной рекламы: опыт экспериментального исследования // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2014. № 2(30). С. 117-122.
22. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
23. Кравченко А. В. Языковой семиозис и пределы человеческого познания // Когнитивные исследования языка. 2008. № 3. С. 37-45.
24. Прохоров А. В. Специфика лингвистического моделирования имиджа // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 9(125). С. 254-257.
25. Новиков А.И. Семантика текста и ее формализация. М.: Наука, 1983. 215 с.

26. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. редактор В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. 688 с.
27. Быкова О. Н. Языковое манипулирование: материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник Российской риторической ассоциации. Красноярск, 1999. Вып. 1 (8). 140 с.
28. Forceville C. Pictorial and multimodal metaphor in commercials. *Go Figure! New Directions in Advertising Rhetoric*. Armonk NY: ME Sharpe, 2008. P. 272-310.
29. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. 238 с.
30. Белова М.А. Стилистические приемы в рекламном тексте как средство воздействия на ценностные ориентации аудитории // Ценности и смыслы. 2010. №1 (4). С. 110-117.
31. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 288 с
32. Прохоров А. В. Метафорика современной рекламы // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33(248). С. 115-117.
33. Балашова Л.В. Русская метафора: прошлое, настоящее и будущее. М.: Языки славянской культуры, 2014. 496 с.
34. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. 2-е изд. испр. М.: Языки русской культуры, 1999. 816 с.
35. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М., 2004. 252 с.
36. Эльсберг Я. Образ в публицистике // Вопросы литературы. 1960. №10. С. 18-27.
37. Сороколетова А. В. Лингвокультурные особенности русского национального характера как основа формирования этнокультурной компетенции // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2016. № 4(21). С. 15-21.
38. Баянкина Е.Г., Пегов С.В. Экстралингвистические факторы формирования терминосистемы ядерной отрасли // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2012. С. 18-22.
39. Стоянов А.С. Морально-этические аспекты шоковой рекламы: ожидания и реальность // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2022. № 5(80). С. 132-143. <https://doi.org/10.26105/SSPU.2022.80.5.011>.
40. Ковтунов А.Ф. Антропонимический бренд как результат тенденции персонификации брендинга // Креативная экономика. 2011. № 7(55). С. 146-152.
41. Зубкова О.С. Условия возникновения метафоры // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2011. №5(1). С. 306-312.
42. Зубкова О.С. Метафора в профессиональной семиотике. Курск, 2011. 334 с.

## References

1. Annenkova A.V. Specific features of proximiya in advertising texts (on the advertising material of local higher educational institutions). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2015;(2):16-21. (In Russ.)
2. Annenkova A. V., Tanygina E. A., Andreeva O. A., et al. Transformation of the image of Russia in the minds of modern youth at the turn of the socio-cultural paradigm shift. Kurск, 2023. 232 p. (In Russ.)
3. Tanygina E.A. The problem of the language consciousness study in modern linguistics. In: *Yazyk dlya spetsial'nykh tselei: sistema, funktsii, sreda. Sbornik nauchnykh statei VIII*

*Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Language or specific purposes: system, function, environment. Collection of scientific articles of the VIII international scientific and practical conference.* Kursk; 2020. P. 397-404. (In Russ.)

4. Kremneva A.V., Popadinets R.V. Verbal image of “our” and “not-our” teacher from perspectives of representatives of different cultures. *Lingvistoricheskaya paradigma: teoreticheskie i prikladnye aspekty = Linguistic & rhetorical paradigm: theoretical and applied aspects.* 2010;(15):179-184. (In Russ.)

5. Tanygina E.A. The problem of name and knowledge correlation (on the basis of Russian colour term чёрный (black)). *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya “Gumanitarnye i social'nye nauki” = Scientific Notes of the Oryol State University. Series “Humanities and Social Sciences”.* 2011;(2):154-159. (In Russ.)

6. Kotler F. *Foundation of Marketing.* Moscow: Progress; 2007. 656 p. (In Russ.)

7. Il'ina E. Yu. Advertising discourse: values, images, associations. Advertising discourse and advertising text. Moscow: Flinta; 2011. 146 p. (In Russ.)

8. Maksimenko O. I. Polycode vs. creolized text: terminology problems. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika = Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series, Theory of language. Semiotic. Semantics.* 2012;(2):93-102. (In Russ.)

9. Bernatskaya A.A. To the problem of “creolisation” of the text: history and current state. *Rechevoe obshchenie = Speech communication.* 2000;(3):104-110. (In Russ.)

10. Annenkova A.V. Perception peculiarities of figurative component of image advertising (some results of association experiment). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2017;7(3):58-66. (In Russ.)

11. Annenkova A.V. To the question of perception peculiarities of figurative component of polycode image advertising: gender factor (experimental research). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2019;9(2):21-32. (In Russ.)

12. Tanygina E. A. Inner image of color term фиолетовый (purple) in the consciousness of Russian culture bearers. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya “Filologiya” = Herald of Tver State University. Series: Philology.* 2011;(4):218-226. (In Russ.)

13. Vlasenko N.I. Classification and subclassifications of speech styles, principles of their definition. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2013;(2):27-31. (In Russ.)

14. Voroshilova M.B. Political creolised text: keys to reading it. Ekaterinburg: Ural'skij gos. ped. universitet; 2013. 193 p. (In Russ.)

15. Kolevatov V.A. *Social memory and cognition.* Moscow: Mysl'; 1984. 190 p. (In Russ.)

16. Brinjuk E.V. Use of the creolised text as one of rational approaches in training Russian as a foreign language. In: *Chelovek v informacionnom prostranstve: sbornik nauchnyh trudov = Man in the information space: collection of scientific papers.* Jaroslavl': Jaroslavskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet im. K.D. Ushinskogo; 2016. P. 64-69. (In Russ.)

17. Zhinkin N.I. *Speech as a source of information.* Moscow: Nauka; 1982. 156 p. (In Russ.)

18. Maksimenko O.I., Polycode musical poetic discourse. *Vestnik RUDN. Seriya Teoriya jazyka. Semiotika. Semantika = Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series, Theory of language. Semiotic. Semantics.* 2013;(4):27-36. (In Russ.)

19. Kirillova Ju.N. Linguostylistic Peculiarities of Social Advertising (a Case Study of the German Media). *Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Serija Filologija. Zhurnalistsika = Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism.* 2017;17(3):265-272. (In Russ.)
20. Annenkova A.V. Some Results of Psycholinguistic Research of Polycode Advertising Texts: Gender Factor Influence. *SHS Web of Conferences : The conference proceedings.* Volgograd: EDP Science. 2019; 69:00004. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900004>.
21. Annenkova A.V. Verbal and visual codes of social advertising: experimental research. *Uchenye zapiski. Jelektronnyj nauchnyj zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific Notes. Electronic scientific journal of Kursk State University.* 2014;(2):117-122. (In Russ.)
22. Kubrjakova E.S. Language and Knowledge: Towards a Knowledge of Language: Parts of Speech from a Cognitive Perspective. The Role of Language in the Knowledge of the World. Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury; 2004. 560 p. (In Russ.)
23. Kravchenko A.V. Linguistic semiosis and the limits of human cognition. *Kognitivnye issledovanija jazyka = Cognitive studies of language.* 2008;(3):37-45. (In Russ.)
24. Prohorov A.V. Lingua-cognitive peculiarities of image modeling. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Serija: Gumanitarnye nauki = Tambov university review. Series: Humanities.* 2013;(9):254-257. (In Russ.)
25. Novikov A.I. Semantics of text and its formalisation. Moscow: Nauka; 215 p. (In Russ.)
26. Jarceva V.N. ed. Linguistic Encyclopaedic Dictionary. Moscow: Sovetskaja jenciklopedija; 1990. 688 p. (In Russ.)
27. Bykova O.N. Language manipulation: Materials for the encyclopaedic dictionary "Culture of Russian Speech". In: *Teoreticheskie i prikladnye aspekty rechevogo obshhenija: Vestn. Rossijskoj ritoricheskoj asociacii = Theoretical and applied aspects of speech communication: Bulletin of the Russian Rhetorical Association.* Krasnojarsk; 1999. Is. 1(8). 140 p. (In Russ.)
28. Forceville C. Pictorial and multimodal metaphor in commercials. *Go Figure! New Directions in Advertising Rhetoric.* Armonk NY: ME Sharpe; 2008. P. 272-310.
29. Chudinov A.P. Russia in the metaphorical mirror: A cognitive study of political metaphor (1991-2000). Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t; 2001. 238 p. (In Russ.)
30. Belova M.A. Stylistic receptions in the advertising text as a lever on valuable orientations of an audience. *Cennosti i smysly = Values and meanings.* 2010;(1):110-117. (In Russ.)
31. Bernadskaja Ju.S. Text in advertising. Moscow: JuNITI-DANA; 2009. 288 p. (In Russ.)
32. Prohorov A.V. Metaphorics of modern advertising. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk state university.* 2011;(33):115-117. (In Russ.)
33. Balashova L.V. Russian metaphor: past, present and future. Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury; 2014. 496 p. (In Russ.)
34. Arutjunova N.D. Language and the human world. Moscow: Jazyki russkoj kul'tury; 1999. 816 p. (In Russ.)
35. Lakoff Dzh., Dzhonson M. The metaphors we live by. Moscow: URSS; 2004. 252 p. (In Russ.)
36. Jel'sberg Ja. Image in journalism. *Voprosy literatury = Problems of literature.* 1960;(10):18-27. (In Russ.)
37. Sorokoletova A.V. Linguistic and cultural aspects of russian national character as a basis formation of ethnocultural competence. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2016;(4):15-21. (In Russ.)
38. Bajankina E.G., Pegov S.V. Extralinguistic factors of nuclear industry terminology system formation. In: *Jazyk dlja special'nyh celej: sistema, funkcii, sreda: sbornik statej IV*

*Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii = Language or specific purposes: system, function, environment. Collection of scientific articles of the IV international scientific and practical conference.* Kursk; 2012. P. 18-22. (In Russ.)

39. Stojanov A.S. Moral and ethical aspects of shock advertising: expectations and reality. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Bulletin Surgut state pedagogical university.* 2022;(5):132-143. (In Russ.). <https://doi.org/10.26105/SSPU.2022.80.5.011>.

40. Kovtunov A.F. Anthroponimic brand as a result of branding personification tendency. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economy.* 2011;(7):146-152. (In Russ.)

41. Zubkova O.S. Conditions for the creation of metaphor. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo = Vestnik of Lobachevsky state university of Nizhni Novgorod.* 2011;(5):306-312. (In Russ.)

42. Zubkova O.S. Metaphor in professional semiotics. Kursk; 2011. 334 p. (In Russ.)

### Информация об авторе / Information about the Author

**Анненкова Антонина Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

**Antonina V. Annenkova**, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor, Southwest State University, Russian Federation, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-50-59>

## О пейоративной лексике в художественной прозе А.П. Гайдара

И. В. Кочергина<sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

## Резюме

**Цель.** Целью статьи является исследование пейоративной лексики в художественной прозе знаменитого советского писателя, классика детской литературы Аркадия Петровича Гайдара. Большое внимание уделяется различным подходам ученых к словам, выражающим эмоции человека, и их месту в лингвистике.

**Методы.** Для реализации цели и задач исследования использовались различные методы, применяемые при изучении идиолектов и отдельных лексических групп: квантитативный, описательный, сопоставительный.

**Результаты** исследования показали, что пейоративная лексика занимает особое место в различных языках мира, с помощью нее не только обличаются качества и поступки человека, но и выражается ирония по отношению к объекту речи. Язык художественной прозы А.П. Гайдара богат разговорно-просторечными словами, в числе которых и выделяются пейоративы. Эти слова активно употребляются в речи как взрослых героев, так и детей в произведениях писателя. С помощью пейоративной лексики персонажи выражают различные эмоции: от гнева до доброй насмешки. Особое внимание уделяется тому, что тематика творчества Аркадия Гайдара меняется в зависимости от событий, происходивших в его жизни. Соответственно, меняется количество и разнообразие употребленных слов-ругательств в его произведениях. В первом периоде творчества, где автор описывает жестокие события Гражданской войны, пейоративы, выражающие гнев, ярость, пренебрежение, в количественном отношении превосходят эти же слова, употребленные во втором периоде. В произведениях, рассказывающих о мирной и спокойной жизни человека, слова-ругательства чаще всего выражают иронию, за негативной на первый взгляд эмоцией скрывается доброе отношение к человеку. Наиболее показательна в этом плане детская речь. Кроме того, для гайдаровских произведений характерно многократное использование однокоренных пейоративов.

**Заключение.** Проведенное исследование показало, что использование пейоративной лексики помогает писателю показать взаимоотношения героев, их характеры, качества. Кроме того, употребление слов-ругательств способствует созданию атмосферы непринужденной и простой жизни обычного человека, что является определенно гайдаровским методом в литературе.

**Ключевые слова:** речь; экспрессивно-оценочная коннотация; пейоративная лексика; лексикон; художественный текст.

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

**Для цитирования:** Кочергина И. В. О пейоративной лексике в художественной прозе А.П. Гайдара // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 50-59. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-50-59>.

Статья поступила в редакцию 25.04.2024

Статья подписана в печать 10.06.2024

Статья опубликована 30.09.2024

© Кочергина И. В., 2024

## About pejorative vocabulary in the fiction of A.P. Gaidar

Irina. V. Kochergina <sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: irinkamarkova28011993@yandex.ru

### Abstract

**Purpose.** The purpose of the article is to study the pejorative vocabulary in the fiction of the famous Soviet writer, classic of children's literature Arkady Petrovich Gaidar. Much attention is paid to various approaches to words expressing human emotions and their place in linguistics.

**Methods.** To achieve the purpose and objectives of the study, various methods used in the study of idiolects and individual lexical groups were used: quantitative, descriptive, comparative.

**The results** of the study showed that pejorative vocabulary occupies a special place in various languages of the world, with the help of it not only the qualities and actions of a person are exposed, but also irony is expressed in relation to the object of speech. The language of A.P. Gaidar's fiction is rich in colloquial colloquial words, among which the pejoratives stand out. These words are actively used in the speech of both adult characters and children in the works of the writer. With the help of pejorative vocabulary, characters express various emotions: from anger to kind ridicule. Special attention is paid to the fact that the subject of Arkady Gaidar's work changes depending on the events that took place in his life. Accordingly, the number and variety of swear words used in his works are changing. In the first period of creativity, where the author describes the brutal events of the Civil War, the pejoratives expressing anger, rage, and neglect are numerically superior to the same words used in the second period. In the works that tell about the peaceful and peaceful life of a person, swear words most often express irony, behind a negative emotion at first glance hides a kind attitude towards a person. Children's speech is the most indicative in this regard. In addition, Gaidar's works are characterized by the repeated use of single-root pejoratives.

**Conclusion.** The conducted research has shown that the use of pejorative vocabulary helps the writer to show the relationship of the characters, their characters, qualities. In addition, the use of swear words helps to create an atmosphere of relaxed and simple life for an ordinary person, which is definitely a Gaidar method in literature.

**Keywords:** speech; expressive and evaluative connotation; pejorative vocabulary; lexicon; artistic text.

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

**For citation:** Kochergina I.V. About pejorative vocabulary in the fiction of A.P. Gaidar. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2024;14(3):50–59 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-50-59>.

Received 25.04.2024

Accepted 10.06.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

По мнению В.И. Шаховского, «эмоции несут особую нагрузку в современном общении» [1, с. 15]. Именно поэтому слова, выражающие различные чувства субъекта речи, занимают особое место в различных языках. Ученые до сих пор спорят о том, как относиться к ним: стоит ли пристально изучать, должна ли лингвистика уделять внимание эмоциональ-

ным составляющим слов? Вместе с тем, большинство исследователей признает, что эмоциональный компонент очень важен для построения общения в разных сферах человеческой деятельности.

И отечественные [2; 3; 4], и зарубежные лингвисты давно занимаются изучением эмоционального аспекта слова и считают, что он заслуживает пристального внимания [5; 6].

Слова с негативной коннотацией встречаются во многих языках, в том числе и русском. По мнению И. А. Стернина и В. И. Шаховского, «негативно окрашенная лексика количественно преобладает над положительно коннотированной» [7, с. 95; 8, с. 103]. Эти слова необходимы в любом языке, потому что с их помощью обличаются качества человека или явления.

В данной статье термин *пейоративная лексика* будем считать самым подходящим в рамках изучения негативно окрашенных слов. Словарь лингвистических терминов под ред. О.С. Ахмановой дает следующее толкование: пейоративный (от англ. *pejorative, deteriorative*) – ‘уничижительный, депрециативный, детериоративный, неодобрительный, обладающий отрицательной экспрессивно-эмоционально-оценочной коннотацией’ [9, с. 304]. Также в кратком понятийно-терминологическом справочнике находим: пейоратив – ‘слово с отрицательной эмоциональной экспрессивно-оценочной коннотацией’ [10].

Отмечается, что такие слова необходимы для выражения различных негативных эмоций по отношению к объекту речи. Лингвисты по-разному относятся к пейоративной лексике, так как главная трудность при изучении этой группы слов, по мнению М.В. Кулешовой, состоит в размытости эмоциональных границ [11]. Так, исследователь В.И. Жельвис считает, что смешение различных эмоций, от пренебрежения до одобрения, допустимо в одном словоупотреблении [12, с. 57]. Говорить об эмоциональной окраске слова могут словарные пометы. Отметим, что для русской традиционной лексикографии помета «пейоративное» не свойственно, обычно в отечественных словарях даются следующие: «пренебрежительное», «презрительное», «неодобрительное», «бранное». Но их можно считать условными, поскольку границы между ними нечеткие. Это подтверждает и то,

что одна лексема соответственно может иметь в словаре сразу несколько помет.

Следует отметить, что к пейоративной лексике принято относить слова, называющие отрицательные качества человека, но при этом способные выражать иронию. Эту мысль подтверждает то, что пейоративы, обладая эмоциональной и оценочной природой, способны отсылать и к положительным и отрицательным образам [13, с. 474].

Исследователь М.В. Кулешова считает, что главный критерий отнесенности к этой группе слов – наличие эмоциональной коннотации [14]. Вместе с тем, не стоит путать пейоративную лексику с бранными выражениями: их среди пейоративов нет [15].

Как правило, пейоративными единицами являются имена существительные. М.В. Кулешова пишет о том, что существительное «ставит клеймо», «назвать – значит обозвать». Прилагательные же не обладают такой функцией, они дают характеристику человеку, которая, соответственно, может отрицаться [14].

Отметим, что эмоциональные границы между словами условны и довольно размыты: они выражают злость и гнев, презрение и осуждение, пренебрежение и неодобрение, а также иронию.

Художественный текст представляет основную единицу коммуникации, по мнению Л.Г. Колшанского [16]. Потому коннотация в художественном слове выполняет важную эстетическую функцию в понимании смысла сказанного в произведении [17]. Пейоративная лексика играет важную роль в языке художественных произведений, ее использование подчеркивает особенность общения персонажей, их характеры и отношение друг к другу.

## Результаты и обсуждение

Язык произведений Аркадия Петровича Гайдара – многогранное явление, объект для глубокого лингвистического анализа в рамках филологической регио-

налистики, лингвокультурологии и других специальных дисциплин. Существующие исследования показали, что идиолект писателя разнообразен и включает различные тематические группы слов русского языка [18; 19; 20].

Отдельное место в лексиконе писателя занимают разговорно-просторечные лексемы. Их роль довольно значима в передаче атмосферы повествования, изображения взаимоотношений между героями [21]. Подробный анализ этой группы слов показал, что особую роль в художественных произведениях Гайдара играют ругательства. Они в большинстве случаев выступают в роли обращений в диалогах героев либо являются синонимами к именам персонажей. Именно пейоративная лексика является частью разговорно-просторечных субстантивов в гайдаровских произведениях. Базой для нашего исследования стало четырехтомное собрание сочинений А.П. Гайдара, в которое вошли знаменитые произведения писателя [22], а также издание «Ранние приключенческие повести» [23].

Важную роль в речи героев играют слова, выражающие такие негативные эмоции, как гнев или ярость. Подобные лексемы часто употребляются в напряженных и непростых ситуациях гайдаровских произведений. При этом стоит отметить, что повести и рассказы писателя изображают как военные действия, так и события мирной жизни. Это объясняется изменениями в биографии автора: начало его творчества посвящено событиям Гражданской войны, непримиримому противостоянию людей (первый период с 1925 по 1930 гг.); послевоенная жизнь писателя отразилась на тематике произведений второго периода творчества – они посвящены событиям мирной жизни, теме семьи, взаимоотношениям людей (1930 – 1940 гг.) [18]. Именно поэтому язык произведений первого периода наиболее богат пейоративной лексикой, выражающей настоящий гнев или ярость говорящего. Приведем примеры:

«Знаешь ведь, какой он аспид. Все сегодня выгнать грозился...» (Р.В.С.);

«...Я умру, но и ты, гад, погибнешь» (Школа);

«Сукин сын, большевистская твоя башка...» (В дни поражений и побед);

Управляющий повысил голос: – Я вас спрашиваю, скоты вы такие? (Лесные братья).

Все пейоративы этой группы представлены именами существительными и относятся к разговорно-просторечной лексике, о чем свидетельствуют пометы в «Словаре русского языка» Д.Н. Ушакова: *аспид* («бранное»), *гадюка* («просторечное, бранное»), *гадина* («разговорное, презрительное»), *курва* («вульгарное, бранное»), *скотина* («просторечное, вульгарное»), *тварь негодная* («разговорное, фамильярное, вульгарное») [24]. Среди них есть и активно употребляющиеся в различных сферах устойчивые выражения: *тварь негодная* и *сукин сын*.

Стоит отметить, что А.П. Гайдар в произведениях первого периода также использует различные разговорные варианты выражения *сукин сын*. Так, в рассказе о Гражданской войне «Р.В.С.» один из героев-злодеев употребляет выражение *сукины дети*: «Как они смели, сукины дети!». Использование в речи героя подобного выражения по отношению к детям помогает Гайдару сформировать образ отрицательного персонажа, врага, который способен ненавидеть даже детей.

Так, в повести «В дни поражений и побед» офицер гневно говорит: «Я вот вам дам, сукины дети, сдох!». Интересно и то, что в этой же повести находим и выражение *сукины дочери*. Его использует герой произведения по отношению к женщинам, чтобы выразить свой гнев и ярость к врагам: «А, сукины дочери!».

Кроме того, в автобиографической повести «Школа» встречается и выражение *сукин кот*. В «Большом словаре русских поговорок» В.М. Мокиенко это сочетание обозначает 'негодяя или негодника' и сопровождается пометами «вуль-

гарно-просторечное», «бранное» или «шутливо-ироничное» [25]. В «Школе» данное сочетание выражает гнев по отношению к собеседнику, о чем свидетельствует контекст произведения: «Нагнал меня Федя Сырцов и заорал: – Ты что, сукин кот, из моей кормушки жеребцу своему отсыпал? Я тебе за такие дела по морде бить буду...» (Школа).

Сопоставительный анализ употребления выражения *сукин сын* и его вариантов в произведениях первого и второго периода творчества показал, что это сочетание используется только в повести второго периода «Бумабараш» с целью выразить явно негативное отношение говорящего к собеседнику или объекту разговора:

*Если, говорит, сукин сын, все у меня к подвигу через пьянство будут готовиться, а не через пост и молитву, то мне возле трапезной кабак открывать придется;*

– *Ишь что сукины дети затеяли...;*

– *Я вот ему покажу, сукину сыну!*

Особенностью языка гайдаровских произведений является использование однокоренных пейоративных единиц: *гад, гадюка, гадина, гаденыш* как в первом, так и втором периодах творчества. Во всех произведениях эти слова одинаково выражают гнев и ярость персонажей, о чем свидетельствует контекст произведений:

*Пусть знают тамошние гадюки, что и им то же самое когда-нибудь будет!* (В дни поражений и побед);

– *Лезь, гадина, быстро!* (Тимур и его команда);

*Так им гадюкам и надо!* (В дни поражений и побед).

Особое внимание необходимо обратить на лексему *скотина* в разных периодах творчества Гайдара. Очень показательно, что это слово в произведениях первого периода используется исключительно как ругательство с целью обозвать противника, дать характеристику объекту речи. Приведем примеры:

*Ответил тот, потом добавил: – И скотина ты все-таки, Сергей...* (В дни поражений и побед);

*Отвечай же что-нибудь, скотина ты такая!* (Лесные братья);

*Вот тогда со стремя убежал, скотина...* (На графских развалинах).

Кроме того, данное ругательство используется в повестях «Школа» и «Лесные братья». А в произведениях второго периода, посвященных событиям мирной жизни людей и романтизации войны, выведенной за пределы повествования, слово *скотина* используется совершенно в другом значении, называя домашних животных (скот):

*Глядят – скотина ровная, гладкая* (Военная тайна);

– *Да, – согласился начальник заставы, – это худая, недобитая скотина – твой конь* (Военная тайна);

*Теперь же, прослышав про то, что в колхоз будут принимать только тех, кто перед вступлением не будет резать или продавать на сторону скотину ...* (Дальние страны).

В отдельную группу пейоративов, употребленных в художественных произведениях А.П. Гайдара, отнесем такие слова, которые выражают презрение, пренебрежение и неодобрение. Они отличаются от предыдущих примеров более мягким отношением к собеседнику в речи героев гайдаровских произведений. Подобные лексемы употребляются в разных произведениях писателя, описывающих как события войны, так и мирную жизнь людей. Приведем примеры:

*«Потом закинул винтовку за плечо и сказал с горечью: – Эх, и отчего это люди такие шкурники?»* (Жизнь ни во что);

*«Живее, шкура!»* (Школа);

*«Такой тихоня был, ни в одной драке, ни в одном налете на чужой сад за яблоками не участвовал, штаны с него всегда сваливались, ну, словом, размазня размазней, и вдруг – такое дело!»* (Школа);

«Как невозможно, дубина!» (В дни поражений и побед);

«– Стой, дьявол!» (Р.В.С.);

«Хочешь, чтобы судья посмотрел на тебя и сказал бы: у, какой хулиган, весь растрепанный!» (На графских развалинах).

Использование таких лексем также позволяет автору показать отношения между героями и передать атмосферу происходящего в сюжете.

Обращает на себя внимание слово *дьявол*, многократно употребленное в различных произведениях А.П. Гайдара.

«Толковый словарь русского языка» Д.Н. Ушакова дает следующее толкование: *дьявол* – ‘в религиозно-мистических представлениях: злой дух, черт’ [24]. Несомненно, это слово употребляется героями в переносном значении в процессе общения с другими людьми. Показательно, что в произведениях первого периода эта лексема довольно распространена (в непосредственном общении героев она употребляется 9 раз) в отличие от рассказов и повестей второго (употреблена всего 3 раза), что также доказывает тот факт, что писатель в произведениях второго периода стремится изобразить спокойную жизнь простого советского человека, постепенно отдаляющегося от военных событий и соответственно реже использующих уничижительную лексику и ругательства в речи. Соответственно, и стиль общения между героями становится другим: более мягким, вежливым. Даже возникающие конфликты становятся не такими острыми, в конце произведений они благополучно разрешаются (вспомним, к примеру, повесть «Тимур и его команда»). Об этом и свидетельствует уменьшение количества пейоративной лексики. Приведем примеры употребления слова *дьявол*:

– Сядь, Сашка, – предложил ему кто-то, – передохни малость, ты ведь, дьявол, еще с самого утра не жрал ничего (Лесные братья);

– Яшка, – кричала мать, – Яшка, да проснись же ты, дьявол! (На графских развалинах);

– Вот еще бестолковый дьявол! (Судьба барабанщика);

– Я тебе, дьяволу, покажу, как бегать... (Пусть светит).

Герои А.П. Гайдара также употребляют в произведениях первого периода устойчивое выражение *дьявол несет*:

– Кого это так дьявол несет? (В дни поражений и побед);

– Хлопец, – спросил его один, грузный и с большими седоватыми усами, – тебя куда дьявол несет? (Р.В.С.).

Отметим, что слово *дьявол* в подобном выражении напрямую не обзывает героя, не клеймит его, но в контексте произведения мы понимаем, что подобная фраза также позволяет говорящему выразить определенное негативное отношение к объекту речи, собственные эмоции, экспрессию.

Интересно, что писатель использует уменьшительно-ласкательную форму *дьяволенок*, чтобы обзвать юного героя рассказа «Р.В.С.». Так несколько раз называют маленького Димку («– Пусть лучше твой дьяволенок и не ворочается во все»; «И если бы мать, заметившая, как сразу потяжелела корзина, не крикнула сердито: «Да неси ж, дьяволенок, чего ты завихлялся?»; «– Куда, дьяволенок?»). Считаем, что неслучайно этот герой получает подобную характеристику. Он был очень шустрым и проворным ребенком, несмотря на столь малый возраст. Вспомним, что именно этот герой встретил командира Сергеева и вместе с другим мальчиком по имени Жиган помог ему.

Также в повести «На графских развалинах» героев-детей называют *дьяволятами*: «Ах ты, дьяволята вы такие! Я-то ищу, ищу фотографию, по два раза на дня человек за ней наведывается, а они разорвали ее...». Полагаем, что употребление подобного ругательства по отношению к детям является авторским

приемом: Гайдар с помощью этого слова пытается смягчить атмосферу беседы, в этом пейоративе за внешним раздражением говорящего слышится доброе отношение взрослого к юным проказникам.

Пейоративы, выражающие иронию, обращают на себя особое внимание. Несомненно, эти слова в «Толковом словаре русского языка «Д.Н. Ушакова сопровождаются различными пометами: *балда* («просторечное, бранное»), *боров* («просторечное, пренебрежительное»), *враль* («разговорное»), *выжига*, *дурень*, *дурачье* («просторечное»), *дура*, *дурак*, *дурачок лохматый* («разговорное, бранное») [24]. Вместе с тем, контекст произведения, атмосфера повествования говорят о том, что за ругательством слышится насмешка, доброе отношение к собеседнику. Это также считаем определенно «гайдаровским» методом. Приведем примеры:

*«Да стой же ты, балда такая!»* (Школа);

*«Он вон какой толстый, как боров»* (На графских развалинах);

*«А дядя-то у меня, оказывается, выжига!»* (Школа);

*«Сестры это у меня, – пояснил он и снисходительно добавил: – Дуры еще девчонки»* (Школа);

*«Егор, вымети-ка это дурачье!»* (В дни поражений и побед).

Если предыдущие лексемы, как правило, использовались в речи взрослых героев, то большинство ругательств, выражающих иронию, принадлежат детям. Это помогает автору не только передать особенность детской речи, где, несомненно, всегда присутствуют ругательства, но и показать характер своих юных героев, их доброту, непосредственность общения друг с другом.

Среди анализируемых пейоративных единиц обращают на себя внимание однокоренные слова *дура*, *дурак*, *дурной*, *дурень*, *дурачок*, *дурачье*, *дуреха*. При этом стоит отметить, что лексемы *дура* и *дурак* в обоих периодах творчества писа-

теля являются самыми частотными: количественный анализ показал, что слово *дура* употребляется в первом периоде творчества 15 раз, во втором – 18; пейоратив *дурак* в произведениях первого периода используется 33 раза, в повестях и рассказах второго – 46 раз. Видим, что в произведениях «мирного» периода во многом увеличивается частотность этих слов. При этом они используются в различных формах общения героев: в непосредственных диалогах в качестве обращений героев друг к другу; в качестве характеристики другого героя, который не участвует в разговоре и в рассуждениях персонажей. При этом такое слово не выражает негативных эмоций, гнева. Приведем примеры:

*За мной этот дурак Петька не зашёл* (Дальние страны);

*Ведь правда, Санька, что ты просто дурак?* (Голубая чашка);

*Сейчас умное, а отвернулся – смотришь, а оно еще совсем дурак* (Судьба барабанщика).

## Выводы

Таким образом, пейоративная лексика является объектом для подробного лингвистического анализа, она необходима для выражения эмоций, отношений между говорящими. Представленный анализ пейоративной лексики в художественных произведениях Аркадия Петровича Гайдара показал, что эта группа слов играет важную роль в решении авторской задачи. Во-первых, автор с помощью подобных слов выражает совершенно разные эмоции своих героев: от гнева до доброй насмешки. Это позволяет передать атмосферу описываемых событий, отношения героев друг к другу. Во-вторых, стиль гайдаровских произведений простой, приближенный к жизни обычного человека, и именно слова ругательства помогают изобразить жизнь простого человека. В-третьих, пейоративная лексика участвует в создании характеристики персонажей. Во многом с

помощью таких слов рисуется образ не только того, кого обличают или над кем смеются, но и того, кто говорит. Очень ярко это отражается в образе героев, обличающих детей, выражающих презрение к ним. Необходимо отметить и многократное использование однокоренных пейоративных единиц в различных произведениях.

Безусловно, А.П. Гайдар – мастер художественного слова, использование пейоративной лексики является и особенностью его лексикона, и одним из его приемов в создании образов взрослых героев и детей через их общение друг с другом.

### Список литературы

1. Шаховский В.И. Эмоции: долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. 128 с.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
3. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М.: Гнозис, 2008. 374 с.
4. Стернин И.А. Общие особенности коммуникативного поведения народа: реальность или фикция? // Язык, сознание, культура, этнос. М., 1994. С. 94–95.
5. Volek B. Emotive Signs in Language and Semantic Functioning of Derived Nouns in Russian. Amsterdam / Philadelphia, 1987.
6. Wierzbicka A. Human emotions: Universal or culture specific // American Anthropologist. 1986. P. 584–594.
7. Стернин И.А. Проблемы анализа структуры значения слова. Воронеж: изд-во Воронежского государственного ун-та, 1979. 156 с.
8. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
9. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд. М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1966. 598 с.
10. Краткий понятийно-терминологический справочник. URL: [http://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology\\_terms.pdf](http://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology_terms.pdf). (дата обращения: 02.04.2024).
11. Кулешова М.Л. Пейоративные названия лиц со значением признака в словенском и сербском языках // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2014. № 2. С. 123–129.
12. Жельвис В.И. Эмотивный аспект речи. Психолингвистическая интерпретация речевого воздействия. Ярославль: ЯГТГИ им. К.Д. Ушинского, 1990. 81 с.
13. Заврумов З. А. Ирония в лингвокультурологической парадигме: метатекст и интертекст // Вестник Северо-Осетинского государственного ун-та им. Коста Левановича Хетагурова. 2014. №4. С. 473–476.
14. Горбачева Е. Ю. Пейоративная коннотация интернет-дискурса в современной разговорной речи // Молодой ученый. 2016. № 11 (115). С. 1688–1690.
15. Колшанский Г. В. Контекстная семантика. 4-е изд. М.: Либроком, 2009. 147 с.
16. Новиков А. И. Семантика текста и ее формализация. М.: Наука, 1983. 215 с.
17. Климас И.С., Ашчихо И.В. Язык художественной прозы А.П. Гайдара. Курск, 2009. 133 с.
18. Кочергина И.В. Особенности употребления антропонимов в художественных произведениях А.П. Гайдара // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2018. Т. 8, № 4. С. 60–66.

19. Кочергина И. В. Особенности употребления военной лексики в творчестве А.П. Гайдара // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. Т. 39, №4. С. 620–629.
20. Климас И.С., Холодова В.А. Разговорная лексика в произведениях А.П. Гайдара // Курское слово. 2020. № 21. С. 51–62.
21. Гайдар А.П. Полное собрание сочинений: в 4 т. М.: Детгиз, 1959. Т.1–4.
22. Гайдар А.П. Лесные братья. Ранние приключенческие повести. М.: Изд-во «Правда», 1987. 428 с.
23. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. М.: Государственный институт «Советская энциклопедия», 1935–1940. Т. 1–4. URL: <http://slovari.yandex.ru> (дата обращения: 25.03.2024).
24. Мокиенко В.М. Большой словарь русских поговорок. М.: Олма-Медиа Групп, 2007. URL: <https://rus-proverbs-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 27.03.2024 г.)

### References

1. Shakhovsky V.I. Emotions: pre-linguistics, linguistics, linguoculturology. Moscow: LIBROCOM; 2010. 128 p. (In Russ.)
2. Karasik V.I. Language circle: personality, concepts, discourse. Volgograd: Peremena; 2002. 477 p. (In Russ.)
3. Krasavsky N.A. Emotional concepts in German and Russian linguistic cultures. Moscow: Gnosis; 2008. 374 p. (In Russ.)
4. Sternin I.A. General features of the communicative behavior of the people: reality or fiction? In: *Language, consciousness, culture, ethnos*. Moscow; 1994. P. 94-95. (In Russ.)
5. Volek B. Emotional Signs in Language and Semantic Functioning of Derived Nouns in Russian. Amsterdam / Philadelphia, 1987.
6. Wierzbicka A. Human emotions: Universal or culture specific. *American Anthropologist*. 1986. pp. 584-594.
7. Sternin I.A. Problems of analyzing the structure of the meaning of a word. Voronezh: Voronezh State University, 1979. 156 p. (In Russ.)
8. Shakhovsky V.I. Linguistic theory of emotions. Moscow: Gnosis; 2008. 416 p. (In Russ.)
9. Akhmanova O.S. Dictionary of linguistic terms. 2nd ed. Moscow: Soviet Encyclopedia; 1966. 598 p. (In Russ.)
10. A short conceptual and terminological reference book. (In Russ.) Available at: [http://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology\\_terms.pdf](http://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology_terms.pdf). (accessed 04.02.2024).
11. Kuleshova M.L. Pejorative names of persons with the meaning of a feature in Slovenian and Serbian languages. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya = Bulletin of the Moscow University. Series 9. Philology*. 2014;(2):123-129. (In Russ.)
12. Zelvis V.I. The emotive aspect of speech. Psycholinguistic interpretation of speech effects. Yaroslavl; 1990. 81 p. (In Russ.)
13. Zavrumov Z. A. Irony in the linguocultural paradigm: metatext and intertext. *Vestnik Severo-Osetinskogo gosudarstvennogo un-ta im. Kosta Levanovicha Khetagurova = Bulletin of the North Ossetian State University named after Kosta Levanovich Khetagurov*. 2014;(4):473-476. (In Russ.)
14. Gorbacheva E. Y. Pejorative connotation of Internet discourse in modern colloquial speech. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*. 2016;(11):1688-1690. (In Russ.)
15. Kolshansky G. V. Contextual semantics. 4th ed. Moscow: Librocom; 2009. 147 p. (In Russ.)

16. Novikov A. I. Text semantics and its formalization. Moscow: Nauka; 1983. 215 p. (In Russ.)
17. Klimas I.S., Ashchikho I.V. The language of artistic prose by A.P. Gaidar. Kursk; 2009. 133 p. (In Russ.)
18. Kochergina I.V. Features of the use of anthroponyms in the works of art by A.P. Gaidar. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2018;8(4):60-66. (In Russ.)
19. Kochergina I.V. Features of the use of military vocabulary in the work of A.P. Gaidar. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaneya = Questions of journalism, pedagogy, linguistics*. 2020;39(4):620-629. (In Russ.)
20. Klimas I.S., Kholodova V.A. Colloquial vocabulary in the works of A.P. Gaidar. *Kurskoe slovo = Kursk word*. 2020;(21):51-62. (In Russ.)
21. Gaidar A.P. Complete works. Moscow: Detgiz; 1959. Vol. 1-4. (In Russ.)
22. Gaidar A.P. Forest brothers. Early adventure stories. Moscow: Pravda; 1987. 428 p. (In Russ.)
23. Explanatory dictionary of the Russian language: in 4 volumes / edited by D.N. Ushakov. Moscow: State Institute "Soviet Encyclopedia"; 1935-1940. Vol. 1-4. (In Russ.). Available at: <http://slovari.yandex.ru> (accessed 25.03.2024).
24. Mokienko V.M. A large dictionary of Russian sayings. Moscow: Olma-Media Group; 2007. (In Russ.). Available at: <https://rus-proverbs-dict.slovaronline.com/> (accessed 03.27.2024)

### Информация об авторе / Information about the Author

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

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81`26

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-60-70>

## Каталог цветовой лексики русского языка: принципы отбора лексики и структура

В. В. Россаль<sup>1</sup>✉

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

✉ e-mail: [vasrossal@gmail.com](mailto:vasrossal@gmail.com)

### Резюме

Автор статьи обосновывает принципы построения каталога цветовой лексики русского языка, который может быть эффективным инструментом предпереводческого анализа при переводе иноязычных художественных текстов на русский язык.

Аргументируются принципы выборки лексики для каталога из лексикографических источников на основе семантических признаков, значимых для перевода, необходимость этимологического анализа оборотного слова, учет переносных значений и коннотаций. Материалом для определения коннотативных и переносных значений слова являются тексты художественных произведений отечественных писателей, которые представлены в Национальном корпусе русского языка.

Автор объясняет выбор определенных словарей для составления каталога, обосновывает необходимость включения в материал корпусов языков, художественных текстов и лексикологических исследований, направленных на изучение лексики цвета, и демонстрирует конкретные примеры описания цветоименований в каталоге.

В качестве гиперонимов представлены двенадцать базовых цветоименований, образующие двенадцать семантических полей. Установленные автором принципы отбора гипонимов объясняют включение того или иного гипонима в словарную статью каталога, но при этом семантические поля являются принципиально открытыми и могут быть дополнены гипонимами, извлеченными из исторических источников или появившихся в результате развития лексической подсистемы языка. Автор демонстрирует выявленные принципы на примере поля белого цвета и подробно анализирует гипоним алебастровый, показывая последовательность работы по подготовке статьи каталога.

В ходе исследования используются дефиниционный, компонентный и этимологический анализы, которые помогают развернуто представить все значимые характеристики лексемы в русском языке.

Исследование имеет прагматическую направленность и может использоваться при переводе на русский язык терминов цветоименования разных лингвокультур.

**Ключевые слова:** термины цветоименования; цветовая лексика; переводческий анализ; художественный перевод; каталог.

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

**Для цитирования:** Россаль В. В. Каталог цветовой лексики русского языка: принципы отбора лексики и структура // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 60-70. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-60-70>.

Статья поступила в редакцию 02.05.2024

Статья подписана в печать 30.05.2024

Статья опубликована 30.09.2024

© Россаль В. В., 2024

# A catalogue of colour terms: principles of selection and structure

Vasilissa V. Rossal<sup>1</sup>✉

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

✉ e-mail: vasrossal@gmail.com

## Abstract

*Author of the article motivates the principles of the formation of the catalogue of colour terms in the Russian language which can serve as an effective tool of pre-translation analysis while translating foreign texts into Russian.*

*The article contains the basis of the principle of vocabulary retrieval from lexicographic sources based on the semantic principles that prove to be significant for translation; the necessity of etymological analysis of the analysed word; the consideration of figurative meanings and connotations.*

*The author explains the choice of the number of dictionaries used for the cataloguing, reasons the necessity of using national text corpora, literary fiction and lexicographic research aimed at colour terms analysis and demonstrates examples of vocabulary description from the catalogue.*

*Twelve basic colour terms are chosen as hypernyms and compose twelve semantic fields. The principles of hyponyms identification established by the author reason the choice of the vocabulary for the catalogue, but the semantic fields are purposefully open and can be equipped with more hyponyms extracted from the historical texts or formed in the process of word formation in the language. The author shows the principle giving an example of the semantic field of the white colour and showing the outline of the analysis of the colour terms *алебастровый* / *alabaster* showing the steps of the catalogue entry formation.*

*In the course of the research were used following methods: definitional, componential and etymological analyses, which helped to thoroughly explore all the significant features of the colour terms in the Russian language.*

*The research has a pragmatic scope and can be used while translating into Russian colour terms of different languages.*

**Keywords:** colour terms; colour vocabulary; translation analysis; literary translation; catalogue.

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

**For citation:** Rossal V.V. A catalogue of colour terms: principles of selection and structure. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2024;14(3):60–70 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-60-70>.

Received 02.05.2024

Accepted 30.05.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

## Введение

Трудности перевода цветоименований связаны не только с разницей в языковом представлении цветового фрагмента картины мира носителя той или иной лингвокультуры, но и с объективными характеристиками цвета, обозначенного цветоименованием. Поэтому в ходе предпереводческого анализа можно выявить все существенные признаки слова, употребляемого для обозначения цве-

та в оригинальном тексте, однако это не решает вопрос о выборе варианта его перевода на русский язык.

Для решения задачи выбора термина цветоименования необходимо располагать наиболее полной информацией о содержательном соотношении элементов цветовой лексики, их вариативности, деривационных потенциях и др. Поэтому создание каталога цветовой лексики как одного из инструментов предпереводче-

ского анализа может существенно повысить его эффективность.

Цель статьи – обосновать структуру лексической статьи цветового каталога, что требует решения следующих задач: (1) установить принципы выборки и разработать схему анализа лексемы, определяющего структуру и содержания её статьи в каталоге; (2) выделить значимые характеристики слова, которые могут повлиять на выбор переводческого решения; (3) определить круг лексикографических источников, которые могут стать основой для анализа лексемы.

Материалом исследования служат различные словари, краткий обзор которых мы представим в статье, а также национальный корпус русского языка [1].

## Результаты и обсуждение

### Значимые характеристики лексемы

Главная проблема лингвистики цвета – несовпадение языковой картины мира представителей разных лингвокультур, что определяет и трудности в решении других вопросов, связанных с этой группой лексики, в частности, переводческие. Так, в художественных текстах термины цветоименования, как правило, образуют специфическую систему смыслов, поэтому переводчик должен передать не каждый термин цветоименования отдельно, а «перевести его с оптимальной точностью в широком контексте целостного текста в соответствии с той ролью, которую выполняет<sup>1</sup> (курсив наш. – В.Р.).

Для понимания роли терминов цветоименования в тексте проводится предпереводческий анализ<sup>2</sup>, в котором

необходимо преодолеть «несовпадение границ цветообозначений по языкам» [2, с. 66] и найти эквивалентные термины цветоименования для пары языков, для чего представляется целесообразным включить в каталог дефиницию, в которой могут содержаться указания на часть спектра, обозначенного лексемой. Наряду с дефиницией толковые словари также во многих случаях дают стилистические пометы леммы, которые мы также считаем необходимым отразить в каталоге, так как они могут ограничить контекст употребления лексемы (например, разговорные слова с большей вероятностью встретятся в прямой речи, нежели в словах автора).

Несовпадение обозначаемого лексемами сегмента спектра в разных лингвокультурах определяет специфику сферы её денотации. Например, в итальянском языке глаза могут описываться цветовыми лексемами *castani* или *marrone*, которые эквивалентны русским лексемам *каштановый* и *коричневый* соответственно. Однако в русском языке в подобном контексте эти лексемы используются значительно реже, более распространенными терминами цветоименования будут *темно-карий* или *карий*. Кроме того, термины цветоименования могут использоваться в ограниченных сферах, в частности, для описания цвета волос (*седой*, *русый*), масти лошадей (*бронный*, *гнедой*) и под. Сфера денотации представляется нам показательной для представления нормативного сочетания терминов цветоименования с другими лексемами.

Наряду с дефиницией необходимо учитывать коннотативное значение лексем, которое не фиксируется в словарях и может проявляться лишь в тексте. Представить все возможные смыслы, которые могут быть выражены термином цветоименования, невозможно, однако коннотативные значения некоторые лексемы

<sup>1</sup> Матросова Я. Е. Передача терминов цветообозначения при переводе англоязычного художественного текста на русский язык: дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. С. 119.

<sup>2</sup> Схему подобного анализа для определения роли терминов цветоименования в художественном тексте предлагает в своем

диссертационном исследовании Я. Е. Матросова.

закономерно актуализируют в разных текстах. Так, лексемы *белокурый* и *белобрысый* обозначают примерно одинаковые сегменты сектора. Но лексема *белобрысый* стабильно репрезентирует отрицательную коннотацию, имеет оттенок пренебрежения, что также влияет и на её сочетаемость: она обычно употребляется только с лексемами нейтрального или разговорного стиля с теми же стилистическими характеристиками [3]. Напротив, лексема *белокурый* может контекстуально противопоставляться лексеме *белобрысый* и, как правило, имеет положительную коннотацию, использоваться для описания в целом приятной, вызывающей удовольствие внешности, а потому используется с другими лексемами с такой же положительной коннотацией. Считаем, такие сведения необходимо специально отмечать в каталоге, так как они детерминируют сферу денотации и более полно характеризуют функционирование лексемы в русской художественной литературе, следовательно, служат ориентиром для переводчиков при работе с цветовой лексикой.

Наконец, при переводе художественных текстов часто необходимо учитывать не только специфику лексической репрезентации цвета в рамках произведения, но и особенности функционирования цветообозначений в определенные исторические периоды, учитывать, когда было написано произведение или какое время в нём отражено. Так, при анализе терминов цветоименования в романе У. Эко «Имя розы» необходимо рассматривать не только религиозную символику цветковых лексем, но и особенности их употребления в эпоху Средневековья. При этом важно, что происхождение термина отражается в символике цвета. Так, базовый термин красного цвета в итальянском языке *rosso* происходит от праиндоевропейского корня, обозначающего кровь, что является значимым при образовании некоторых коннотативных значений цветового термина (см., напри-

мер, Ч. Павезе «Луна и костры»). Поэтому нужно давать этимологическую справку леммы, а также при возможности указывать время появления лексемы, так как это может определить переводческое решение.

Таким образом, статья каталога может иметь следующую структуру: лемма; дефиниция; этимология; стилистические пометы; сфера употребления; сфера денотации; переносные значения / коннотативные значения / субъективные смыслы. По данной схеме мы будем анализировать каждую лексему, кроме гиперонимов, которые, будучи базовыми терминами, не могут быть стилистически маркированными и потому имеют широкую сферу денотации, ограничивать которую не имеет смысла в связи с невозможностью учесть все переносные, коннотативные, субъективные смыслы лексем цвета.

#### Лексикографические источники

Для определения объема содержания цветковых лексем необходима работа с лексикографическим материалом, в первую очередь со словарями синонимов, которые служат источником гипонимов полей цветовой лексики. «Словарь синонимов русского языка» под ред. А. П. Евгеньевой [4] считается наиболее полным по количеству синонимов и включает более 4000 синонимических рядов, при этом каждая лексема снабжена толкованием, к которому мы обращаемся при необходимости дополнить или уточнить дефиницию, а синонимический ряд характеризуется с содержательной и стилистической точек зрения, что важно при каталогизации цветообозначений. Но особенно ценно для нашей работы то, что в данном словаре синонимы представлены как определенная лексическая подсистема. Это позволяет рассматривать синонимы в пределах синонимического ряда не как совершенно независимые друг от друга слова, а устанавливая их семантические связи, сравнивать стилистические характеристики, сопоставлять коннотативные значения и тем самым нахо-

дить основание для более точного использования того или иного слова ряда в переводе.

На основе этого словаря можно отобрать устаревшие слова, которые, используются в художественных текстах и часто требуют особой работы переводчика по установлению их содержания, сферы употребления, специфических коннотаций.

В работе активно используется и «Словарь синонимов русского языка» З. Е. Александровой [5] – словарь инвентарного типа, который в первую очередь направлен на поиски принципов структуризации синонимических рядов. Отсутствие дефиниций синонимов в этом словаре некоторые исследователи считают серьезным недостатком, существенно ограничивающим количество его пользователей, поскольку словарь предполагает «значительный уровень лексикографической компетенции читателя» [6, с. 13]. Однако для решения наших задач такой словарь является фундаментальным источником подробных дефиниций синонимов.

Современные технологии предоставляют широкие возможности размещения словарей разного типа в Сети. Онлайн-словарь синонимов В. Н. Тришина [7] позволяет быстро отыскать синонимы с помощью специальной программы, однако, судя по составу лексем в словаре, интересующие нас понятия «синоним» и «синонимический ряд» определены не строго, что приводит к необходимости верификации данных этого словаря с помощью других лексикографических источников.

В «Словаре синонимов русского языка» под ред. Л. Г. Бабенко [8] списки цветовой лексики представлены меньшим количеством синонимов, однако для некоторых цветов составители словаря дают синонимы, которые отсутствуют в других лексикографических источниках, а «Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений» Н. Абрамова

[9] включает в синонимические ряды некоторые «редкие» архаические лексемы, особенно в интересующих нас цветообозначениях.

Этимоны цветообозначений устанавливаются нами с опорой не только на широко известные фундаментальные этимологические словари [10, 11], но и на исследование Н. Б. Бахиной «История цветообозначений в русском языке» [12], которое представляет историю цветовой лексики русского языка начиная с XI в. Материал исследования представлен литературными памятниками древнерусского языка, а также сопоставительными данными, полученными при сравнении цветообозначений в современном русском литературном языке и русских говорах. Здесь представлена подробная история ряда цветоименований, которые претерпели наиболее существенные семантические изменения: *красный, синий, коричневый, оранжевый и фиолетовый*. Автор отмечает, что цветовая лексика в памятниках древнерусской литературы XVII в. отличается по значению и употреблению в более ранних текстах. История цветоименований рассматривается в трех аспектах: происхождение, значение и употребление.

Для определения сферы денотации цветообозначений используются Национальный корпус русского языка (далее НКРЯ – В. Р.) и, при необходимости, входящие в него подкорпуса [1], Корпус русского литературного языка [13]. Для определения переносных значений использовались «Русский ассоциативный тезаурус» (РАС) [14], «Славянский ассоциативный словарь» (САС) [15], «Словарь ассоциативных норм русского языка» (САНРЯ) [16], «Русский сопоставительный ассоциативный словарь» [17], а также ассоциативная база лаборатории психолингвистики Московского государственного лингвистического университета (2018-2023 гг.).

Наконец, при возможности мы обращаемся к статьям, которые могут

направленно изучать термин цветоименования и выделять все его существенные для нас признаки, например, представлять этимологическую справку или коннотативные значения, которые он закономерно приобретает в контексте.

### Особенности отбора материала для каталога

При отборе и обработке лексем для каталога мы сталкиваемся с рядом трудностей.

Особые трудности представления в каталоге вызывают лексем, которые именуют цвет в переносном значении, а в прямом являются относительными прилагательными: *агат* → *агатовый*, *абрикос* → *абрикосовый* и т. п. В таких случаях мы приводим полные дефиниции, включая прямые и переносные значения лексем. Это представляется обоснованным, особенно в случае необходимости определения времени образования лексемы, которое, как правило, устанавливается по существительному, являющемуся производящим словом. Более того, словообразовательные связи могут влиять на сферу денотации. Но при исследовании сочетаемости слова мы исключаем из анализа примеры, в которых рассматриваемая лексема не обладает значением цвета. В каталоге представляются именно цветные лексем, поэтому сфера денотации их намеренно ограничивается.

Результаты классификации цветных лексем представлены в виде двенадцати семантических полей<sup>1</sup>, что обусловлено количеством обнаруженных гиперонимов: *черный*, *белый*, *красный*, *зеленый*, *синий*, *желтый*, *голубой*, *розовый*, *коричневый*, *оранжевый*, *фиолетовый*, *серый*. Количество гипонимов в каждом семантическом поле, естественно, разнится, само поле является открытым. Такие семантические поля позволяют более детально представить отношения между отдельными цветоименованиями и да-

ют практическому переводчику объективную основу для выбора слова при переводе.

В качестве гиперонимов поля мы выбираем непроеизводные лексем. Одно внутри поля гипонимы могут быть как непроеизводными, так и производными лексем, с тем условием, что они не связаны с корнем гиперонима и не являются производными от него. Поэтому не включены в состав полей следующие группы слов, обозначающих цвет: (1) образованные с помощью суффиксов и/или приставок (*беленький*, *пребелый*), (2) лексем, образованные способом редупликации (*белый-белый*, *белый-пребелый*), (3) модификаторы цветности (*ярко-белый*, *серебряно-белый*), (4) слова, синонимичные лексемам цвета, но не являющиеся именами цвета как таковыми (*незаятанный*). Некоторые термины цветоименования, например, уже упомянутая лексема *белокурый* связаны с корнем гиперонима, но все равно включаются нами в каталог, поскольку в слове отмечается процесс деэтимологизации второго корня и лексема представляет собой единую семантическую единицу со значением, отличным от слова *белый*.

В определенные семантические поля мы включаем имена, обозначающие интенсивность света, если они связаны с названием цвета. Так, лексема *тусклый* может не только контекстуально обозначать серый цвет, но в её семантической структуре содержится сема 'серый' («2. [...] Серый, пасмурный, темный» [20]).

Семантическое поле «белый цвет» представлено гиперонимом *белый* и 33 гипонимами: *алебастровый*, *беж* / *бежевый*, *белесый* / *белёсый*, *белобрысый*, *белокипенный* / *кипенный*, *белокурый*, *белоснежный*, *бисневой* / *бисной*, *бланжевый* / *планишевый*, *бронный*, *грений* / *игрений*, *жемчужный*, *известковый*, *известковый*, *кремовый*, *лилейный*, *лунный*, *льняной*, *меловой*, *молочный*, *мраморный*, *опаловый*, *пергаментный*, *перламутровый*, *плавый* / *половый* / *половой*, *русый*, *сахар-*

<sup>1</sup> Подробнее о базовых терминах цветоименования в [18, 19].

ный, седовласый, седой, серебристый, серебряный, сивый, снежный.

### Подготовка статьи каталога

Для иллюстрации принципа составления каталога проанализируем лексему *алебастровый*. Данная лексема обладает существенно сходными дефинициями в лексикографических словарях, поэтому в каталоге приводится одна общая дефиниция: «1. Прил. к алебастр. Сделанный из алебастра, характерный для него. 2. Матово-белый, напоминающий по виду алебастр»; по: [20]. У лексемы *алебастровый* нет ограничений по стилистическому регистру и сфере употребления.

Лексема *алебастр*, от которой образовано цветоименование *алебастровый*, происходит от греческого слова *ἀλάβαστρος* ‘сосуд для мази из алебастра’, которое, в свою очередь, образовано от древнеегипетского *'a la baste* ‘сосуд богини Баст, или Бастет’. Богиня Бастет, традиционно изображавшаяся с головой кошки, – это древнеегипетская богиня плодородия и покровительница рожениц. Ее священным животным являлась серо-желтая кошка [21], что, возможно, является причиной номинации данного материала именно через богиню Бастет. Под египетским алебастром подразумевают кальцит – минерал желтого или желто-белого цвета, просвечивающий на тонких срезах, прозрачный на свету [22]. Данный материал считался сакральным, он часто использовался в производстве ваз для косметических средств, которые, в частности, вкладывали в погребальные камеры знатных людей (большая коллекция подобных предметов была найдена в гробнице фараона Тутанхамона [23]), а также для создания ритуальных погребальных предметов, например, ковчегов для каноп и фигурок ушебти. В наши дни под алебастром чаще всего понимают высококачественный гипс, из которого изделия изготавливались уже в древности.

При исследовании сферы денотации мы проанализировали 307 примеров из 219 текстов, которые представлены в

НКРЯ. Представленный период употребления лексемы – 1699–2018 гг., причем употребление алебастра в качестве термина цветоименования впервые зафиксировано в примере от 1830 г.

Некоторую трудность, как мы отмечали ранее, представляет разграничение употребления лексемы в качестве номинации материала и цвета: в некоторых примерах прослеживалась одновременная актуализация как первого, так и второго значения лексемы, что затрудняло задачу включения примеров в определенную область денотации. Для более точного представления терминов цветоименования из каталога исключаем примеры, в которых нет непосредственного указания на цвет предмета.

Что касается переносных значений, то при описании внешности человека лексема *алебастровый* часто может обладать коннотацией «схожий со скульптурой, четкий». Это ярко прослеживается в примерах при описании женского лица, когда подбородок в первую очередь описывается через лексему *алебастровый*, тем самым акцентируя четкость линий. Встречаются подобные случаи и при описании, например, природных явлений: «Далее клип разворачивается, кадры наплывают один на другой, в небе стоят алебастровые лепные облака, и под ними струятся стайки тополиного пуха» (Дина Рубина. Медная шкатулка (2011–2015)) [1]. В случаях описания кожи может выделяться не столько сема цвета, сколько указание на характеристику материала. Так, «алебастровая бледность кожи» описывает не только бледность кожи, но ее прозрачность, которая свойственна алебастру как материалу: «Турчин стоял у стремени, нетерпеливо грызя хворостинку: в его алебастровом, без кровинки, лице было и томительное ожидание атаки, и предчувствие опасности, и желание как можно скорее преодолеть эту опасность» (А. И. Алдан-Семенов. Красные и белые (1966-1973)) [1].

Иногда актуализируется хрупкость материала («хрупкие, алебастровые ручки»). Но, как правило, лексема *алебастровый* употребляется для описания внешности женщин, особенно принадлежащих к высшему сословию, поскольку такой оттенок кожи традиционно считается признаком красоты и аристократичности: «Высокая ростом, с алебастровыми шеей и плечами, со свежим невинным лицом, она являла собою тип русской красоты» (А. Е. Зарин. Живой мертвец (1915)) [1].

Часто актуализируется и способность материала пропускать свет: «Ели, засыпанные снегом, стояли как алебастровые, и весь день сменяли цвета от розового до голубого» (М. М. Пришвин. Лесная капель (1943)) [1].

В некоторых примерах описания внешности человека подчеркивается принадлежность алебастра к неживой природе, что акцентирует холодность, отстраненность человека вместе с другими качествами – аристократичностью, стройностью: «Застенчивый, не слишком разговорчивый, усики щетинкой, светлые зелено-водянистые глаза – слегка навывкате, и из широко распахнутых отворотов белой сорочки для тенниса – безжизненно алебастровая, байроновская шея» (Дон Аминадо. Поезд на третьем пути (1954)) [1].

Анализ лексемы позволяет нам составить статью для каталога цветовой лексики, которая выглядит следующим образом:

Лемма. Алебастровый.

Дефиниция. 1. Прил. к алебастр. Сделанный из алебастра, характерный для него. 2. Матово-белый, напоминающий по виду алебастр.

Этимология. Алебастр. Через нем. *Alabaster* ‘алебастр’ из лат. *alabastrum* ‘алебастр’ от греч. *ἀλάβαστρος* ‘сосуд для мази из алебастра’, которое восходит к древнеегип. *'a la baste* ‘сосуд богини Баст, или Бастет’.

Стилистические пометы – отсутствуют.

Сфера употребления – не ограничена.

Сфера денотации:

1. Предметы:

а) сделанные из этого материала или похожие на те, которые сделаны из этого материала («алебастровая корова», «алебастровый котенок», «алебастровый петушок», («алебастровый светильник», «алебастровый Геркулес», «алебастровый Аполлон», «алебастровые богини», «алебастровый гроб»);

б) цвета алебастра («алебастровая бонбоньерка» «алебастровый шарик [жемчуга]», «алебастровая бабочка», «алебастровый цилиндр», «алебастровый саван», «широкая лента алебастрового молока», «алебастровая луна»);

в) строения из алебастра («алебастровые стены», «алебастровый свод», «алебастровые химеры небоскребов», «алебастровый мостик», «алебастровый подъезд», «алебастровые соборы»).

2. Характеристика внешности человека: («алебастровая белизна шеи», («алебастровое лицо», «алебастровые плечи», «алебастровый подбородок», «алебастровые руки», «алебастровая кожа», «алебастровая бледность кожи», «алебастровая кукла» (о женщине), «алебастровая белизна лица», «алебастровая голова», «алебастровый старичок», «седая алебастровая голова», «алебастровые крылья переносицы»).

3. Четкость формы предмета: («алебастровые ягоды [рябины], «алебастровые [засыпанные снегом] ели», «алебастровые кущи») «алебастровая трава», «алебастровые громады снега», «алебастровые пласты снега», «алебастровые облака»).

Переносные значения. Обладающий четкими линиями; пропускающий и/или отражающий свет, прозрачный; аристократичный; неживой или безжизненный.

## Выводы

Таким образом, мы выделили существенные признаки терминов цветоименования, которые могут повлиять на пе-

реводческое решение. На их основе определены значимые параметры статьи каталога, а также источники для анализа лексем. Лексикографическая статья лексемы в составе каталога: 1) дает наиболее полное представление о цветовой лексеме русского языка; 2) обобщает данные толковых словарей для дефиниции, а также стилистических помет и сферы употребления; 3) представляет этимологическую справку о лексеме; 4) характеризует сфе-

ру денотации лексемы; 5) выделяет её различные переносные и коннотативные значения, тем самым представляя характер её функционирования в тексте.

Каталог цветовой лексики русского языка может служить полезным инструментом в переводческой деятельности, предоставляя широкую информацию о содержании, сфере денотации, распространенности лексем цвета и основных их стилистических характеристиках.

### Список литературы

1. Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru/>.
2. Кульпина В. Г. Лингвистика цвета как ключ к пониманию и переводу образной структуры художественного текста // Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. 2023. Т. 16, № 3. С. 52–71. <https://doi.org/10.55959/MSU2074-6636-22-2023-16-3-52-71>.
3. Влавацкая М. В. Коннотативные ограничения на сочетаемость слов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12–3(42). С. 37–40.
4. Словарь синонимов русского языка: в 2 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. М.: Издательство Астрель; Издательство АСТ, 2003. 681 с. + 702 с.
5. Александрова З. Е. Словарь синонимов русского языка: практический справочник. М.: Советская энциклопедия, 1968. 568 с.
6. Приемышева М. Н., Козырев В. А., Черняк В. Д. Лексикография русского языка. // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. 2015. Т. 74, № 5. С. 59–62.
7. Тришин В. Н. Большой русский словарь-справочник синонимов (близких по смыслу слов). URL: <http://trishin.net/>.
8. Современный словарь русского языка. Синонимы / под ред. Л. Г. Бабенко. М.: АСТ: Астрель, 2011. 829 с.
9. Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. М.: АСТ, 2008. 666.
10. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева; под ред. с предисл. Б. А. Ларина. М.: Прогресс, 1986–1987. 573 с. + 672 с. + 832 с. + 864 с.
11. Крылов Г. А. Этимологический словарь русского языка. СПб.: Полиграфуслуги, 2005. 432 с.
12. Бахилина Н. Б. История цветообозначений в русском языке. М.: Наука, 1975. 288 с.
13. Корпус русского литературного языка. URL: <https://narusco.ru/resources.htm>.
14. Русский ассоциативный словарь: в 2 т. / сост.: Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. М.: Изд-во Астрель; Изд-во АСТ, 2002. 784 с. + 992 с.
15. Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский / под ред. Н. В. Уфимцевой. М., 2000. URL: <http://it-claim.ru/Projects/ASIS/SAS/index.html>.

16. Словарь ассоциативных норм русского языка / под ред. А. А. Леонтьев. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. 192 с.
17. Русский региональный ассоциативный словарь: в 2 т. / сост.: Н. В. Уфимцева, Г. А. Черкасова. М.: Моск. Междунар. Академия, 2018. Т. 1. 544 с.
18. Berlin V., Kay P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. Stanford: CSLI, 2009. 200 p.
19. Россаль В. В. Красное и черное Павезе, или Культурно обусловленные цвето-наименования в итальянской литературе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 2 (857). С. 124–131. [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2022\\_2\\_857\\_124](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2022_2_857_124)
20. Евгеньева А. П. Словарь русского языка: в 4 т. М.: Русский язык, 1999. URL: <http://www.feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp>.
21. Ромах О. В., Стерликова М. С. Семиозис женских культов космогонического цикла в культуре Древнего Египта // Аналитика культурологии. 2010. № 3 (18). С. 98–105.
22. Звонков О. С. Алебастровые предметы из гробницы Тутанхамона // Актуальные проблемы теории и истории искусства: сб. науч. статей. Вып. 2. СПб., 2012. С. 18–23.
23. Звонков О. С. О некоторых алебастровых вазах из гробницы Тутанхамона // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. 2012. № 2-2. С. 197–207.

## References

1. The Russian National Corpus. (In Russ.). Available at: <https://ruscorpora.ru/>.
2. Kulpina V. G. Linguistics of color as a key to understanding the figurative structure of a literary text. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 22. Teoriya perevoda = Lomonosov Translation Studies Journal*. 2023;16(3):52–71. (In Russ.). <https://doi.org/10.55959/MSU2074-6636-22-2023-16-3-52-71>.
3. Vlavatskaya M. V. Connotational restrictions on combinability of words. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*. 2014;(12–3):37–40. (In Russ.).
4. Evgen'eva A. P. (ed.). Dictionary of synonyms in the Russian language. Moscow: Izdatel'stvo Astrel'; Izdatel'stvo AST; 2003. 681 p. + 702 p. (In Russ.).
5. Aleksandrova Z. E. Dictionary of synonyms in the Russian language: practical reference. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya; 1968. 568 p. (In Russ.).
6. Priemysheva M. N., Kozyrev V. A., Chernyak V. D. Lexicography of the Russian language. *Izvestiya Rossiiskoi akademii nauk. Seriya literatury i yazyka = The Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language*. 2015;74(5):59–62. (In Russ.).
7. Trishin V. N. Large learners' reference of synonyms (words close in meaning). (In Russ.). Available at: <http://trishin.net/>.
8. Babenko L. G. (ed.). Modern Russian language dictionary. Synonyms. Moscow: AST: Astrel'; 2011. 829 p. (In Russ.).
9. Abramov N. Large dictionary of synonyms and words close in meaning. Moscow: AST; 2008. 666 p. (In Russ.).
10. Fasmer M. Ethimological dictionary of the Russian language. Moscow: Progress; 1986–1987. Vol. 1-4. 573 p. + 672 p. + 832 p. + 864 p. (In Russ.).
11. Krylov G. A. Etiological dictionary of the Russian language. Saint-Petersburg.: Poligrafuslugi; 2005. 432 p. (In Russ.).
12. Bakhilina N. B. The history of the color terms in the Russian language. Moscow: Nauka; 1975. 288 p. (In Russ.).
13. The Russian Literary Corpus. (In Russ.). Available at: <https://narusco.ru/resourses.htm>.

14. Karaulov Yu. N., Cherkasova G. A., Sorokin Yu. A., Tarasov E. F. Russia associative dictionary. Moscow: Izd-vo Astrel'; Izd-vo AST; 2002. Vol. 1-2. 784 p. + 992 p. (In Russ.).
15. Ufimtseva N. V. (ed.). Slavic associative dictionary: Russian, Byelorussian, Bulgarian, Ukrainian. Moscow; 2000. (In Russ.). Available at: <http://it-claim.ru/Projects/ASIS/SAS/index.html>.
16. Leont'ev A. A. (ed.). Dictionary of associative norms of the Russian language. Moscow: Izd-vo Mosk. un-ta; 1977. 192 p. (In Russ.).
17. Ufimceva N. V., Cherkasova G. A. (eds.). Russian regional associative dictionary thesaurus. Moscow: Mosk. Mezhdunar. Akademiya; 2018. Vol. 1. 544 p. (In Russ.).
18. Berlin B., Kay P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. Stanford: CSLI; 2009. 200 p.
19. Rossal V. V. The red and the black in Pavese's novel, or Culturally motivated terms in Italian literature. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*. 2022; 2(857);124–131. 10.52070/2542-2197\_2022\_2\_857\_124 (In Russ.).
20. Evgen'eva A. P. Dictionary of the Russian Language. Moscow: Russkij yazyk; 1999. (In Russ.). Available at: <http://www.feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp>
21. Romakh O. V., Sterlikova M. S. Semiosis of female cults of the cosmogonic cycle in the culture of Ancient Egypt. *Analitika kul'turologi*. 2010;(3):98–105. (In Russ.).
22. Zvonkov O. S. Alabaster objects from the tomb of Tutankhamun. In: *Aktual'nye problemy teorii i istorii iskusstva. Sb. nauch. Statei = Actual problems of Theory and History of Art. Collection of scientific works articles*. St. Petersburg; 2012. Is. 2. P. 18–23. (In Russ.).
23. Zvonkov O. S. About some alabaster vases from the tomb of Tutankhamun. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik RGKhPU im. S.G. Stroganova*. 2012;(2-2):197–207. (In Russ.).

### Информация об авторе / Information about the Author

**Россаль Василисса Владимировна**, аспирант кафедры общего и сравнительного языкознания, Московский государственный лингвистический университет, г. Москва, Российская Федерация,  
e-mail: [vasrossal@gmail.com](mailto:vasrossal@gmail.com)

**Vasilissa V. Rossal**, Post-Graduate Student at the Department of General and Comparative Linguistics, Moscow State Linguistic University, Moscow, Russian Federation,  
e-mail: [vasrossal@gmail.com](mailto:vasrossal@gmail.com)

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81'23

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-71-83>

## Пространственный код культуры как элемент процесса метафоризации

В.И. Поречная<sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: porechvika@gmail.com

### Резюме

*Исследование понятия и сущности пространства, особенностей его восприятия и вербализации получило широкое распространение в различных областях знаний, в том числе и в когнитивном поле лингвистических исследований. Пространство обладает особенной значимостью для индивида, поскольку через его призму происходит восприятие окружающей действительности. В статье рассматриваются особенности формирования тропа с пространственной семантикой в процессе механизма метафоризации. **Цель исследования:** определить значение пространственного кода культуры при формировании тропа с пространственной семантикой.*

**Методы исследования:** описательный, сравнительно-сопоставительный, метод компонентного анализа.

**Результаты:** наряду с концептуализированным на уровне мышления воспринимаемым сходством между когнитивно-перцептивно-аффективным опытом индивида, его объектом и компонентами как результата операций метафоризации (аналогизации, сходства и подобия), в процессе метафоризации принимает участие пространственный код культуры. Установлено, что пространственное восприятие – комплексный процесс, сочетающий в себе перцептивные и когнитивные элементы. Результат восприятия пространства (образ) – это значимый элемент перцептивного опыта индивида, являющегося основой процесса метафоризации, в результате которого образуется троп с пространственной семантикой. В основе данного вида тропа может быть как пространственный, так и непространственный образ, поскольку лексемы, вербализующие троп с пространственным значением, могут изменить семантику в процессе когнитивного механизма метафоризации.

Концептуализация перцептивно-когнитивно-аффективного опыта нетождественна у представителей различных лингвокультур. Тропы с пространственной семантикой обладают культурной маркированностью, обусловленной изменяющимся опытом взаимодействия индивида с окружающей действительностью.

**Заключение:** пространственный код культуры является элементом процесса метафоризации.

**Ключевые слова:** пространство; троп; образ; метафора; пространственный код культуры.

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

**Для цитирования:** Поречная В.И. Пространственный код культуры как элемент процесса // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 71-83. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-71-83>.

Статья поступила в редакцию 10.06.2024

Статья подписана в печать 12.08.2024

Статья опубликована 30.09.2024

© Поречная В.И., 2024

## Spatial culture code as an element of the metaphorization process

Viktoriya I. Porechnaia<sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: [porechvika@gmail.com](mailto:porechvika@gmail.com)

### Abstract

*The study of the concept and essence of space, the characteristics of its perception and verbalization has become widespread in various fields of knowledge, including in the cognitive field of linguistic research. Space is of particular importance for the individual, since through its prism the perception of reality takes place. The article examines the peculiarities of formation of a trope with spatial semantics as a result of the action of the metaphorization mechanism.*

**The purpose of the research:** to determine the meaning of the spatial culture code in the formation of a trope with spatial semantics.

**Methods of the research:** descriptive, comparative, component analysis method.

**The results:** along with the perceived similarity conceptualized at the level of cognition between the cognitive-perceptual-affective experience of an individual, its object and components as a result of metaphorization operations (analogization, similarity and resemblance), the spatial culture code takes part in the metaphorization process. It has been established that spatial perception is a complex process that combines perceptual and cognitive elements. The result of the perception of space (image) is a significant element of the individual's perceptual experience, which is the basis of the process of metaphorization, as a result of which a trope with spatial semantics is formed. This type of trope can be based on both a spatial and non-spatial image, since lexemes that verbalize a trope with spatial meaning can change the semantics during the operation of the cognitive mechanism of metaphorization.

*The conceptualization of perceptual-cognitive-affective experience is not identical among representatives of different linguistic cultures. Tropes with spatial semantics have cultural markings due to the changing experience of an individual's interaction with the reality.*

**Conclusion:** the process of metaphorization is influenced by the spatial culture code.

**Keywords:** space; trope; image; metaphor; spatial culture code.

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

**For citation:** Porechnaia V. I. Spatial culture code as an element of the metaphorization process. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2024; 14(3): 71–83 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-71-83>.

Received 10.06.2024

Accepted 12.08.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

Пространство является одной из форм всеобщего бытия материи. Возникнув в поле философских исследований, понятие об этой форме на протяжении веков приобрело характер базисной категории человеческого сознания и мировосприятия. Пространство стало предме-

том исследования различных научных направлений, в том числе когнитивной лингвистики.

У пространства отсутствуют границы и возраст. Многообразные формы проявления пространства окружают индивида повсюду [1, с. 34]. Осознание пространства обусловлено пространст-

венным опытом человека [2, с. 63] и объективировано в языке. По мнению С.Л. Рубинштейна, восприятие пространства, при котором происходит адекватное отражение пространственных отношений, а также объективных свойств пространства – это достаточно сложный процесс, в котором мыслительные и чувственные компоненты даны в единстве и взаимопроникновении [3, с. 295]. Восприятие пространства составляет значительную часть перцептивного опыта индивида, который становится основой процесса метафоризации. По мнению О.С. Зубковой, последний представляет собой «динамично развивающийся конструктивный когнитивный процесс, являющийся частью языкового/речевого механизма человека» [4, с. 306]. Троп является результатом процесса метафоризации, метафора – один из видов тропа. Метафора способна «вызывать рефлексию, запускать через оценку и интерпретацию образа, лежащего в ее основе, механизм переосмысления фактуальных данных»<sup>1</sup>. Поскольку восприятие пространства составляет значительную часть перцептивного опыта человека, который является знаменательным элементом метафоризации, то важным представляется исследование особенностей формирования тропа с пространственной семантикой.

### Результаты и обсуждение

В настоящее время существует целый ряд теорий, описывающих сущность процесса метафоризации. Несмотря на наличие различных концепций, исследователи сходятся во мнении о том, что метафора возникает в языковом поле при концептуализации чувственного опыта и

означает приобретение им некоторого смысла [5, с. 118; 6, с. 54; 7, с. 185]. Смысл, наряду со смыслом метафоры, детерминируется, с одной стороны, самим опытом, с другой – говорящим (на уровне событийных структур) [4, с. 306]. Операции метафоризации – аналогизация, сходство и подобие. Аналогизация – это «концептуальная операция констатации и концептуализации сходства или аналогий между опытом (событийный аспект) или составляющими событийных ситуаций» [4, с. 308]. В свою очередь, сходство – это концептуальная операция, детализирующая и объясняющая общее впечатление, а также репрезентирующая результаты сравнения различных опытов на основе установленного подобия [4, с. 308]. Подобие представляет собой концептуальную операцию, обеспечивающую вариативность интерпретаций семиотических отношений за счет неограниченного количества объектов окружающей реальности [4, с. 307]. Результат указанных операций – это воспринимаемое сходство между когнитивно-перцептивно-аффективным опытом индивида, его объектом и компонентами, концептуализированное на уровне мышления [4, с. 306]. Сходство, аналогия и подобие детерминируются индивидом при использовании данных, в состав которых входит его личный опыт, при их прохождении через призму его картины мира [8, с. 59]. Метафора по своей сути психологична [9, с. 97]. Поскольку пространственная метафора является одним из видов метафоры, а последняя представляет собой троп, то мы считаем, что к тропу с пространственным значением также применима данная характеристика. Кроме того, образ, который является одним из ключевых понятий многих современных наук [10, с. 19], является основой процесса метафоризации. Восприятие образа наряду с его развитием происходит целостно с помощью наиболее значимых психических

<sup>1</sup> Зубкова Г.В. Метафорическое переосмысление как механизм формирования психологического типа литературного героя: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2009. С. 9.

процессов (память, мышление, восприятие) [11, с. 89]. Образ представляет собой сформированное в индивидуальном сознании мысленное отображение воспринимаемого индивидом объекта окружающей среды [12, с. 99; 13, с. 399]. Он также обладает пространственностью [14, с. 181]. На рубеже смены социокультурной парадигмы образ в сознании индивида может быть трансформирован [15].

По нашему мнению, в основе тропа с пространственной семантикой может лежать как пространственный, так и непространственный образ, поскольку объективирующие троп лексемы могут изменить свою семантику с пространственной на непространственную и наоборот. На опыт, которому предстоит концептуализация, оказывают влияние экономические, социальные, политические, исторические условия, в которых находится индивид, а также его ежедневный опыт. Идентичный фрагмент человеческого опыта может быть концептуализирован и вербализирован нетождественно в различных культурах и языках. В рамках нашего исследования рассмотрим концепт, который в русском языке вербализуется посредством лексемы «двор», а в английском – «yard».

В русской языковой картине мира лексема «двор» обладает значительной семантической ценностью, поскольку отсылает к одному из наиболее важных концептов национальной культуры – «дом», «родовое гнездо» [16].

Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой предлагает две словарные статьи, указывающие на семантику лексемы «двор». Первая статья содержит в себе 4 значения: 1) «участок земли между домовыми постройками одного владения, одного городского участка»; 2) «крестьянский дом со всеми хозяйственными постройками, отдельное крестьянское хозяйство»; 3) «отгороженный от улицы участок земли с

надворными постройками при отдельном доме, усадьбе»; 4) «в некоторых сочетаниях название производственных участков, учреждений» [17, с. 154]. Каждое из рассмотренных значений является пространственным. Во второй словарной статье лексема «двор» обладает значением монарха, его семьи и приближённых к ним лиц [17, с. 154].

В учебном словаре современного английского языка также представлены две словарные статьи, обобщающие семантику лексемы «yard». В первой статье приведены следующие значения: 1) «a unit of length»; 2) «a piece of cloth of this length»; 3) «a long pole-like piece of wood attached to a mast and used for supporting sails» [18, с. 1531]. Вторая словарная статья предлагает следующие значения: 1) «an enclosed or partly enclosed space near or round a building or buildings and used for various purposes»; 2) «an enclosure used for the carrying on some of some trade» [18, с. 1531].

Анализ представленной информации позволяет заключить, что для представителя русскоговорящего сообщества «двор» – это пространство, обладающее определенными границами, при этом в большинстве значений указанное пространство неотделимо от дома. «Двор» в русской лингвокультуре – это «обжитое» пространство, а также сами люди. Отметим, что исторические особенности развития Российского государства, существование крестьянства в России на протяжении длительного времени обусловили наличие значения крестьянского дома в рассматриваемой статье, что указывает на культурную обусловленность концепта, вербализованного лексемой «двор». Предложенные выводы также находят свое подтверждение в работе Х.С. Шабановой. По мнению исследователя, концепт «дом», а также связанный с ним концепт «двор» составляют основу для культурных моделей, обладающих нрав-

ственным компонентом, восприятием окружающей реальности через призму семьи и ее ценностей. Данный факт в художественной литературе реализуется посредством сравнения дома с душой [16]. С нашей точки зрения, распространенность данного сравнения связана с содержанием концепта «двор» в русской лингвокультуре, о котором было сказано выше.

В англоязычном лексикографическом источнике в качестве первого рассматривается значение меры длины «yard» – «ярд», не существующей в русской культуре, что, по нашему мнению, также является маркером культурной обусловленности. Значения, представленные во второй части словарной статьи, указывают на пространство, но в отличие от русского языка, их число ограничено, а также не включает в себя значения места жизни людей, представленного в русском языке значением «крестьянский дом со всеми хозяйственными постройками, отдельное крестьянское хозяйство» [17, с. 154]. Полагаем, что рассмотренная разница в концептуализации опыта индивида позволяет говорить не только об их культурной обусловленности, но и о действии пространственного кода культуры. Антропоцентризм языка и мышления, а также значимость пространства при восприятии явлений и предметов окружающей действительности определяют его базовый характер [19, с. 463]. По нашему мнению, пространственный код культуры – это «понятийная пространственная сеть значений, формирующихся в индивидуальном лексиконе, основанная на процессах категоризации и метафоризации, структурирования и оценки окружающего мира, результатом которых становится порождение тропов и иных образных элементов языковой системы, характеризующихся высокой степенью когезии, а также грамматических, семантических, морфологических и лингвистических паттернов, инге-

рентных для представителя данной культуры» [20, с. 310]. Рассмотрим пример вербализации указанного явления.

*«Бразилия хотя и свой двор уже, надоела, а "Покровские ворота" до сих пор остаются любимым фильмом чуть ли не у всей страны»* [21].

Данный пример представляет собой метафору с пространственной семантикой. В начале 2000-х годов бразильские сериалы были достаточно популярны в нашей стране, многие зрители предпочитали их российским аналогам, считая их пространством, «огороженным» российским телевидением. Признание Бразилии «своим двором», с нашей точки зрения, указывает на то, что сериалы данной страны носители русского языка считали частью собственной культуры. Данное обстоятельство также указывает на то, что пространственный код культуры являлся элементом процесса метафоризации, результатом которого стала метафора с пространственным значением. В настоящее время уровень известности бразильских сериалов снизился. По нашему мнению, данный факт подтверждает влияние условий окружающей реальности на еще не концептуализированный опыт, а также свидетельствует о появлении новых референтных областей. Дословный перевод рассматриваемого примера на иностранный вызывал бы трудности у представителя иностранной лингвокультуры, не владеющим данным фрагментом когнитивно-перцептивно-аффективного опыта, характеризующегося культурной обусловленностью. В этой связи у индивидов, изучающих иностранный язык, могут возникать трудности [22].

*«Сколько огорчения доставляет таким людям, да и всем нам, обычно сочетающим черты всех типов, грязные улицы, мусор, отсутствие цветов, деревьев, однообразные ряды серых зданий, дворы-колодцы, теснота»* [21].

Средством вербализации рассматриваемого концепта в данном случае является метафора «дворы-колодцы». Тип двора, объективируемый в языке посредством данной метафоры, является одной из архитектурных особенностей Санкт-Петербурга. С нашей точки зрения, рассматриваемый способ вербализации метафоры с пространственным значением – это один из примеров влияния когнитивно-перцептивно-аффективного опыта индивида на процесс метафоризации, поскольку дворы указанного типа характерны не для каждого города России. Кроме того, «дворы-колодцы» являются средством реализации пространственного кода культуры в языке, поскольку содержание данного фрагмента согласуется с дефинициями лексемы «двор», представленными в Толковом словаре русского языка, указывающими на ограниченность пространства двора, его неотделимость от дома, а также на то, что двор – это, прежде всего, не здания, а населяющие его люди.

«В 1765 году кабаки (или „кружечные дворы“) переименовали в „питейные дома“» [21].

Оба словосочетания, представленные в кавычках, являются метафорами, обладающими культурной маркированностью. Как следует из содержания фрагмента, «кружечный двор» – это историческое название заведения. Поскольку большая часть указанных заведений находилась в собственности государства, то понятийная «сеть» значений, «набрасываемая» на реалию окружающего мира, в данном случае может включать в себя не только пространственные характеристики, но и значение, представленное во второй словарной статье Толкового словаря русского языка, посвященное лексеме «двор» (двор монарха и его приближенных) [17, с. 154]. Представленные данные позволяют заключить, что элементом процесса метафоризации являлся как простран-

ственный, так и непространственный код культуры. Значимым также является сравнение метафор «кружечный двор» и «питейные дома». Как было отмечено выше, лексема «двор» вербализует концепт, неразрывно связанный с другим важным концептом русской лингвокультуры – «дом», «родовое гнездо» [16].

Толковый словарь русского языка предлагает 5 дефиниций лексемы «дом», первая из которых обладает пространственной семантикой, вторая – указывает на людей, ведущих совместное хозяйство, а третья, с нашей точки зрения, объединяет данные дефиниции: «место, где живут люди, объединенные общими интересами, условиями существования» [17, с. 174]. Представленная информация, а также рассмотренные ранее значения лексемы «двор» позволяют предположить, что одни из первых «кружечных дворов» могли появиться в крестьянских дворах. С течением времени указанные заведения начали переходить в собственность государства. Дальнейшее развитие российского общества, изменение социально-культурных условий жизни в стране могли привести к изменению когнитивно-перцептивно-аффективного опыта индивида, а также появлению новых наименований уже концептуализированных реалий окружающей действительности. Представляется, что отмена крепостного права создала возможности для появления у крестьян собственного бизнеса. С нашей точки зрения, замена «кружечных дворов» «питейными домами» может быть связана с переходом части рассматриваемых учреждений в частную собственность, владельцами которой были целые крестьянские семьи, а также создание «питейных домов» в крестьянских домовладениях. Из сказанного следует, что, как и в предыдущем случае, в процессе метафоризации реализуются результаты действия как пространственного, так и непространственного кодов культуры.

«Наш двор был — маленькая Одесса, все друг друга знали» [21].

Данная метафора содержит в себе отсылку к жизни в Одессе и ее дворах в Советский период. Культурно-пространственная специфика в данном случае, состоит в «семейности» внутри отдельно взятого двора/города, за пределами которого люди не общались друг с другом также часто.

«Через пол часа езды он въехал на красный двор и отдал свою лошадь понавишемуся навстречу кучеру» [21].

В приведенном примере рассматриваемая лексема в составе словосочетания «красный двор» является метафорой. По данным, представленным в НКРЯ, источником фрагмента является художественный текст 1858 года [21]. Содержание словарной статьи Фразеологического словаря русского литературного языка содержит помету «устар.», а также указывает на то, что «красный двор» — это часть барской усадьбы, располагающаяся недалеко от дома с клумбами и цветниками [23, с. 173]. Рассмотренная информация позволяет сделать вывод о культурной маркированности данного примера, обусловленной культурно-историческими условиями развития страны. Метафорический характер представленного словосочетания подтверждает, что пространственный код культуры является одним из элементов процесса метафоризации, результат которого — троп (в данном случае — метафора) [24, с. 256]. Для выявления скрытых связей и смыслов необходимо обратиться к носителю языка [25, с. 218], в связи с чем представляется значимым рассмотреть пример тропа с пространственной семантикой на английском языке из Британского национального корпуса (British National Corpus) [26].

«The sea was their patrimony, their past, their reservoir of stories about themselves.' We'd like to have a relationship with the land,' Hailama said,' but we ain't got no

land. All I've got is my surfboard. I was practically born and raised on a surfboard. The beach is my backyard.'» [26].

По нашему мнению, лексема *yard* в составе выделенного словосочетания объективирует гиперболу с пространственной семантикой, указывающую на то, что пляж является «задним двором» («backyard»). Контекст представленного фрагмента позволяет предположить, что «задний двор» рассматривается автором в качестве близко прилегающей к дому огороженной территории. Об этом также свидетельствует следующий пример нетропейческого употребления рассматриваемого словосочетания с пространственной семантикой: «It was warm in the winter with the coals making fiery caves and purple tunnels for magic stories. It was cool and fresh in the summer, the back yard blooming with wallflowers and purple bells» [26]. В словарных статьях рассмотренных выше лексикографических источников [17, с. 154; 18, с. 1531] не было представлено лексем *backyard* / *backyard* / *задний двор*, однако пояснение к словосочетанию «задний двор» представлено в Толковом словаре В.И. Даля: «задний или черный двор, особое место за двором, для скота, птиц или временной свалки навоза и сора» [27, с. 53]. Указанная информация согласуется со значением крестьянского дома, представленного в Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой [17, с. 154].

«Особенно неприятно было присутствие на том же баркасе генерал-губернаторских кур и баранов, которые, во-первых, напоминали, что на нас всех смотрели в Шилкинском заводе как на «задний двор», а во-вторых, доставляли много хлопот по прокормлению и все-таки кончили тем, что большей частью передохли, не доехав до Зеи» [21].

Данный пример представляет собой фрагмент из произведения второй половины XIX века, в которой выделенное

словосочетание представляет собой метафору с пространственным значением, рассмотренным выше.

В настоящее время понятие «*крестьянский двор*» претерпело изменения, на что указывает отсутствие данного словосочетания в указанной словарной статье. Модификация данного понятия началась в период коллективизации, при котором «*крестьянский двор*» трансформировался в «*колхозный двор*», затем в «*личное подсобное хозяйство*», а в настоящее время «*хозяйство сельского населения*» – «*сельское подворье*» [28, с. 36]. Несмотря на представленные изменения, исторические традиции нашей страны, а также лингвокультурные особенности оказали влияние на современное употребление рассматриваемого словосочетания в составе тропа с пространственной семантикой. Рассмотрим пример.

*«Центр европейской торговли и внимания испанских королей переместился со Средиземного моря в Атлантику, а Каталония, еще столь недавно бывшая в центре событий, оказалась на заднем дворе большой истории»* [21].

Контекст данного фрагмента, составным элементом которого является троп (метафора) с пространственной семантикой «*на заднем дворе*», позволяет сделать вывод о наличии у него отрицательного значения, что по нашему мнению, подтверждает культурную маркированность данного тропа, а также влияние пространственного кода культуры на процесс метафоризации, в результате которого он был сформирован. Отметим также, что интерпретация метафоры персонализирована, поскольку каждый индивид обладает рядом собственных метафор, структурирующих его представление об окружающей реальности [29, с. 96].

## Выводы

Анализ представленных данных позволяет сделать следующие выводы. Троп

с пространственной семантикой – это результат метафоризации. В ее основе – пространственный или непространственный образ (результат чувственного познания). В процессе метафоризации происходит концептуализация когнитивно-перцептивно-аффективного опыта. Троп с пространственным значением вербализует изменяющийся опыт взаимодействия индивида с пространством и пространственные отношения. Концептуализация и дальнейшая вербализация идентичного фрагмента человеческого опыта в различных лингвокультурах может быть нетождественной. Одним из элементов процесса метафоризации является пространственный код культуры. Как было рассмотрено в данной работе, в процессе метафоризации на реалию, означенную в русском языке посредством лексемы «*двор*», в английском – «*yard*», была «наброшена» культурная «сеть», обуславливающая наличие соответствующей семантики у результата метафоризации – тропа.

Анализ рассмотренных примеров в русском языке позволяет установить, что элементом процесса метафоризации может являться как пространственный, так и непространственные коды культуры, в основе которых – особенности культурно-исторического развития России. Наличие в нашей стране крестьянских дворов, ведущих общее хозяйство, неотделимость двора от дома, а также наличие у двора четких границ, оказали влияние на семантику лексемы «*двор*», а также ее изменение в процессе метафоризации. Различная семантика словосочетаний «*задний двор*» / «*back yard*», рассмотренная в данной работе, объективирует действие пространственного кода культуры. Несмотря на сходство в объективации, особенности культурно-исторического развития обусловили значительную разницу в концептуализации рассматриваемых ре-

алий, репрезентируемых посредством пространственного кода культуры. Троп с пространственной семантикой сохраняет в себе индивидуальные особенности представителя данной лингвокультуры, которые могут быть основаны на пространственном образе, либо приобрести про-

странственный компонент в процессе метафоризации. Полученные данные подтверждают, что при анализе тропов знаменательными элементами выступают образность, метафоричность и пространственный код культуры [24, с. 256].

### Список литературы

1. Бороздина И.С., Арзамасцева Н.Ю. Критерии выделения пространственных фразеологических единиц (на материале немецкого языка) // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2019. № 3(34). С. 33-39.
2. Regier T. A model of the human capacity for categorizing spatial relations // Cognitive Linguistics. 1995. Vol. 6, is. 1. P. 63-88.
3. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. М.: Питер, 2012. 705 с.
4. Зубкова О.С. Условия возникновения метафоры // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2011. № 5-1. С. 306-312.
5. Сафронова Е.Ю. Индивидуальные смыслы метафоры // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2006. № 3(23). С. 114-119.
6. Бородулина Н.Ю. О перспективах исследования метафорических значений // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 3-1(33). С. 52-55.
7. Крюкова Н.Ф. Социокультурный аспект метафорической визуализации // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. 2022. № 47. С. 185-188.
8. Анненкова А.В. Особенности восприятия образной составляющей имиджевой рекламы (некоторые результаты ассоциативного эксперимента) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2017. Т. 7, № 3. С. 58-66.
9. Борисова В.А., Пигаркина Е.А. Метафора и ментальный образ. Как мы понимаем метафоры // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2023. № 2(77). С. 94-99. <https://doi.org/10.26456/vtfilol/2023.2.094>.
10. Анненкова А.В., Таныгина Е.А., Попадинец Р.В. Образ современной власти в России на основе сетевых комментариев // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции. Курск: ЮЗГУ, 2022. С. 19-24.
11. Зубкова О.С., Анненкова А.В. Специфика функционирования образов имиджевой рекламы в индивидуальном лексиконе. Курск, 2017. 242 с.
12. Таныгина Е.А. Образ цветообозначения желтый в сознании носителей русской культуры (экспериментальное исследование) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2019. Т. 9, № 3. С. 99-113.
13. Таныгина Е.А. Проблема изучения языкового сознания в лингвистике // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. С. 397-404.

14. Поречная В.И. Гипербола как элемент тропеической системы языка // Актуальные проблемы переводоведения и лингводидактики в контексте межкультурного взаимодействия: сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Брянск: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2021. С. 179-184.

15. Трансформация образа России в сознании современной молодёжи на рубеже смены социокультурной парадигмы / А.В. Анненкова, Е.А. Таныгина, О.А. Андреева [и др.]. Курск, 2023. 232 с.

16. Шагбанова Х.С. Семантика концепта "двор" в произведении А.И. Солженицына "Матренин двор" // Litera. 2023. № 1. С. 78-86. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2023.1.39577>.

17. Ожегов С.И., Шведова. Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: ИТИ Технологии, 2015. 944 с.

18. Хорнби А.С., Гэтенби Э.В., Уэйкфилд Г. Учебный словарь современного английского языка. М.: ООО «Издательство АСТ», 2001. 1568 с.

19. Fahrutdinova A., Zubkova O., Porechnaia V., Sinaeva S., Shcherbakova I., Zubkova Y. Metaphorization as a Spatial Culture Code Basis in the Cognitive Sphere of an Individual // Res Militaris. November issue 2022. Vol.12, no. 3. P. 459-465.

20. Поречная В.И. Пространственный код культуры как лингвокультурное понятие // Балтийский гуманитарный журнал. 2021. Т. 10, № 4(37). С. 307-311. <https://doi.org/10.26140/bgz3-2021-1004-0073>.

21. Национальный корпус русского языка. URL: <https://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 20.02.2024).

22. Занина О.Н. Некоторые особенности обучения взрослых иностранному языку (из опыта преподавания английского языка в группах профессорско-преподавательского состава Юго-Западного государственного университета) // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2018. С. 69-74.

23. Фёдоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: Астрель: АСТ, 2008. 878 с.

24. Поречная В.И. Некоторые механизмы формирования тропов // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2021. № 4(71). С. 252-257. <https://doi.org/10.26456/vtfilol/2021.4.252>.

25. Таныгина Е.А. Внутренний образ цветообозначения фиолетовый в сознании носителя русской культуры // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2011. № 2. С. 218-226.

26. British National Corpus. URL: <https://www.english-corpora.org/bnc/> (дата обращения: 20.12.2023).

27. Даль В.И. Большой иллюстрированный словарь русского языка: современное написание. М.: Астрель: АСТ: Транзиткнига, 2006. 348 с.

28. Киркорова Л.А. Эволюция крестьянских дворов в существующей системе местного самоуправления // Вестник Новгородского государственного университета. 2006. № 37. С. 35-38.

29. Зверева Э.А. Некоторые условия возникновения сленговой метафоры // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2020. № 1(36). С. 90-98.

## References

1. Borozdina I.S., Arzamastseva N.Yu. Criteria for allocation of spatial phraseological units (on the material of the german language). *Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikatsiya = Theory of Language and Intercultural Communication*. 2019;(3):33-39. (In Russ.).
2. Regier T. A model of the human capacity for categorizing spatial relations. *Cognitive Linguistics*. 1995;6(1):63-88. (In Russ.)
3. Rubinshtein S.L. Fundamentals of general psychology. Moscow: Peter; 2012. 705 p. (In Russ.)
4. Zubkova O.S. Conditions for the emergence of metaphor. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo = Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky*. 2011;(5-1):306-312. (In Russ.)
5. Safronova Y.Y. Individual meanings of a metaphor. *Vestnik Altaiskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Bulletin of Altai State Agricultural University*. 2006;(3):114-119. (In Russ.).
6. Borodulina N.Yu. On perspectives of metaphoric meanings studying. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*. 2014;(3-1):52-55. (In Russ.).
7. Kryukova N.F. Socio-cultural aspect of metaphorical visualization. *Inostrannye yazyki: lingvisticheskie i metodicheskie aspekty = Foreign languages: linguistic and methodological aspects*. 2022;(47):185-188. (In Russ.).
8. Annenkova A.V. Peculiarities of perception of the figurative component of image advertising (some results of an associative experiment). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2017;7(3):58–66. (In Russ.).
9. Borisova V.A., Pigarkina E.A. Metaphor and mental image. How do we understand metaphors. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya = Bulletin of Tver State University. Series: Philology*. 2023;(2):94-99. (In Russ.). <https://doi.org/10.26456/vtfilol/2023.2.094>.
10. Annenkova A.V., Tanygina E.A., Popadinets R.V. The image of modern government in Russia based on online comments. In: *Yazyk dlya spetsial'nykh tselei: sistema, funktsii, sreda: sbornik nauchnykh statei IX Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Language for special purposes: system, functions, environment. Collection of scientific articles of the IX International Scientific and Practical Conference*. Kursk; 2022. P. 19-24. (In Russ.).
11. Zubkova O.S., Annenkova A.V. Specifics of the functioning of image advertising in the individual lexicon. Kursk; 2017. 242 p. (In Russ.).
12. Tanygina E.A. The image of Russian color term yellow in the consciousness of Russian culture bearers (experimental study). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2019;9(3):99–113. (In Russ.).
13. Tanygina E.A. The problem of studying linguistic consciousness in linguistics. In: *Yazyk dlya spetsial'nykh tselei: sistema, funktsii, sreda: sbornik nauchnykh statei VIII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Language for special purposes: system, func-*

tions, environment. *Collection of scientific articles of the VIII International Scientific and Practical Conference*. Kursk; 2020. P. 397-404. (In Russ.).

14. Porechnaya V.I. Giperbola kak element tropeicheskoi sistemy yazyka. In: *Aktual'nye problemy perevodovedeniya i lingvodidaktiki v kontekste mezhkul'turnogo vzaimodeistviya: sbornik nauchnykh statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Current problems of translation studies and linguodidactics in the context of intercultural interaction. Collection of scientific articles of the International Scientific and Practical Conference*. Bryansk; 2021. P. 179-184. (In Russ.).

15. Annenkova A.V., Tanygina E.A., Andreeva O.A., et al. Transformation of the image of Russia in the consciousness of modern youth at the turn of the change in the sociocultural paradigm. Kursk; 2023. 232 p. (In Russ.).

16. Shagbanova Kh.S. Semantics of the concept "yard" in the work of A.I. Solzhenitsyn "Matrenin Yard". *Litera*. 2023;(1)78-86. (In Russ.). <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2023.1.39577>.

17. Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu. Explanatory dictionary of the Russian language. Moscow: ITI Tekhnologii; 2015. 944 p. (In Russ.).

18. Khornbi A.S., Getenbi E.V., Ueikfil'd G. Educational dictionary of modern English. Moscow: Izdatel'svo AST; 2001. 1568 p. (In Russ.).

19. Fahrutdinova A., Zubkova O., Porechnaya V., Sinaeva S., Shcherbakova I., Zubkova Y. Metaphorization as a Spatial Culture Code Basis in the Cognitive Sphere of an Individual. *Res Militaris*. 2022;12(3):459-465.

20. Porechnaya V.I. Spatial code of culture as a linguocultural concept. *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal = Baltic Humanitarian Journal*. 2021;10(4):307-311. (In Russ.). <https://doi.org/10.26140/bgz3-2021-1004-0073>.

21. National Corpus of the Russian Language. (In Russ.). Available at: <https://www.ruscorpo-ra.ru> (accessed 20.02.2024).

22. Zanina O.N. Some features of teaching a foreign language to adults (from the experience of teaching English in groups of faculty at Southwestern State University). In: *Yazyk dlya spetsial'nykh tselei: sistema, funktsii, sreda: Sbornik nauchnykh statei VII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Language for special purposes: system, functions, environment. Collection of scientific articles of the VII International Scientific and Practical Conference*. Kursk; 2018. P. 69-74. (In Russ.).

23. Fedorov A.I. Phraseological dictionary of the Russian literary language. Moscow: Astrel, AST; 2008. 878 p. (In Russ.).

24. Porechnaya V.I. Some mechanisms of tropes formation. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya = Herald of Tver state university. Series: Philology*. 2021;(4):252-257. (In Russ.). <https://doi.org/10.26456/vtfilol/2021.4.252>.

25. Tanygina E.A. The internal image of the colour designation violet in the minds of a bearer of Russian culture. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya = Herald of Tver State University. Series: Philology*. 2011;(2):218-226. (In Russ.).

26. British National Corpus. (In Russ.). Available at: <https://www.english-corpora.org/bnc/> (accessed 20.02.2024).

27. Dal' V.I. illustrated dictionary of the Russian language: modern spelling. Moscow: Astrel, AST, Transitkniga; 2006. 348 p. (In Russ.).

28. Kirkorova L.A. The evolution of peasant households in the existing system of local self-government. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Novgorod State University*. 2006;(37):35-38. (In Russ.).

29. Zvereva E.A. Some conditions for the emergence of slang metaphor. *Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikatsiya = Theory of Language and Intercultural Communication*. 2020;(1):90-98. (In Russ.).

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

**Поречная Виктория Игоревна**, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры иностранных языков, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: porechvika@gmail.com,  
ORCID: 0000-0003-0258-8808  
Researcher ID AAT-7200-2021

**Viktoriya I. Porechnaia**, Candidate of Sciences (Philological), Lecturer at the Department of Foreign Affairs Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: porechvika@gmail.com,  
ORCID: 0000-0003-0258-8808  
Researcher ID AAT-7200-2021

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81'374.2

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-84-93>

**Сопоставительный анализ французско-русского словаря  
Н.П. Макарова (1910 г.), нового французско-русского словаря  
В.Г. Гака, К.А. Ганшиной (2006 г.) и электронного словаря  
«Мультитран»**

**В.М. Бурунский<sup>1</sup>, М.Ю. Голубова<sup>1</sup>, А.А. Чунихина<sup>2</sup> ✉**

<sup>1</sup>Курский государственный университет  
ул. Радищева, д. 33, Курск 305000, Российская Федерация

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

✉ e-mail: anya-chunihina@mail.ru

**Резюме**

*Статья посвящена сопоставлению бумажных и электронных французско-русских словарей. Материалом для исследования стали словарные статьи на букву р из франко-русского словаря Н.П. Макарова, нового франко-русского словаря В.Г. Гака и К.А. Ганшиной и электронного словаря Мультитран. Рассматриваются положительные стороны и недостатки различных типов словарей. В анализируемых словарях наблюдается расширение семантического поля. Речь идет о словах, у которых отмечается развитие выражаемого значения вследствие исторического, технического и научного прогресса. Сокращение семантического объема лексических единиц в словаре Мультитран не наблюдается. В то же время в электронном словаре происходит изменение лексического значения слов. Отмечается увеличение количества лексических единиц в Новом французско-русском словаре, а также в словаре Мультитран. Это связано со следующими факторами: изменение структуры слова как предмета общественного и культурного наследия; заимствование слова из другого языка; появление новых слов для обозначения предметов и явлений, отсутствовавших ранее в культуре, науке, технике и в искусстве. У некоторых лексем наблюдается полное сокращение их семантического объема, другими словами, некоторые слова устарели и, в свою очередь, полностью вышли из употребления. Таким образом, некоторые лексемы, которые присутствуют в словаре Н.П. Макарова, не вошли в словари В.Г. Гака и Мультитран. В словаре Мультитран отмечается появление большого количества заимствований, неологизмов. В статье также делается вывод о некоторых преимуществах и недостатках электронного словаря по некоторым параметрам.*

**Ключевые слова:** лексикография; электронный словарь; бумажный словарь; лексическое значение; семантическое поле.

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

**Для цитирования:** Бурунский В.М., Голубова М.Ю., Чунихина А.А. Сопоставительный анализ французско-русского словаря Н.П. Макарова (1910 г.), нового французско-русского словаря В.Г. Гака, К.А. Ганшиной (2006 г.) и электронного словаря «Мультитран» // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 84-93. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-84-93>.

Статья поступила в редакцию 14.06.2024    Статья подписана в печать 02.08.2024

Статья опубликована 30.09.2024

© Бурунский В.М., Голубова М.Ю., Чунихина А.А., 2024

## Comparative Analysis of the French-Russian Dictionary by N.P. Makarov (1910), the New French-Russian Dictionary by V.G. Gak, K.N. Ganshina (2006) and the Electronic Dictionary "Multitran"

Vladimir M. Burunsky<sup>1</sup>, Marina Y. Golubova<sup>1</sup>, Anna A. Chunihina<sup>2</sup> ✉

<sup>1</sup>Kursk State University  
33, Radishcheva Str., Kursk 305000, Russian Federation

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

✉ e-mail: anya-chunihina@mail.ru

### Abstract

The article is devoted to a comparison of paper and electronic French-Russian dictionaries. The material for the study was dictionary entries starting with the letter p from the French-Russian dictionary by N.P. Makarov, the new French-Russian dictionary by V.G. Gak and K.A. Ganshina and the Multitran electronic dictionary. The advantages and disadvantages of various types of dictionaries are considered. In the analyzed dictionaries there is an expansion of the semantic field. We are talking about words in which the development of the expressed meaning is noted as a result of historical, technical and scientific progress. There is no reduction in the semantic volume of lexical units in the Multitran dictionary. At the same time, the lexical meaning of words changes in the electronic dictionary. There is an increase in the number of lexical units in the New French-Russian Dictionary, as well as in the Multitran dictionary. This is due to the following factors: a change in the structure of the word as an object of social and cultural heritage; borrowing a word from another language; the emergence of new words to designate objects and phenomena that were previously absent in culture, science, technology and art. Some lexemes have seen a complete reduction in their semantic scope; in other words, some words have become obsolete and, in turn, have completely fallen out of use. Thus, some lexemes that are present in the dictionary of N.P. Makarov, were not included in the dictionaries of V.G. Gak and Multitran. We can note the appearance of a large number of borrowings and neologisms in the Multitran dictionary. The article also concludes about some advantages and disadvantages of the electronic dictionary in some respects.

**Keywords:** *lexigraphy; paper dictionary; electronic dictionary; semantic field; lexical meaning.*

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

**For citation:** Burunsky V.M., Golubova M.Y., Chunihina A.A. Comparative Analysis of the French-Russian Dictionary by N.P. Makarov (1910), the New French-Russian Dictionary by V.G. Gak, K.N. Ganshina (2006) and the Electronic Dictionary "Multitran". *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2024;14(3):84–93 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-84-93>.

Received 14.06.2024

Accepted 02.08.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

Лексикография как наука отличается от других наук тем, что она соединяет в себе филологию, культуру, а также историю в широком понимании этого слова. Другими словами, культура народов проявляется в языке, а языковое богатство

находим в словарных статьях. Академик Л. В. Щерба считал неправильным недооценку языковедами словарной работы [1]. Например, статьи на слово «лексикография» нет в энциклопедии «Британика», но присутствует статья на слово «словарь» [2]. Толковый словарь Ушакова определяет термин *лексикография* как

«собираение слов какого-нибудь языка, приведение их в систему и издание в виде лексикона, словаря» [3].

Словарь иностранных слов русского языка определяет термин *лексикография* как (греч.): 1) учение о составлении словарей; 2) часть грамматики, рассматривающая словопроизводство и изменение слов [4].

В Большой советской энциклопедии лексикография толкуется как «раздел языкознания, занимающийся практикой и теорией составления словарей» [5]. В современном значении лексикография понимается как теория и практика составления языковых словарей [6]. Исследователи выделяют две стороны лексикографии: научно-теоретическую и практически-прикладную<sup>1</sup>.

Виды словарей различны. Они различаются с точки зрения объекта описания цели словаря, его объема, порядка расположения в нем слов. Выбор словаря определяется целью и объектом исследования [7]. Важную роль для исследователя играют двуязычные переводные словари, в которых даются переводы значенных слов на иностранный язык<sup>2</sup>.

Лингвисты и исследователи высказывают диаметрально противоположные точки зрения по поводу выбора электронных и бумажных словарей. И те, и другие обладают преимуществами и недостатками. Пользователи старшего поколения отдают предпочтение бумажным словарям, более молодые – электронным.

Очевидно, что компьютерные словари имеют ряд преимуществ, помогающих упростить многие логические операции. Исследователи рассматривают электронный словарь как всякое лексикографическое произведение на машинных носите-

лях<sup>3</sup>. В. В. Дубчинский указывает на роль компьютера в облегчении процесса создания словаря. Исследователь отмечает, что «только компьютер может предоставить немедленный доступ к словнику, набору цитатного материала, обнаружить несогласованность различных кусков текста словарной статьи (статей), левой и правой частей словаря, дефиниций, переводных эквивалентов и так далее» [8, с. 162]. Электронный словарь позволяет исследователю отслеживать изменения в семантике лексемы [9]. Ю. Н. Марчук, сравнивая электронный словарь с бумажным, утверждает, что ««бумажный» словарь дополняется знаниями, имеющимися у человека-пользователя, он дает некую дополнительную информацию к той, которая у человека уже есть. Электронный же словарь в функции информирования автономен, то есть он должен содержать всю необходимую для «искусственного интеллекта» компьютера информацию, и при применении в автоматизированных системах не может рассчитывать на «фоновые» знания компьютера, необходимые для пользования словарем» [10, с. 226]. Одной из характеристик электронного словаря Саковская Н.В. называет возможность постоянного пополнения, коррекции, уничтожения некорректных данных [11]. В.П. Берков считает, что электронный словарь в отличие от бумажного решает проблему, связанную с объемом словаря [12].

## Материалы и методы

При изучении формирования принципов французско-русской лексикографии начала XX века и лексикографии XXI века мы используем сравнительное изучение микроструктуры – слова, и макроструктуры – словарной статьи, сопоставление этих словарных статей и, вслед-

<sup>1</sup> Толочин И.В. Учебник по лексикологии. М.: Просвещение, 2005. 352с.

<sup>2</sup> Тархова В.А. Хрестоматия по лексикологии французского языка: (на французском языке): учебное пособие для студентов иностранных языков педагогических вузов. Л.: Просвещение, 1972. С. 19.

<sup>3</sup> Мандрикова Г.М. Учебное компьютерное лексикографирование в теоретическом и прикладном рассмотрении: дис. ... канд. филол. наук. М., 1994. 194 с.

ствие, выявление изменений и закономерностей языков. В настоящей работе мы будем рассматривать три переводных словаря – это французско-русский словарь Н.П. Макарова, датируемый 1910 годом [13], французско-русский словарь, составленный В.Г. Гаком и К.А. Ганшиной и изданный в 2006 году [14], а также электронный переводной словарь «Мультитран» [15]. Настоящее издание вышло после кончины автора, и было дополнено редакцией на основании наиболее авторитетных французских источников, таких как «Dictionnaire de la langue française E. Littré» [16]. Для подробного сравнительного анализа трех словарей было взято 50 словарных статей под французской буквой «Р». Анализируя вышеперечисленные статьи, были выявлены некоторые различия, закономерности и изменения в структуре слов.

## Результаты и обсуждение

Для сравнения представленных словарей с точки зрения их содержания и функциональности целесообразно рассмотреть, прежде всего, преимущества и недостатки этих типов словарей.

Для сравнительного анализа статей данных словарей следует кратко ознакомиться с каждым из них.

Все вышепредставленные словари являются переводными, но важно отметить, что бумажные издания являются двуязычными, а словарь «Мультитран» – многоязычным и, более того, он имеет тринадцать языковых пар.

В плане презентации материала французско-русский словарь 1910 года и Новый французско-русский словарь, с одной стороны, имеют небольшое преимущество над электронным словарем. Дело в том, что за значением слова в этих словарях следуют основные выражения, в которых это слово употребляется, то есть пользователь может увидеть все значения слова в контексте одновременно и сразу выбрать вариант, который ему больше подходит. С другой стороны, хотя в сло-

варе «Мультитран» выражения даются отдельным блоком, их количество намного превышает количество выражений в статьях бумажных словарей, и все выражения разбиты на большое количество тематик. В анализируемых бумажных словарях также существуют различные тематики, но их презентация, к сожалению, ограничена, поскольку невозможно вместить все существующие выражения в и без того массивный словарь.

Что касается плана содержания, то бумажные словари ничем не отличаются от электронных, так как последние всегда создаются на базе первых. Однако электронный словарь «Мультитран» создан на основе нескольких словарей (и анализируемые бумажные словари не являются исключением), поэтому по содержанию он в разы превосходит своих «родителей». Бумажные словари, как уже было сказано, по причине ограниченного пространства достаточно лимитированы, и информация в них дана в общем виде.

В техническом аспекте словарь «Мультитран», безусловно, имеет ряд преимуществ над бумажными словарями. Прежде всего, нужно сказать об обратимости электронного словаря – функции, при которой можно быстро перейти с французского языка на русский, и наоборот. Следующая его положительная характеристика – это легкость и доступность в использовании. Даже если пользователь не имеет возможности выйти в Интернет, существует оффлайн-версия электронного словаря «Мультитран», которая находится в свободном доступе. Еще одна техническая характеристика словаря «Мультитран» – это возможность интеллектуального ввода слова и подбора возможных вариантов при орфографической ошибке. Данная характеристика очень полезна для людей, имеющих недостаточные знания в иностранном языке, поскольку автоподбор поможет значительно сэкономить время на поиски незнакомой формы слова. Кроме всего этого электронный словарь дает возмож-

ность пополнять словарь пользователям. Бумажные словари, в свою очередь, со временем только портятся и рвутся, а французско-русский словарь Н.П. Макарова, которому уже более века, все реже можно встретить в обиходе, так как по прошествии времени сохранилось немного экземпляров данного издания, которое уже считается раритетом, предметом истории.

Рассмотрим содержательную составляющую данных словарей. Во французско-русском словаре Н.П. Макарова было выделено 16 тематик, из которых более полно были отражены слова научного характера из области зоологии и, в основном, ботаники (6 слов). Тем не менее, нужно отметить, что наиболее многочисленной в данном словаре является тематика с общеупотребительной лексикой. Однако количество лексики, употребленной под конкретной тематикой, невелико – в словаре выделено 29 лексем. Остальные же слова в анализируемой группе не относятся ни к одной тематике.

Что касается Нового французско-русского словаря В.Г. Гака, К.А. Ганшиной, количество тематик здесь не намного больше, чем в словаре 1910 года – 17. В свою очередь, количество слов здесь увеличилось. 44 лексем и выражения разделены, в основном, на категории, связанные с медициной, научной деятельностью и, конечно же, разговорной и общеупотребительной лексикой. Также в этом словаре появляются такие тематики, как машиностроение и гидротехника. Однако некоторые слова, так же, как и в словаре Н.П. Макарова, не относятся ни к одной категории.

Третий же словарь «Мультитран» намного превосходит бумажные словари по количеству тематик, а также слов и выражений, выделенных в данные тематики. В электронном словаре выделено 39 различных категорий, многие из которых представляют научный, гуманитарный и технический прогресс: так, например, появляются отдельные группы реп-

тилий, млекопитающих, кулинарии, сельского хозяйства, текстиля и т.д. Также, в отличие от рассмотренных бумажных словарей, практически все представленные лексем и выражения, употребляемые с данными лексемами, разделены на категории.

Сравнительный анализ семантико-лексической структуры словарных статей анализируемых словарей позволяют выявить некоторые изменения и, соответственно, различия между ними.

1. Первое изменение – это расширение семантического объема (поля) лексем трех аналогичных статей анализируемых словарей. К данной группе относятся слова, у которых отмечается развитие выражаемого значения вследствие исторического, технического и научного прогресса. Например, слово *palmé, -ée, (adj)* в словаре Макарова имеет 2 значения: *бот.* 1) дланевидный, лапчатый; 2) *зоол.* снабженный перепонкой (о птичьих ногах), в то время как в Новом французско-русском словаре к уже существующим добавляется еще одно значение данной лексемы: *прост.* ленивый - *les avoir -es прост.* «быть лентяем». Кроме того, новый словарь дает более подробное объяснение многим лексическим единицам. Словарь «Мультитран» имеет такие же дефиниции данного прилагательного, как и Новый французско-русский словарь, однако следует заметить, что электронный словарь помимо конкретной лексемы автоматически выдает перевод однокоренных слов, а также отдельно предлагает основные фразы с употреблением слова *palmé* в различных тематиках.

2. Вторая анализируемая группа включает в себя лексем, у которых наблюдается сокращение семантического объема или изменение лексического значения данных слов. В словаре «Мультитран» частичного сокращения семантического объема слов не наблюдается, так как статьи этого словаря составлены путем переработки и синтеза многих более или менее известных словарей бу-

мажного типа, и, важно заметить, что бумажные словари, взятые для анализа данной работы, также являются частью словарной базы Мультитран. Из этого можно сделать вывод о том, что сокращение объема статьи в электронном словаре «Мультитран» является возможным только в том случае, когда данное слово устарело и полностью вышло из употребления. Однако в электронном словаре присутствует изменение лексического значения некоторых слов.

3. К третьей анализируемой группе относятся слова, остающиеся без изменений, либо изменившие словоформу. Например: 1. *Palmérier* (место, засаженное пальмами) - *palmeraie* (пальмовая роща).

Нужно признать тот факт, что за большой промежуток времени полностью без изменений не обошлось. Так, в существительном *palmérier* изменилась словоформа: *palmeraie* (Новый французско-русский словарь). Примечательно то, что электронный словарь дает такую же словоформу и перевод, что и Новый французско-русский словарь, и также не имеет в своей базе устаревшей формы слова *palmérier*.

Однако отличительной особенностью словаря «Мультитран» является то, что все пользователи могут пополнять словарь, добавляя слова в базу самостоятельно. Для этого нужно зарегистрироваться на форуме словаря и предложить свое слово.

Кроме того, словарь Гака, Ганшиной приводит более подробное объяснение некоторым словам: *palmiste*, *m.* капуста пальма (дерево) - *palmiste m* пальма хамропс, капуста пальма, пальма катеху, пальма масличная. Аналогичное изменение словоформы наблюдается в следующей лексеме: *palmitique adj: acide* - пальмитиновая кислота - *palmitine f хим.* 1) пальмитид 2) пальмитин. Другими словами, имея одно и то же лексическое значение, слово *palmitique* меняет свою форму на *palmitine* [13, с. 150; 14, с. 1194].

4. Анализ словарных статей трех словарей позволил отметить увеличение лексических единиц в Новом французско-русском словаре, а также в словаре «Мультитран». Безусловно, язык постоянно изменяется. В связи с историческими изменениями меняется не только форма слова, но и его значение [17]. Данные изменения в структуре языка зависят от нескольких факторов:

- Изменение структуры слова как предмета общественного и культурного наследия. Так, в качестве примера можно привести существительное *palmerai*, которое во французско-русском словаре Н.П. Макарова отсутствует, но в данном словаре есть существительное *palmérier*, имеющее аналогичное значение – «место, засаженное пальмами или пальмовая роща». Также сравним две аналогичные статьи в словаре Н.П. Макарова и в Новом французско-русском словаре: *paludéen, -enne adj* болотный. *Fièvre – enne*, болотная лихорадка; *palu* – болотная лихорадка. Таким образом, по прошествии довольно большого промежутка времени изменилась словоформа данного слова, что указывает на историческое изменение языка с целью его упрощения.

- Заимствование слова из другого языка. Так, например, термин *palynologie*, обозначающий группу отраслей наук (в частности, ботаники), впервые был предложен английскими учеными-биологами Х. Хайд, Д. Уильямс, а также шведским геологом Эр. Антевсом лишь в 1944 году, и только после этого данное слово появилось во французском языке для обозначения науки, специализирующейся на споро-пыльцевом анализе.

- Появление новых слов для обозначения предметов и явлений, отсутствовавших ранее в культуре, науке, технике и в искусстве. Для данной работы было взято ограниченное число словарных статей под одной буквой *p*, поэтому нововведения в структуре языка не охватывают все области, в которых развивалось общество, и в данном анализе можно заме-

тить лишь лексемы, появившиеся вследствие научно-технического прогресса. Это касается, в частности, ботаники, а также машиностроительной деятельности:

– *palmifide adj.* бот. дланевидно-надрезный;

– *palmilobé, -e adj.* бот. дланевидно-лопастный;

– *palmiparti, -e adj.* бот. дланевидно-раздельный;

– *palmiséqué, -e [-s-] adj.* бот. дланевидно-рассечённый;

– *palpage n m.* работа щупом; маш. ощупывание.

5. К пятой группе относятся новые слова, которые отсутствуют во французско-русском словаре Н.П. Макарова и Новом французско-русском словаре В.Г. Гака и К.А. Ганшиной. Это лексемы, которые вошли в употребление совсем недавно, либо которые принадлежат какой-либо специальной тематике – машиностроению, биологии, кулинарии, медицине: *palombière суц. f общ.* охотничий домик (на юго-западе Франции); *palonnier-balancelle стр.* подвеска-люлька; *palper-rouler мед.* пальпирование-накатывание (метод массажа).

6. У некоторых лексем наблюдается полное сокращение их семантического объема, другими словами, некоторые слова устарели и, в свою очередь, полностью вышли из употребления. Таким образом, некоторые лексемы, которые присутствуют в словаре Н.П. Макарова, не вошли в словари В.Г. Гака и Мультитран. Приведем примеры:

*palmifère adj.* бот. пальмоносный, пальмовый;

*palmigère, adj.* арх. носящий пальмовую ветвь;

*palmeur sm. техн.* плющильщик иглолок;

*palpébré, -ée adj.* зоол. имеющий веки;

*palpifère, palpigère adj.* энт. щупиконосный;

*palpiforme adj.* энт. щупикообразный;

*palpiste adj.* энт. снабжённый щупиком

В то же время мы обнаружили слова, которые недавно вошли в употребление благодаря научно-техническому прогрессу. Соответственно, эти слова отсутствуют в словаре Н.П. Макарова. В основном, это нововведения в области ботаники: *palmifide прил. бот.* дланевидно-надрезный; *palpage суц. М общ.* работа щупом; маш. ощупывание. Также словари пополнились выражениями с данным существительным: маш. *contrôle par palpate* «проверка поверхности щупом»; маш. *tolette de palpate* «дисковый копировальный щуп»; свар. *palpage par tension d'arc* регулировка длины сварочной дуги по напряжению (*vleoniilh*).

Некоторые слова присутствуют только в электронном словаре «Мультитран»: 1. *Palmiérite суц. f геол.* пальмиерит; пальмьерит. 2. *Palmitate суц. m тех.* пальмитат (соль или эфир пальмитиновой кислоты); *mex. palmitate de vinyle* винилпальмитат.

## Выводы

В анализируемых словарных статьях мы нашли некоторые закономерности, а именно:

– сужение семантического значения слова;

– расширение семантического объема лексических единиц;

– частичное или полное изменение лексического значения слова;

– полное сокращение семантического объема лексической единицы, т.е. его исчезновение;

– появление неологизмов.

Часть слов присутствует во всех трех словарях. Некоторые слова стали архаиз-

мами, и им не нашлось место в современных словарях. Они присутствуют только в словаре Н.П. Макарова. С другой стороны, большое количество слов современной терминологии уже не присутствует в достаточно новом словаре В.Г. Гака. Их находим только в электронном словаре «Мультитран».

Дефиниции слова упрощаются, тем самым отвечая современным принципам экономности, простоты, эффективности и семантической ступенчатости лексического описания. Приёмы перевода, используемые в настоящих словарях, соот-

ветствуют основным принципам лексикографии – принципу традиционности и лексикологического историзма.

Безусловно, возможность добавления дефиниций любым пользователем существенно снижает качество словаря «Мультитран», увеличивает возможность ошибки. В то же время в отличие от бумажных словарей в данном случае существует возможность «идти в ногу со временем». Необходимо привлекать профессионалов к работе с содержанием электронных словарей с целью минимизации ошибок.

### Список литературы

1. Русско-французский словарь Л.В. Щербы, М.И. Матусевич. URL: [http://www.mirsmartbook.ru/news/russko\\_francuzskij\\_slovar\\_shherba\\_l\\_v\\_matusевич\\_m\\_i\\_duss\\_m\\_f\\_193\\_6g/2015-10-21-4668](http://www.mirsmartbook.ru/news/russko_francuzskij_slovar_shherba_l_v_matusевич_m_i_duss_m_f_193_6g/2015-10-21-4668) (дата обращения 23.05.2023)
2. Энциклопедия Британика. URL: <https://www.britannica.com> (дата обращения 20.05.2023)
3. Толковый словарь Ушакова. URL: <https://ushakovdictionary.ru/?ysclid> (дата обращения 19.05.2023)
4. Словарь иностранных слов русского языка. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwords/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/) (дата обращения 20.07.2023)
5. Большая советская энциклопедия. URL: <http://bse.ru/BSEOLD/03/1402.htm> (дата обращения 20.05.2023)
6. Ступин Л.П. Лексикография английского языка. М.: Высшая Школа, 1985. 168 с.
7. Солнцев В.М. Язык как системно-структурное образование. М., 1977. 250 с.
8. Дубчинский В.В. Теоретическая и практическая лексикография. Вена – Харьков; 1998. 160с.
9. Андрющенко В.М., Морковкин В.В. Базовое лексикографическое знание и компьютер: К постановке задачи создания лексикографических процессоров // Машинный фонд русского языка: Предпроектные исследования. М., 1988. С. 4-40.
10. Марчук Ю.Н. Основы терминографии. М.: ЦИИ МГУ, 1992. 76 с.
11. Саковская Н.В. Новые информационные технологии в терминографии // Лексика, лексикография, терминография в русской, американской и других культурах. Иваново: ИГУ. 2005. 603 с.
12. Берков В.П. О словарях 21 века (из лексикографической футурологии) // Мир русского слова. М., 2000. 255 с.
13. Макаров Н.П. Полный французско-русский словарь. М.: Изд. 14, 1910. 1150 с.
14. Гак В.Г., Ганшина К.А. Новый словарь французского языка. М., 2006. 1194 с.
15. Словарь Мультитран. URL: [multitran.com](http://multitran.com) (дата обращения 20.05.2023)

16. Словарь французского языка Littré. URL: Dictionnaire Littré - Dictionnaire de la langue française (littre.org) (дата обращения 26.05.2023)
17. Левит З.Н. Лексикология французского языка. М., 1979. 148 с.

### References

1. Russian-French dictionary by L.V. Shcherba, M.I. Matusевич. (In Russ.). Available at: [http://www.mirsmartbook.ru/news/russko\\_francuzskij\\_slovar\\_shherba\\_1\\_v\\_matusевич\\_m\\_i\\_du\\_ss\\_m\\_f\\_1936g/2015-10-21-4668](http://www.mirsmartbook.ru/news/russko_francuzskij_slovar_shherba_1_v_matusевич_m_i_du_ss_m_f_1936g/2015-10-21-4668) (accessed 23.05.2023)
2. Encyclopedia Britannica. (In Russ.). Available at: <https://www.britannica.com> (accessed 20.05.2023)
3. Ushakov's Explanatory Dictionary. (In Russ.). Available at: <https://ushakovdictionary.ru/?ysclid> (accessed 19.05.2023)
4. Dictionary of foreign words of the Russian language. (In Russ.). Available at: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwords/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/) (accessed 20.07.2023)
5. The Great Soviet Encyclopedia. (In Russ.). Available at: <http://bse.ru/BSEOLD/03/1402.htm> (accessed 20.05.2023)
6. Stupin L.P. Lexicography of the English language. Moscow: Vysshaya Shkola; 1985. 168 p. (In Russ.)
7. Solntsev V.M. Language as a system-structural education. Moscow: 1977. 250 p. (In Russ.)
8. Dubchinskii V.V. Theoretical and practical lexicography. Vena – Khar'kov; 1998. 160 p. (In Russ.)
9. Andryushchenko V.M., Morkovkin V.V. Basic lexicographic knowledge and computer: To the formulation of the task of creating lexico-graphic processors. In: *Mashinnyi fond russkogo yazyka: Predproektnye issledovaniya = Machine fund of the Russian language: Pre-project research*. Moscow; 1988. P. 4-40. (In Russ.)
10. Marchuk Yu.N. Fundamentals of terminography. Moscow: TsII MGU; 1992. 76 p. (In Russ.)
11. Sakovskaya N.V. New information technologies in terminography. In: *Leksika, leksikografiya, terminografiya v russkoj, amerikanskoj i drugih kul'turah = Vocabulary, lexicography, and terminography in Russian, American, and other cultures*. Ivanovo: IGU; 2005. 603 p. (In Russ.)
12. Berkov V.P. About dictionaries of the 21st century (from lexicographic futurology). In: *Mir russkogo slova = The world of the Russian word*. Moscow; 2000. 255 p. (In Russ.)
13. Makarov N.P. Full French-Russian Dictionary. Moscow: Izd. 14;1910. 1150 p. (In Russ.)
14. Gak V.G., Ganshina K.A. The new French Dictionary. Moscow; 2006. 1194 p. (In Russ.)
15. Multitran Dictionary. (In Russ.). Available at: [multitran.com](http://multitran.com) (accessed 20.05.2023)
16. Littré French Dictionary. (In Russ.). Available at: Dictionnaire Littré - Dictionnaire de la langue française (littre.org) (accessed 26.05.2023)
17. Levit Z.N. The lexicology of the French language. Moscow; 1979. 148 p. (In Russ.)

## Информация об авторах / Information about the Authors

**Бурунский Владимир Маркович**, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии, Курский государственный университет, Курск, Российская Федерация,  
e-mail: vburun@yandex.ru

**Vladimir M. Burunsky**, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor at the Department of Romano-Germanic Philology, Kursk State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: vburun@yandex.ru

**Голубова Марина Юрьевна**, преподаватель, Курский государственный университет, Курск, Российская Федерация,  
e-mail: golubova-marina-marina@ya.ru

**Marina Y. Golubova**, Teacher, Kursk State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: golubova-marina-marina@ya.ru

**Чунихина Анна Александровна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры международных отношений и государственного управления, Юго-Западный государственный университет, Курск, Российская Федерация,  
e-mail: anya-chunihina@mail.ru

**Anna A. Chunihina**, Candidate of Sciences (Pedagogical) Science, associate professor at the department of International Relations and Public Administration  
South-West State University  
e-mail: anya-chunihina@mail.ru

## Оригинальная статья / Original article

УДК 81.271, 811.612.91

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-94-108>

## Strategies of Direct and Indirect Verbal Expression of Negative Evaluation in Russian and Vietnamese Political Discourse

Thi Minh Nguyet Nguyen<sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: minhnguyetbel@yandex.com

### Abstract

*The article examines strategies and tactics of verbal expression of negative evaluation frequently used in Russian and Vietnamese political discourse. The relevance of this research is underlined by the significant role of political discourse in societal and individual life, the lack of studies exploring pragmalinguistic aspects of Vietnamese political discourse, and the absence of comparative analysis of Russian and Vietnamese political discourse. The purpose of this work is to investigate the strategies and tactics of verbal expression of negative evaluation in Russian and Vietnamese political discourse, to delve into the tactics of implementing the main strategies, to identify similarities and differences in their application, and to explain the latter through politeness theory. The study is conducted on the material of parliamentary communication of the National Assembly of the Socialist Republic of Vietnam and the Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation. Methods used include descriptive, comparative, classification, functional-pragmatic methods, as well as content analysis. The findings show that Russian and Vietnamese politicians employ two basic strategies – direct and indirect expression of negative evaluation, along two auxiliary strategies of mitigation and intensification. Each strategy has a set of tactics, frequency of application of which differs between the two political discourses, but still generally adhere to norms of institutional political communication and the principle of politeness. Thus, the use and combination of various strategies and tactics of expressing negative evaluation in Russian and Vietnamese political discourse not only serve to express the speaker's negative attitude towards the object of evaluation and to influence the listener's attitude towards this object, but also contribute to fulfilling parliamentary functions and maintaining communicators' "face".*

**Keywords:** linguistic pragmatics; negative evaluation; speech act theory; political discourse; Vietnamese language; Russian language.

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

**For citation:** Thi Minh Nguyet Nguyen. Strategies of Direct and Indirect Verbal Expression of Negative Evaluation in Russian and Vietnamese Political Discourse. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2024; 14(3):94–108 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-94-108>.

Received 21.06.2024

Accepted 14.08.2024

Published 30.09.2024

© Thi Minh Nguyet Nguyen, 2024

## Стратегии прямого и косвенного вербального выражения отрицательной оценки в российском и вьетнамском политическом дискурсе

Тхи Минь Нгуен<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Московский государственный лингвистический университет,  
ул. Остоженка, д. 36, Москва 119034, Российская Федерация

✉ e-mail: minhnguyetbel@yandex.com

### Резюме

*В статье рассматриваются стратегии и тактики вербального выражения отрицательной оценки, часто применяемые в российском и вьетнамском политическом дискурсе. Актуальность исследования обусловлена важной ролью политического дискурса в жизни общества и индивидов, практическим отсутствием на момент проведения исследования трудов, раскрывающих прагмативно-лингвистический аспект вьетнамского политического дискурса, а также трудов, сопоставляющих российский и вьетнамский политический дискурс. Целью настоящей статьи является изучение стратегий и тактик вербального выражения отрицательной оценки с точки зрения их функционирования в российском и вьетнамском политическом дискурсе, детальное рассмотрение тактик реализации основных стратегий, выявление сходств и отличий в их применении и объяснение последних с точки зрения теории вежливости. Материалом исследования служат данные парламентской коммуникации Национального Собрания Социалистической Республики Вьетнам и Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Для анализа материала использовались такие методы, как описательный, сопоставительный, классификационный, функционально-прагматический, и контент-анализ. Результаты исследования показывают, что российскими и вьетнамскими политиками для выражения отрицательной оценки используются две основные стратегии – прямого и косвенного выражения отрицательной оценки, а также две вспомогательные стратегии – митигации и интенсификации отрицательной оценки. Каждая из стратегий располагает своим набором тактик реализации, частотность применения которых в российском и вьетнамском политическом дискурсе отличается, но демонстрирует общую тенденцию к соблюдению институциональности политической коммуникации и соблюдению принципа вежливости. Таким образом, в российском и вьетнамском политическом дискурсе применение и комбинация различных стратегий и тактик выражения отрицательной оценки не только служат цели сообщения о негативном отношении говорящего к объекту оценки, оказания влияния на отношение слушателя к этому объекту, но и нацелены на внесение вклада в исполнение функций парламента, а также на сохранение «лица» участников коммуникации.*

**Ключевые слова:** лингвопрагматика; отрицательная оценка; теория речевых актов; политический дискурс; вьетнамский язык; русский язык.

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

**Для цитирования:** Тхи Минь Нгуен. Стратегии прямого и косвенного вербального выражения отрицательной оценки в российском и вьетнамском политическом дискурсе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 94-108. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-94-108>.

Статья поступила в редакцию 21.06.2024

Статья подписана в печать 14.08.2024

Статья опубликована 30.09.2024

\*\*\*

### Introduction

The development of linguistic pragmatics in the 1960s marked the emergence of

the speech act theory. The classical understanding of the term “speech act” implies its consideration within a single utterance [1,

2]. Modern researchers frequently adhere to the interpretation of “speech act” (hereinafter - SA) as “an act of speech consisting in the purposeful utterance of a sentence by the speaker in a situation of direct contact with the listener” [3]. We, however, adhere to the point of view according to which SA is a complex speech action consisting of one or several utterances, performed by the addresser towards the addressee in certain communicative circumstances with certain communicative intentions [4].

Thus the SA of negative evaluation (hereinafter - SAoNE) is a complex speech action consisting of one or several utterances, performed by the addresser towards the addressee under certain communicative circumstances, the key intentions of the addresser when performing this speech action being reporting a negative attitude towards some object and influencing the addressee's attitude towards this very object.

However, negative evaluation can be contained not only in the SAoNE proper, but also, for example, in the framework of disagreement. When SAoNE is combined with other SAs, hybrid SAs occur. Hybrid SAs are complex because they simultaneously accomplish two or more illocutionary goals [5]. For example, a hybrid SA of disagreement - negative evaluation, in addition to disagreement, can express negative evaluation of what the other communicator said earlier, negative evaluation of the communicator, negative evaluation of the object under discussion, etc.

In the present study, investigating negative evaluation both within the framework of SAoNE proper and within the framework of hybrid SAs containing negative evaluation, we pursue the goal of studying and comparing linguocultural features of verbal expression of negative evaluation in Vietnamese and Russian political discourse through the prism of linguopragmatics.

## Materials and methods

The data of direct oral parliamentary communication were used as the research material. As the source of data, we used video recordings of meetings of the National Assembly of the Socialist Republic of Vietnam (hereinafter - Vietnam) and the Federation Council of the Russian Federation (hereinafter - Russia) from the Internet resource YouTube, which are uploaded there by the official media of Vietnam and Russia. The choice of the discourse of only one of the chambers of the Russian double-chambered parliament (the Federal Assembly), namely the discourse of the Federation Council, as the material of the discourse is explained by the fact that the functional nature of this chamber is as close as possible to the functions of Vietnam's National Assembly in terms of the dominance of the representative, legislative and regulatory functions over other functions of the parliament, for example, the struggle for power and its retention, which makes the comparison of the two discourses more appropriate.

Using the method of discourse analysis, communicative situations with the SAoNE were identified. A total of 71 videos of Vietnam's National Assembly meetings with a total duration of about 203 hours and 80 videos of Russia's Federal Council meetings with a total duration of 205 hours were analyzed.

## Results

In the present study, we propose to understand by “communicative strategy” the general orientation of communicative actions aimed at fulfilling the communicative intentions of the speaker, as well as the set, plan and structure of realization of specific communicative actions developed by the speaker taking into account the communicative situation. Specific communicative tasks, directions, stages, techniques and means are

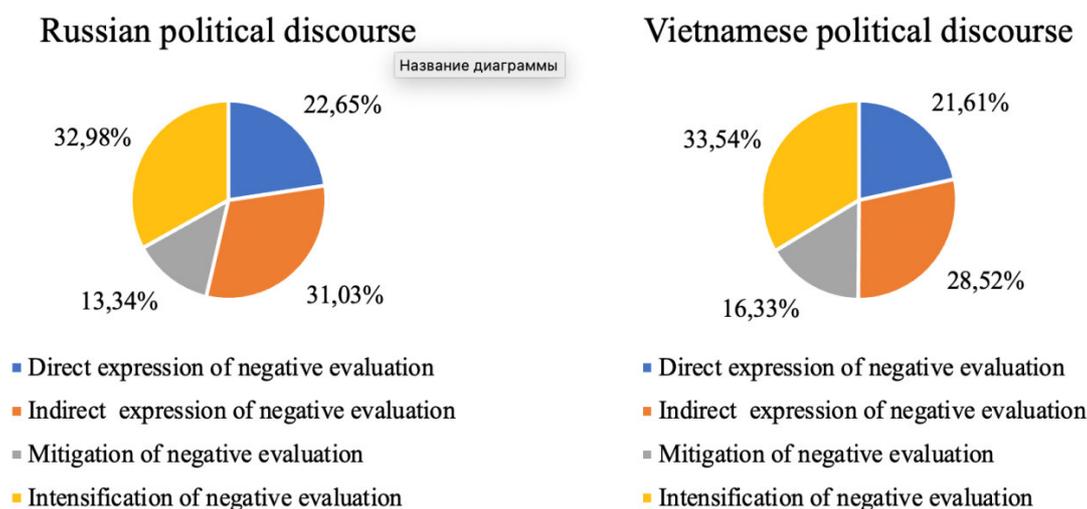
united in the concept of “communicative tactics”.

Based on the data obtained from the analysis of the material, we have identified 4 strategies and 24 tactics that members of Vietnam's National Assembly and Russia's Federal Council apply when expressing negative evaluation.

Four strategies for expressing negative evaluation in Vietnamese and Russian political discourse are direct expression of negative evaluation, indirect expression of negative evaluation, intensification of negative evaluation, and its mitigation (fig. 1). In this case, we consider the strategies of direct or indirect expression of negative evaluation as the basic ones, and the strategies of mitigation or intensification as auxiliary ones, since the latter seem to be “overlying” the negative evaluation expressed directly or indirectly and cannot function independently without the basic strategies.

Comparing the data on the frequency of use of the four strategies mentioned above in

Russian and Vietnamese political discourse, we can conclude that there are some specific features of verbal expression of negative evaluation in the political discourse of the two countries, namely: 1) negative evaluation is more often expressed by politicians indirectly than directly; 2) the strategy of intensification of negative evaluation, being an auxiliary strategy, still ranks first in terms of frequency of use by both Russian and Vietnamese politicians, accounting for almost 1/3 of the total number of all strategies used; 3) while in Russian political discourse intensification of negative evaluation is used almost 2.5 times more often in comparison with its mitigation, in Vietnamese political discourse this coefficient only equals to 2; 4) in general, Russian politicians implement auxiliary strategies for expressing negative evaluation less often (46.32%) than their Vietnamese colleagues (49.85%).



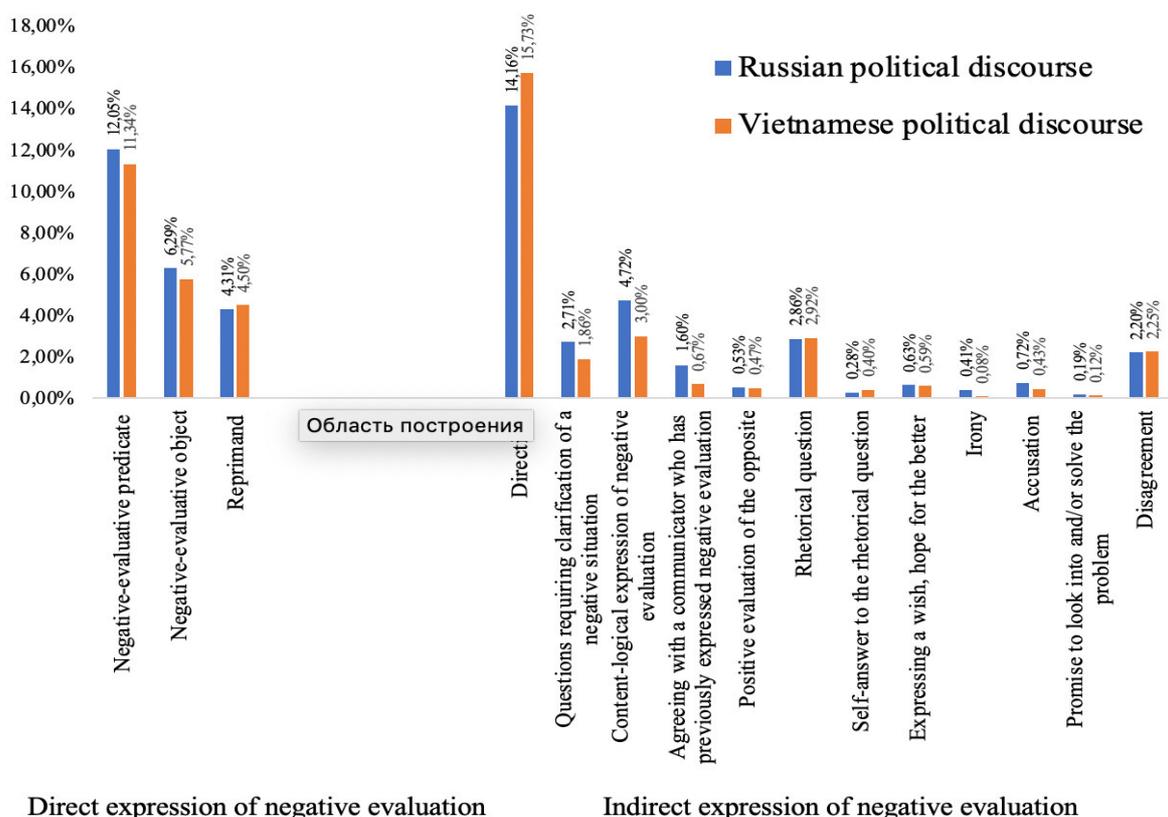
**Fig. 1.** Frequency of implementation of various strategies of verbal expression of negative evaluation in Russian and Vietnamese political discourse

While we have identified four strategies for expressing negative evaluation, only the basic strategies and tactics of their implemen-

tation will be discussed in detail in this paper due to word count limitations (table 1).

**Table 1.** Basic strategies and tactics of verbal expression of negative evaluation in Russian and Vietnamese political discourse

Strategies	Tactics
Direct expression of negative evaluation	Reprimand
	Negative-evaluative predicate
	Negative-evaluative object
Indirect expression of negative evaluation	Directives
	Questions requiring clarification of a negative situation
	Content-logical expression of negative evaluation
	Agreeing with a communicator who has previously expressed negative evaluation
	Positive evaluation of the opposite
	Rhetorical question
	Self-answer to the rhetorical question
	Expressing a wish, hope for the better
	Irony
	Accusation
	Promise to look into and/or solve the problem
	Disagreement



**Fig. 2.** Frequency of implementation of different tactics of verbal expression of negative evaluation in Russian and Vietnamese political discourse

Comparing the tactics related to the strategies of direct or indirect expression of negative evaluation in Russian and Vietnamese political discourse, one can observe both common features and differences (fig. 2).

### Strategy of direct expression of negative evaluation

Negative evaluation is direct when it is expressed using the lexicon with negative evaluativity, regardless of the lexical units' position (predicative or not). The expression is defined as indirect when such lexicon is not used at all. The most frequent tactic of direct expression of negative evaluation in both Vietnamese and Russian political discourse is the use of negative-evaluative predicate (Example 1). The second and third places are occupied by the tactics of using negative-evaluative object (i.e. negative nomination of the object of evaluation) (Example 2) and reprimand (mainly expressed by negative-evaluative performatives) (Example 3).

Example 1: “Vấn đề thứ 2, cho rằng lấy thời gian để xét xử vụ án để đánh giá giá trị công lý tôi cho rằng **không toàn diện, không chính xác**. Không chỉ việc chúng ta lấy thời gian kéo dài một năm để xét xử vụ án cho rằng như thế là bảo vệ công lý tôi cho rằng hoàn toàn **không khách quan, không biện chứng**” (Secondly, I think that judging the value of justice by the timing of a case, I think it's **not comprehensive, not right**. Saying that a year-long case review is a guarantee of fairness, I think, is completely **biased, unproven**).

Example 2: “Bên cạnh đó là những **bất cập** về cải cách, về thay đổi chương trình và các mức học phí của các bậc học, **vấn đề** học phí và kinh phí đào tạo trong thời kỳ kinh tế hiện nay nói chung đang bất ổn từ nhiều khía cạnh, và được rất nhiều bậc phụ huynh hay nhân dân quan tâm” (In addition, there are also **inconsistencies** in reforms, changes in programs and tuition fees at different levels of education, the **problems** of tuition fees and education costs in the current economic environment which are generally not stable

and are of interest to many parents and people in general).

Example 3: “Cái gì khó khăn thì là đẩy ra cho tổ chức, cho người khác, cho bên ngoài. Mà cái biểu hiện rất rõ. Mà biểu hiện này là... **tôi phê bình** các vị đại biểu là chưa đọc Nghị quyết Trung ương 7 giữa nhiệm kỳ. Hôm qua chưa ai nói đến trung ương 7 là cái gì cả. Mà có một bài phát biểu quan trọng của đồng chí Tổng Bí thư nói rõ những biểu hiện này, thậm chí nói rõ hơn đại biểu quốc hội ở đây” (Everything that is difficult is shoved off to organizations, to other people, to the outside. And there are very clear manifestations [of such a trend]. Regarding such signs... **I criticize** members of parliament for not having read the Central Committee Resolution No. 7, which was issued in the middle of the current term. No one mentioned anything at all about Resolution No. 7 yesterday. But it contains a speech by comrade General Secretary, which clearly indicated these manifestations, even more clearly than it was said by some MPs present here).

It is worthy of note that there is disagreement among scholars as to whether descriptive meanings should be clearly distinguished from evaluative meanings. We adhere to the point of view of V.N. Telia, according to which both evaluative proper and descriptive lexicon which have developed evaluative connotations over time can possess evaluative meaning: the only difference is that in evaluative proper lexicon the evaluative meaning is primary in relation to the descriptive one [6]. It is also noteworthy that the analysis of both Russian and Vietnamese political discourse has shown that evaluative proper vocabulary is not often used to express negative evaluation in general. There was not a single case of the use of the lexemes “tốt” (good), “xấu”, “tệ” (bad) found in the Vietnamese material. The only identified evaluative proper lexeme, “tiêu cực” (negative), is not frequent (1.06%), being more frequent in the negative-evaluative object (0.8%) than in the negative-evaluative predicate (0.26%). The negative-evaluative

predicate is mostly expressed using descriptive vocabulary. Meanwhile, the Russian material showed some communicative situations with the use of evaluative proper vocabulary to express negative evaluation, however, their frequency is extremely low (0.25%). In general, for negative-evaluative predicates and objects, Russian parliamentarians, like their Vietnamese colleagues, prefer descriptive vocabulary. We are inclined to explain this fact by the fact that the evaluative proper vocabulary is much inferior to the descriptive lexicon in terms of its number in the languages.

### **Strategy of indirect expression of negative evaluation**

Avoiding direct expression of negative evaluation, i.e., choosing the strategy of its indirect expression, the members of Vietnam's National Assembly and senators of Russia's Federal Council choose between such tactics as: the use of directives; questions requiring explanation a negative situation (Example 4); content-logical expression of negative evaluation (Example 5); agreement with a communicator who has previously expressed negative evaluation (Example 6); positive evaluation of the opposite (Example 7); rhetorical question (Example 8); self-answer to rhetorical question (Example 9); expression of a wish, hope for the better (Example 10); irony (Example 11); accusation (Example 12); promise to look into and/or solve the problem (Example 13); mention of measures that have been or will be taken to solve the problem that received a negative evaluation (Example 14); and disagreement (Example 15).

It is worthy of note, that Russian and Vietnamese political discourse share the list of the least common tactics (in frequency descending order), including agreement with a communicator who has previously expressed a negative evaluation, expression of a wish, hope for the better, positive evaluation of the opposite, accusation, irony, self-answer to a rhetorical question, promise to look into, solve the problem.

Moreover, sets of means for implementation of tactics of using directives to indirectly express negative evaluation are highly differentiated. When using directives, MPs make proposals for taking certain actions (Example 16), preventing or stopping certain actions (Example 17), and may also suggest that the communicator better study the situation (Example 18).

Besides, disagreement classified as a tactic of avoiding negative evaluation, which is a part of the strategy of indirect expression of negative evaluation, may obviously cause some doubt, because disagreement may not always contain negative-evaluative meaning, especially if its expression is only limited to use of lexical units with the meaning of disagreement or expression of a point of view that is opposite to the one expressed earlier by another communicator. We also acknowledge that disagreement differs from negative evaluation in that it (disagreement) as a speech act is reactive [7], while negative evaluation as a speech act does not necessarily require for its expression a communicative move made previously by another communicator. However, as it has already been said, the material of our study of negative evaluation included only those communicative situations where the complex speech act of disagreement-negative evaluation was expressed. In such communicative situations, the speaker usually disagrees with another communicant's evaluation of some object, expressing his disagreement by means of a negative evaluation of a previously positively evaluated object, a negative evaluation of another communicator's actions or statements, or a negative evaluation of another communicator.

It is also worth noting that politicians use different verbal means to implement different strategies and tactics, the frequency of use of which may differ significantly between the two mentioned parliamentary discourses; and sometimes a verbal means of expressing negative evaluation, which often appears in the parliamentary discourse of one country, may not be used at all in the

parliamentary discourse of the other. For example, while members of Russia's Federal Council can interrupt a communicator by expressing disagreement, which in turn is one of the tactics of indirect expression of negative evaluation, this means is not used by members of Vietnam's National Assembly. There were also no cases of Vietnamese politicians using such verbal means of expressing negative-evaluative meaning as refusal to comment, correction of what was said by another communicator, suggestion to agree-to-disagree, joke and threat.

Example 4: “Tình trạng ùn tắc của các tuyến cao tốc sẽ vẫn tiếp tục diễn ra, nếu như cầu Xương Giang chưa được mở rộng. Vậy đề nghị thủ tướng quan tâm, và *xin bộ trưởng cho biết trong nhiệm kỳ này 2 nút thắt trên liệu có giải quyết được không?*” (Congestion on highways will continue to occur if the Xuong Giang Bridge is not widened. So, I ask the Prime Minister to look at this problem and *I ask the minister to answer whether it will be possible to untie these two tightly tied loops during the current term of office?*).

Example 5: “Как мы знаем, в 2012 году был принят закон, в соответствии с которым единый налог на вмененный налог отменялся с 1 января 2018года, и предполагалось, что он будет заменен другими специальными налоговыми режимами, например патентной системой. *Однако этого не произошло, и единый налог на вмененный доход до настоящего времени остается очень востребованным среди субъектов малого бизнеса, и даже стали поступать обращения от предпринимателей с просьбой его не отменять*” (As we know, a law was passed in 2012, according to which the unified tax on imputed tax was abolished from January 1, 2018, and it was assumed that it would be replaced by other special tax regimes, such as the patent system. *However, this did not happen, and the single tax on imputed income is still very much in demand among small businesses, and there*

*have even been appeals from entrepreneurs asking not to cancel it*).

Example 6: “*Я бы поддержала аудитора Счетной палаты, полностью согласна с выводами*. Не надо вуалировать. Четкие показатели по годам – вот это программа. А если этого нет, то это набор благих пожеланий, за которые никто не будет отвечать, потому что отвечать не за что. Нет конкретных показателей – нет конкретных планов по их реализации и конкретных мер. Поэтому есть над чем работать” (*I would support the auditor of the Audit Chamber, I fully agree with the findings*. We can't veil it. Clear metrics by year - that's the program. And if there're none, then it's just a set of well-meaning wishes that no one will be held accountable for because there's nothing to be held accountable for. No concrete indicators mean no concrete plans for their implementation and no concrete measures. So, there's a lot to work on).

Example 7: “Тôi thấy chúng ta hay đặt ra những vấn đề chỉ tiêu về kế hoạch xét xử tháng chín hàng năm ở các cơ quan tư vấn. Và đặc biệt là tòa án kiểm sát thì hành án là thông thường là báo cáo về các cái việc thực hiện kế hoạch. Kế hoạch làm việc thì có, nhưng cái kế hoạch xét xử tôi nghĩ cần phải nghiên cứu lại. *Chúng ta xem là có những cái phiên tòa ở một số nước ấy người ta có thể kéo dài cả năm. Công lý vậy cơ mà!*” (I see we, in the courts, often, every September, raise the issue of the figures for the number of cases processed. Reports on the fulfilment of plans are particularly common in the prosecutor's supervision of the enforcement of sentences. The work plan is necessary, but regarding the plan for the number of cases handled, I think we need to reconsider that. *Just look at some countries where there are cases being processed by the court for years. That's what justice means!*).

Example 8: “К примеру, сегодня мы в очередной раз попытаемся обмануть себя совершенствованием законодательства в сфере борьбы с коррупцией, рассматри-

вая в том числе изменения в Федеральном законе “О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам”. *Кого мы обманываем? Исполнительная власть обманывает законодательную или наоборот, или взаимно?”* (For example, today we will once again try to deceive ourselves with the improvement of legislation in the field of combating corruption, considering, among other things, amendments to the Federal Law “On control over the conformity of persons holding public office and other persons' expenditures to their incomes”. *Who are we fooling? Is the executive branch fooling the legislative branch, or vice versa, or reciprocally?*).

Example 9: “Và tỷ lệ oan sai này nó liên quan đến một cái tỷ lệ rất quan trọng. Là liệu có hay không có tỷ lệ công lý? Công lý thì làm sao có tỉ lệ? *Công lý là một thứ gì đó vĩ đại lắm, thiêng liêng, hoàn hảo lắm, tròn trịa.* Làm sao có tỷ lệ công lý được? *Công lý là công lý*” (This wrongful conviction rate is related to another important factor. Is there a target coefficient of justice/ fairness? How can fairness have a coefficient? *Justice is something so great, so sacred, so perfect, so fulfilling.* Where would the fairness coefficient come from? *Justice is justice*).

Example 10: “*Мне хочется верить, что это уже последняя донастройка в плане часовых поясов.* Это первое. Второе – решения такие внесли регионы сами, органы власти регионов. Ваши рассуждения справедливы, и *я надеюсь, что это уже последние изменения и мы уж успокоимся по этому поводу*” (*I would like to believe that this is the last fine-tuning in terms of time zones.* That's the first thing. Secondly, these decisions were made by the the regions themselves, the regional authorities. And they say that the people want it that way, the people demand it. Your reasoning is valid, and *I hope this is the last of the changes and we'll settle down about it*).

Example 11: “Один из нашумевших законов нынешнего года, который *власть подарила гражданам России*, – это закон о фейковых новостях. Те же силы, что повышали пенсионный возраст, вводили “мусорную” реформу, повышали налоги, очень боятся критики в свой адрес” (One of the sensational laws of this year, which *the authorities gifted to Russian citizens*, is the law on fake news. The same forces that raised the retirement age, introduced the “garbage” reform, and raised taxes are very afraid of criticism of their own).

Example 12: “[...] công bằng mà nói *không thể không nói đến trách nhiệm của ngành kiểm sát nhân dân và các viện trưởng viện kiểm sát nhân dân.* Vì xét cho cùng nếu có phẩm chất, có bản lĩnh chính trị, pháp lý vững vàng thì vẫn có thể vượt qua cửa ải khó khăn để gìn giữ và nâng cao vị thế bằng công việc, tâm lực của mình” ([...] to be fair, *we can not ignore and say nothing about the responsibility of the people's prosecutor's office and the heads of its organs.* After all, at the end of the day, if you have good qualities and a strong political and legal position, you can still overcome challenges to maintain and strengthen your position through your own labor and dedication).

Example 13: “Валентина Ивановна, я не знаю, ответил, не ответил на этот вопрос. *Я буду заниматься глубоко этой темой, я Вам обещаю.* И я человек слова, я точно Вам скажу, что ситуация там изменится” (Valentina Ivanovna, I don't know whether my answer to your question was satisfactory. *I will deal with this topic in depth, I promise you.* And I am a man of my word, I am telling you for sure that the situation there will change).

Example 14: “Мы, в свою очередь, в течение всего этого периода на всех площадках, в том числе и на площадке Совета Федерации, кстати сказать, с участием депутатов Государственной Думы, *неоднократно предупреждали американские власти в том числе и о том, что,*

*если они в практическом плане начнут это все производить, мы будем вынуждены принимать адекватные меры зеркального характера*, что, собственно говоря, и было сделано буквально через несколько дней после того, как министерство юстиции Соединенных Штатов Америки такого рода меры применило. Не мы открывали это пространство для такого рода конфронтации, это было сделано в Вашингтоне. Вот те, кому что-то не нравится, пусть Вашингтон совестят” (For our part, during this entire period, *we have repeatedly warned the American* authorities at all forums, including on the level Federation Council, in between, with the participation of State Duma members, *that if they the States begin to produce all of that in practical terms, we will be forced to take adequate mirror measures*, which, in fact, was done just a few days after the United States Department of Justice applied such measures. We were not the one to open the space for such kind of confrontation, it was done by Washington. Those who don't like it, go and call for remorse from Washington).

Example 15: “И второе. Вы заявляете публично (у нас идет прямая трансляция): “Вы мне не предоставили, не дали возможность задать вопрос”. Людмила Борисовна, я что-то нарушила? Я строго по порядку предоставляла возможность задать вопрос. Но Регламент есть Регламент, я должна его соблюдать. Поэтому и такие заявления делать некорректно” (And secondly. You stated publicly (we have a live broadcast here): “You didn't give me the opportunity to ask a question”. Ludmila Borisovna, did I do anything wrong? I was acting strictly on a first-come, first-served basis when providing you with opportunity to ask questions. But rules are rules, I have to abide by them. Therefore, it is also incorrect to make such statements).

Пример 16: “Валерий Владимирович, я Вас очень прошу, *давайте еще раз посмотрим*. Если это право регионов, пусть делают регионы. *Пусть это будет*

*на правах социального жилья до 30 лет* (я не знаю, до какого лучше возраста, надо посоветоваться), чтобы детей не обманывали, чтобы это жилье было за ними. Надо пересмотреть эти условия, норму” (Valery Vladimirovich, I ask you strongly, *let's take another look at this*. If it is the right of the regions, let the regions do it. *Let it be on social housing rights until age 30* (I don't know what is the best age, we should conduct consultations) so that the children are not cheated out of their housing. We need to revisit these conditions, the norm).

Example 17: “Cần tránh trường hợp việc thu hồi sách chỉ diễn ra cục bộ ở từng địa phương, từng bộ sách và tránh việc sử dụng học liệu thiếu tính nhất quán, cần phải có phương án dạy cho trẻ lớp một thống nhất tại các nhà trường trên toàn quốc” (We should not allow textbook revocation to be conducted only scatteredly, by individual textbooks, nor should we allow inconsistent use of teaching material, we should develop strategies for unified teaching of first grade students for the whole country).

Example 18: “*Tôi đề nghị đại biểu Diệm Thuý vừa phát biểu đọc lại luật giáo dục đại học*. [...] Chúng ta, những đại biểu Quốc hội, vừa mới thông qua luật giáo dục đại học, ở khoản 1 điều 20 quy định rất rõ ràng như vậy, *mà bây giờ cứ biện minh, thanh minh thanh nga* rằng là đây là là là có cơ sở pháp lý” (*I suggest that MP Zieu Thuy, who just gave a speech, reread the law on higher education*. [...] We, the deputies of the National Assembly, recently passed the Law on Higher Education, Article 20, paragraph 1 is so clear, and *now here you are, saying, justifying it in this and that way*, that this action [the debate is about the legality of removing the rector of one of the state universities in the SRV] has legal grounds).

Strategies and tactics for expressing negative evaluation can be combined. For instance, in Example 1, negative evaluation is expressed directly with a negative-evaluative predicate, but with mitigation in

the form of a combination of a negation marker and antonymous positive-evaluative predicates (“không toàn diện” – “not comprehensive”, “không chính xác” – “inaccurate”) that replace the negative-evaluative predicates (which could be “phiên diện” – “one-sided”, “sai” – “wrong”). Taking a look at Example 19, we can see that it combines the tactic of using a negative-evaluative object (which serves the strategy of direct expression of negative evaluation) and the tactic of rhetorical question (which serves the strategy of indirect expression of negative evaluation).

Example 19: “Мне бы хотелось обратиться к Министерству финансов, к Правительству: после такой победы (Степан Михайлович рассказывал о том воодушевлении, которое мы испытывали) я вижу прямое неисполнение поручения Президента Российской Федерации. *Как можно реально говорить о движении вперед, когда поручения не выполняются?*” (I would like to address the Ministry of Finance and the Government: after such a victory (Stepan Mikhailovich spoke about the enthusiasm we felt), I see a direct failure to fulfill the order of the President of the Russian Federation. *How can you really talk about moving forward when the assignments are not being fulfilled?*).

Example 19 is also a good illustration of the reason why we distinguish direct/indirect expression of a negative evaluation from its explicit/implicit expression. According to V.Z. Demyankov, the explicitness/implicitness of any meanings expressed in speech should be judged on the basis of the following criteria: 1) mentioning something at least in a hint; 2) high clarity of boundaries in this mentioning; 3) degree of specificity; 4) direct naming of the subject of speech [8]. K.A. Dolinin considers the content of an utterance explicit if it is “directly expressed by the set of linguistic signs of which this utterance is composed” [9]. According to K.V. Panteeva [10], evaluation is explicit “if evaluative meanings are derived directly from the linguistic units of the text”.

Implicit is the content that is “guessed by the recipient” [11], “formed from the presupposition, context and implicature”<sup>1</sup>. However, as it was mentioned earlier, the speech act of negative evaluation can be expressed not only by one, but also by several utterances, therefore, the explicitness of the expressed negative-evaluative meaning should be examined in a complex approach. For example, when considering a negative evaluation expressed in the form of a rhetorical question, if we limit the analysis to only one statement (i.e. the rhetorical question itself), then we would have an implicit expression of negative-evaluative meaning. In reality, however, politicians rarely limit themselves to a single utterance when verbally expressing the speech act of negative evaluation. A rhetorical question is often asked together with other statements explicitly expressing a negative attitude towards the object of evaluation. In such communicative situations, it is more appropriate to define the speech act of negative evaluation as explicit (Example 19).

Moreover, explicit negative evaluation can be expressed not only directly, for example, when using performatives with negative-evaluative meaning for reprimand (Example 3), but also indirectly, for example, when comparing the object of evaluation with another, positively evaluated object (Example 20) or when urging other communicators to express negative evaluation towards an object (Example 21).

Example 20: “Сербия – это анклав в центре Европы, где наше присутствие должно быть мощным в идеологическом, в любом плане. *Сегодня турки активно работают, заявили уже на телевидение сегодня в Белграде. Но мы ничего не*

<sup>1</sup> Akimova I. Ways of expressing implicit information of artistic discourse (based on the works of V. Nabokov): abstract of dis. ...cand. philol. sci. Moscow, 1997; Ermakova E. Implicitness in the artistic text (based on Russian an English prose of psychological and fantastic realism): abstract of dis. ... cand. philol. sci. Saratov, 2010.

*делаем в этом плане. Я говорю это реально, потому что бываю там несколько раз в месяц и вижу, что происходит, и вопросы остаются как-то абсолютно нерешенными*” (Serbia is an enclave in the center of Europe where we must be present powerfully in terms of ideology, in any terms. *The Turks are active today, they have already announced themselves on television today in Belgrade. But we, on the contrary, are not doing anything.* I say, this is a real matter, because I travel there several times a month and I see what is going on, and the issues remain somehow completely unresolved).

Example 21: “Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации *призывает* Организацию Объединенных Наций, Организацию по безопасности и сотрудничеству в Европе, Бюро по демократическим институтам и правам человека, Парламентскую ассамблею ОБСЕ и парламенты государств – участников ОБСЕ, Парламентскую ассамблею Совета Европы и Европейский парламент *осудить действия властей Украины*, нарушающие избирательные права граждан Российской Федерации и общепризнанные нормы и принципы международного права” (The Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation *calls on* the United Nations, the Organization for Security and Cooperation in Europe, the Office for Democratic Institutions and Human Rights, the OSCE Parliamentary Assembly and parliaments of OSCE participating States, the Parliamentary Assembly of the Council of Europe and the European Parliament *to condemn the actions of the Ukrainian authorities* that violate the electoral rights of citizens of the Russian Federation and the universally recognized norms and principles of international law).

Thus, when analyzing verbal strategies and tactics of negative evaluation expression, it is more appropriate to divide strategies into direct or indirect ones, since they are connected directly with the formal plan of utterances, and to judge about explicitness

or implicitness on the basis of the illocutionary force created by the complex of utterances that constitute the speech act of negative evaluation.

It is worth noting that the most frequent tactic of expressing negative evaluation, i.e. making proposals for actions, belongs to the strategy of indirect expression of evaluation. According to R. Hare [12], it is the prescriptive function that distinguishes evaluative statements from factual ones, the prescriptive function being the next but optional step after descriptive characterization. For this reason, it is not surprising that in both Russian and Vietnamese parliamentary discourse, negative evaluation is often indirectly expressed through proposals to implement actions aimed at eliminating the existing negative situation. When making such proposals, Russian and Vietnamese politicians use the modality of obligation, underlining what should be done (Example 17).

The analysis of Russian and Vietnamese political discourse has shown that the strategy of indirect expression of negative evaluation ranks first in terms of frequency of use in both Russian and Vietnamese political discourse. In our opinion, this is due to the collectivist feature, which Russian and Vietnamese cultures have in common [13, 14], thus attaching significance to the preservation of “face” in both cultures. By expressing a negative evaluation, politicians simultaneously pursue three goals – to express a negative evaluation of an object, to affect the hearer's attitude towards the object of evaluation, and to observe the rules of politeness to save their “face”. The latter is interpreted within the framework of traditional politeness theory as “negative face”, i.e. “the desire for autonomy, which gives the opportunity to realize one's intentions unhindered” [15]. However, it is worth noting that in Vietnamese linguoculture “face” is predominantly positive because it is associated not so much with a person's desire to preserve his autonomy and freedom of judgment, but with his desire to receive approval and positive evaluation from others [16]. In addition,

indirect expression of negative evaluation also helps Vietnamese politicians to preserve the “face” of other communication participants, both immediate and potential, who could relate to the object of negative evaluation, thus preserving their own “face”, because in Vietnamese linguoculture “face” is shared between the individual and the community he belongs to, i.e. it is their common property [16]. This statement could lead to the assumption that in Vietnamese political discourse the strategy of indirect expression of negative face should be used more often than in Russian political discourse, but the results of the analysis show the opposite: the frequency of indirect expression of negative evaluation in Vietnamese political discourse is 28.52%, while in Russian political discourse it is 31.03%. However, on the other hand, Vietnamese politicians more often apply tactics of mitigating negative evaluation, which precisely indicates their desire to avoid damaging their own “face” and the “face” of the interlocutor and/or other persons who could be potentially involved in the communicative situation.

Furthermore, not all of the most frequent tactics (negative-evaluative predicate, negative-evaluative object, and reprimand) serve the most frequent strategy – the strategy of indirect expression. In addition, although the strategy of direct expression of negative evaluation is less frequently used by politicians of both countries compared to the indirect strategy, the difference in the frequency of their use is not enormous: in Russian political discourse negative evaluation is expressed indirectly almost 1.4 times more often than directly, and in Vietnamese - 1.3 times more often. The fact of relatively frequent use of the strategy of direct expression of negative evaluation is explained by the functions of the parliament prescribed in the constitution of the countries, namely representative, legislative, financial and budgetary, as well as controlling functions [17]. In order to effectively fulfill these functions, parliamentary discourse requires clarity and absence of ambiguity, objectivity and impar-

tiality, which, in fact, corresponds to the direct expression of assessment.

## Conclusion

In Russian and Vietnamese political discourse negative evaluation is expressed verbally with two basis strategies – direct or indirect, in addition to which auxiliary strategies of mitigating or intensifying negative evaluation are also used. The tactics of indirect expression of negative evaluation are more varied than those of the indirect strategy. Although both Russian and Vietnamese politicians prefer the strategy of indirect expression of negative evaluation, of the five most common tactics for expressing negative evaluation, three belong to the strategy of direct expression of negativity (negative-evaluative predicate, negative-evaluative object, and reprimand), and only two serve the strategy of indirect expression of negative evaluation (directives and content-logical expression of negativity). The least frequent in Russian political discourse are the tactics self-answer to a rhetorical answer and promise to look into and/or solve the problem, while in Vietnamese political discourse the least frequent are the tactics of promise to look into and/or solve the problem and irony.

It should be taken into account that different strategies and tactics of expressing negative evaluation can be combined with each other, as well as with non-verbal elements, which should also be considered during the course of linguopragmatic analysis of discourse. Besides, we can only judge about the implicitness/explicitness of the SAoNE when analyzing this SA as a complex speech act consisting of several utterances.

In the present study, while considering mainly the verbal aspect of expressing negative evaluation, we are nevertheless aware of the fact that the category of evaluation is not exclusively linguistic. After all, evaluation is the attitude of the subject to the object of evaluation, i.e. the result of correlation of the object of evaluation with the value system. The subject may or may not express an

evaluation. If evaluation is not expressed, it remains “part of the process of cognition, a cognitive act that allows the subject to identify the value of the object and establish his/her attitude towards it” [18]. Even when evaluation is expressed, explicitly or implicitly, its expression can be nonverbal as well

as verbal. Having analyzed only the most frequently used verbal ways of expressing negative evaluation in Russian and Vietnamese political discourse, we fully understand the need to continue our research in relation to other strategies and tactics.

## References

1. Austin J.L. Word as an action. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike = New in foreign linguistics*. 1986;(17):22-129. (In Russ.)
2. Searle D.R. *Classification of illocutionary acts = New in foreign linguistics*. 1986;(17):170-194. (In Russ.)
3. Kobozeva I.M. Speech acts theory as one of the variants of the theory of speech activity. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike = New in foreign linguistics*. 1986;(17):7-22. (In Russ.)
4. Pei Xianglin. Expression of negative evaluation as a complex multi- purpose speech act (based on Russian and chinese). *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki = Vestnik of Moscow state Linguistic university. Humanities*. 2021;9(851):190–202. [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2021\\_9\\_851\\_190](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_9_851_190) (In Russ.)
5. Trofimova N.A. Expressive speech acts in dialogue discourse. Semantic, pragmatic, grammatical analysis. St. Petersburg.: VVM, 2008. (In Russ.)
6. Teliya V.N. Cognitive aspect of nominative units' semantics. Moscow; 1986. (In Russ.)
7. Thi Minh Nguyet Nguyen. Verbal disagreement strategies in political discourse (on the material of Vietnamese parliamentary discourse). *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki = Vestnik of Moscow State Linguistic university. Humanities*. 2022;6(861):99–106. [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2022\\_6\\_861\\_99](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2022_6_861_99) (In Russ.)
8. Demyankov V.Z. About techniques of understanding implicitness of speech. In: *Semantiko-diskursivnyye issledovaniya yazyka: Eksplitsitnost/implitsitnost vyrazheniya smyslov: materialy mezhdunar. nauch. konf. = Semantics-discursive studies of language: Explicitness/implicitness of the expression of meanings: materials of the international scientific conf.* Kaliningrad. 2006. P. 34-52. (In Russ.)
9. Dolinin K. Interpretation of text: the French language. Moscow: KomKniga; 2005. (In Russ.)
10. Panteeva K.V. Rational and Emotional Evaluation: Is It All about Expressiveness? *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2020;18:47-58. <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2020-18-3-47-58>
11. Borisova E. About ways to extract implicit information. *Skrytyye smysly v yazyke i kommunikatsii = Hidden meanings in language and communication*. 2006:113-122. (In Russ.)
12. Hare R. *The Language of Morals*. Oxford, 1963. Online edn, Oxford Academic, 1 Nov. 2003.
13. Leontiev V.V. The "dark side" of politeness: historical and pragmatic analysis of nominations of its subjects in Russian linguoculture. *Mir lingvistiki i kommunikatsii: elektronnyy nauchnyy zhurnal = The World of Linguistics and Communication: an electronic scientific journal*. 2018;(54):132-162. (In Russ.). Available at: [http://www.tverlingua.ru/archive/054/6\\_54.pdf](http://www.tverlingua.ru/archive/054/6_54.pdf)
14. Xuan L.T.T., et al. Collectivist Culture And Empathy Evocation In Vietnamese Advertising. *Proceedings of the 8<sup>th</sup> World Conference on Media and Mass Communication*. 2023;(7):88-104. <https://doi.org/10.17501/24246778.2023.7106>

15. Germanova N., Pei X. The concept of face in the Chinese collective culture. *Cognitive Studies of Language*. 2021;(1):299–305. (In Russ.).
16. Nguyen T.M.N. The concept of face in Vietnamese culture. *Ethnopsycholinguistics*. 2022;4(11):53-62. <https://doi.org/10.31249/epl/2022.04.04>
17. Yamamoto H. Tools for parliamentary oversight: A comparative study of 88 national parliaments. Switzerland: Inter-Parliamentary Union, 2007. Available at: <http://www.ipu.org/PDF/publications/oversight08-e.pdf>
18. Ivin A. Foundations of logics of values. Moscow: Izdatel'stvo Moskovskogo Universiteta; 1970. (In Russ.)

### Информация об авторе / Information about the Author

**Тхи Минь Нгуэт Нгуен**, преподаватель, кафедра восточных языков, переводческий факультет, Московский государственный лингвистический университет, г. Москва, Российская Федерация,  
e-mail: [minhnguyetbel@yandex.com](mailto:minhnguyetbel@yandex.com)  
ORCID: 0009-0002-2018-7071

**Thi Minh Nguyet Nguyen**, Lecturer, Department of Oriental Languages, Faculty of Translation and Interpreting, Moscow State Linguistic University, Moscow, Russian Federation,  
e-mail: [minhnguyetbel@yandex.com](mailto:minhnguyetbel@yandex.com)  
ORCID: 0009-0002-2018-7071

УДК 378.016:811.161

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-109-120>



## Экскурсионный квест как инструмент развития социокультурной компетенции иностранных обучающихся

И.О. Амелина<sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: amelina.i.o@yandex.ru

### Резюме

Статья посвящена раскрытию особенностей квест-технологии в образовательном процессе, проведения «живого» экскурсионного квеста для развития социокультурной компетенции иностранных обучающихся. Актуальность исследования заключается в необходимости изучения особенностей создания и проведения экскурсионных квестов при подготовке иностранных обучающихся.

Цель исследования – рассмотрение особенностей проведения «живого» экскурсионного квеста в иностранной аудитории, анализ эффективности интеграции такого квеста в образовательный процесс как инструмента развития социокультурной компетенции на предвузовском этапе. В соответствии с указанной целью исследования обозначены следующие задачи: разработка «живого» квеста в рамках экскурсии в музей; проведение тестирования для определения степени эффективности интеграции квеста в образовательный процесс.

Разработка и апробация квеста проводились на базе ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет» в рамках обучения русскому языку как иностранному на предвузовском этапе. В процессе исследования использовались теоретические, эмпирические, педагогические методы, такие как анализ и обобщение научной литературы, метод описания при раскрытии содержания разработанного экскурсионного квеста и статистический метод при определении уровня сформированности социокультурных знаний обучающихся. Материалом исследования послужил созданный экскурсионный квест, предназначенный для работы с иностранными гражданами в рамках посещения краеведческого музея города на этапе предвузовской подготовки.

Экскурсионный квест является перспективной технологией для достижения образовательных целей при обучении иностранных граждан. Квест-технология актуализирует языковые знания, коммуникативные навыки и умения обучающихся, при этом стимулирует их когнитивную деятельность и развивая такие важные качества личности, как сообразительность, внимательность, самостоятельность. Социокультурная компетенция является неотъемлемой составляющей иноязычной коммуникативной компетенции, и «живой» экскурсионный квест, применяемый в рамках лингвообразования в иностранной аудитории, способен при тщательной подготовке эффективно познакомить инофонов с культурой страны в контексте реального городского пространства, расширить их владение культурно-ориентированной лексикой, акцентировать значимость социокультурной наблюдательности.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный; квест; экскурсия; методика обучения, социокультурная компетенция.

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

**Для цитирования:** Амелина И.О. Экскурсионный квест как инструмент развития социокультурной компетенции иностранных обучающихся // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 109-120. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-109-120>.

Статья поступила в редакцию 01.08.2024

Статья подписана в печать 28.08.2024

Статья опубликована 30.09.2023

## Excursion quest as a tool for developing socio-cultural competence of foreign students

Irina O. Amelina<sup>1</sup> ✉

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

✉ e-mail: amelina.i.o@yandex.ru

### Abstract

*The article is devoted to revealing the features of quest technology in the educational process, conducting a "live" excursion quest for the development of sociocultural competence of foreign students.*

*The relevance of the study lies in the need to study the features of creating and conducting excursion quests in the preparation of foreign students.*

*The purpose of the study is to consider the features of conducting a "live" excursion quest in a foreign audience, to analyze the effectiveness of integrating such a quest into the educational process as a tool for developing sociocultural competence at the pre-university stage. In accordance with the stated purpose of the study, the following tasks are identified: developing a "live" quest as part of a museum excursion; conducting a test to determine the degree of effectiveness of integrating the quest into the educational process.*

*The development and testing of the quest was carried out on the basis of Southwest State University as part of teaching Russian as a foreign language at the pre-university stage.*

*During the research process, theoretical, empirical, pedagogical methods were used, such as analysis and synthesis of scientific literature, descriptive method when disclosing the content of the developed excursion quest, and a statistical method when determining the level of formation of students' socio-cultural knowledge.*

*The research material was a developed excursion quest designed to work with foreign citizens as part of a visit to the city's local history museum at the stage of pre-university preparation.*

*An excursion quest is a promising technology for achieving educational goals when teaching foreign citizens. Quest technology updates the language knowledge, communication skills and abilities of students, while stimulating their cognitive activity and developing such important personality qualities as intelligence, attentiveness, and independence. Sociocultural competence is an integral part of foreign language communicative competence, and a "live" excursion quest, used within the framework of linguoeducation in a foreign audience, is capable, with careful preparation, of effectively introducing foreign speakers to the culture of the country in the context of real urban space, expanding their knowledge of culturally oriented vocabulary, and emphasizing the importance of sociocultural observation.*

**Keywords:** *Russian as a foreign language; quest; excursion; teaching methods, sociocultural competence.*

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

**For citation:** Amelina I.O. Excursion quest as a tool for developing socio-cultural competence of foreign students. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2024;14(3):109–120 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-109-120>.

Received 01.08.2024

Accepted 28.08.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

Педагогическое сообщество постоянно ведет поиск методов и технологий в целях оптимизации учебного процесса. К инновациям в образовании относят квест-технология, которая представляет собой

форму работы, способствующую качественному развитию ключевых компетенций обучающихся (коммуникативной, информационной и др.), их социализации и становлению их личности [1, с. 334].

Образовательный квест связан с определенной исследовательской деятельностью. Обучающиеся осуществляют поиск информации по специально указываемым ссылкам, адресам, анализируют ее для выполнения задания [2, с. 21; 3]. Отметим, что такая организация образовательной деятельности позволяет реализовывать индивидуальный подход в обучении [4, с. 253], что особенно приветствуется в современных реалиях. Основой для создания образовательных квестов послужили компьютерные / настольные игры в жанре квеста, то есть приключенческие игры, которые предполагают «решение умственных, логических задач; проявление смекалки; целеустремленность участников на пути к достижению цели» [5, с. 18]. Для образовательного квеста также требуется задействовать интеллектуальные способности и прийти к определенному результату, благодаря чему развиваются предметные знания и когнитивные навыки. Создание и проведение квеста обычно включает три этапа: *подготовительный* (определение цели и организационной формы квеста), *основной* (определение и инструктаж участников, выдача и изучение реквизита, выполнение заданий участниками квеста, подведение итогов), *рефлексивный* (обсуждение результатов квеста, высказывание пожеланий и т.д.) [6, с. 161].

В настоящее время квест-технология получает все большее внимание со стороны научно-педагогического сообщества. В условиях цифровизации учебного процесса, «проникновения в различные сферы общественной жизни новых информационных технологий» [7, с. 138] учёные посвящают свои работы сущности и особенностям создания веб-квестов. Берни Додж, считающийся «отцом» образовательного веб-квеста в сфере дидактики, определяет его как «вид справочно-ориентированной деятельности учащихся с использованием Интернет-ресурсов» [8]. Для прохождения веб-квеста может быть выбрана индивидуальная, парная и

групповая форма работы, при которой обучающиеся в соответствии с заданием находят и анализируют информацию Интернет-сайтов. Актуальные ссылки предлагаются педагогом в инструкции к заданию-квесту. Ученые отмечают, что веб-квест «объединяет в себе элементы проблемного обучения, метода проектов, игры» [9, с. 185], а «применение информационных ресурсов и мультимедийного контента является наиболее естественным и привлекательным для современного поколения обучающихся, полностью погруженных в цифровую среду» [10, с. 42]. Все это предоставляет возможности обучающимся прорабатывать целый комплекс навыков в контексте решения реальных задач, а преподавателям создавать интерактивный и индивидуализированный учебный процесс, способствуя его интенсификации и оптимизации.

Для лингводидактики при работе с иностранными гражданами особой привлекательностью обладают также образовательные квесты, проводимые не в интернет-пространстве, а в реальной среде, то есть так называемые «живые» квесты. Например, разрабатываются лексические и грамматические квесты в рамках определенного пространства (аудитории, общежития, комнаты и т.д.) [11, с. 102-103]. Хорошую возможность для организации квеста дают экскурсии, поэтому можно говорить об экскурсионных квестах.

Традиционная экскурсия относится к форме учебной работы, во время которой процесс обучения происходит за пределами аудитории, например, в галерее, музее, парке [12, с. 33]. Безусловно, сегодня также широкое распространение благодаря своей доступности приобретают виртуальные экскурсии, организуемые с помощью дистанционных технологий, которые позволяют «перемещаться от одного изображения к другому, посещать различные пространства, т. е. руководить навигацией» [13, с. 122] при изучении экскурсионных объектов. К тому же, та-

кие экспонаты часто сопровождаются текстовыми, аудио- и/или видеоматериалами, дополняются реконструкцией определенных объектов, анимационными иллюстрациями.

Квест может быть организован как в рамках традиционной, так и виртуальной экскурсии. Но отметим преимущества «живого» экскурсионного квеста как особой формы образовательной деятельности при работе с иностранными гражданами.

Экскурсия проводится на определенной территории, что предполагает от участников движение и перемещение по определенному маршруту, в этой связи экскурсионный квест интегрирует интеллектуальную деятельность с физической. При этом, выполняя задание, обучающиеся задействуют различные органы чувств, что обеспечивает яркие впечатления. Экскурсионный квест вызывает интерес у обучающихся как оригинальное задание, вносящее разнообразие в «рутиную» аудиторной работы и проводимое в реальных жизненных условиях. Нестандартность ситуации в рамках экскурсии в новой для инофонов среде активизирует их интеллектуальную деятельность, стимулирует мобилизацию всех коммуникативных знаний и умений для нахождения нужных данных. Игровое начало экскурсионного квеста позволяет реализовать принцип соревновательности. К тому же, ограничение во времени «мобилизует обучаемых на максимально быстрое решение поставленной задачи или предложенной проблемы» [14, с. 263]. Проводимые для обучающихся экскурсии представляют собой коллективные мероприятия вне аудитории, что обеспечивает вовлеченность всех членов группы в прохождение квеста, стимулирует развитие межличностных отношений между участниками, побуждает их держаться друг друга и помогать одноклассникам. В то же время отметим, что экскурсионный квест универсален и может быть предложен как командное, так и индивидуаль-

ное задание в зависимости от образовательных целей, локации, количества обучающихся. Таким образом, новизна, активность в деятельности, сильные эмоциональные переживания благоприятно влияют на закрепление информации в памяти.

При реализации подготовки иностранных граждан в вузах РФ важной составляющей образовательной деятельности является адаптация инофонов к новым жизненным реалиям, к новой для них культуре. Успешность коммуникации на русском языке невозможны без преодоления барьеров аккультурации, ведения диалога культур, формирования толерантного отношения к новой культурной среде [15, с. 305], а также понимания, адекватной интерпретации русской языковой картины мира, освоения нового культурного пространства и своего места в нем [16, с. 177]. На современном этапе развития цивилизации в условиях глобализации и одновременного поиска национальной идентичности «требуется осмысление культурной и когнитивной роли русского языка как орудия постижения окружающего мира, носителя русской ментальности и культурных ценностей» [17, с. 51], как вместилища «души и духа народа», в котором «зафиксированы самобытное мировидение, мировосприятие народа» [18, с. 145]. В этой связи экскурсионные квесты представляются перспективными благодаря своему страноведческому характеру. Экскурсионные квесты обеспечивают усвоение краеведческой, исторической, искусствоведческой информации в «полевых» условиях, показывая инофонам важные для страны и региона события, артефакты, памятники, раскрывая особенности культурного наследия, расширяя «исторический кругозор» [19, с. 151]. Такие квесты также позволяют иностранным гражданам лучше познакомиться с топографией города, в котором находится их учебное заведение, научиться ориентироваться в новом для них культурном пространстве, тем самым создавая возможности для адапта-

ции обучающихся к измененным жизненным условиям. Безусловно, учет социокультурного, страноведческого характера материала способствует ознакомлению иностранцев со спецификой русской национальной культуры, ее ценностями и традициями, их подготовке к решению как общекультурных, так и учебно-профессиональных задач [20, с. 168].

Таким образом, актуальность исследования заключается в необходимости изучения особенностей создания и проведения экскурсионных квестов при подготовке иностранных обучающихся.

Цель исследования – рассмотрение особенностей проведения «живого» экскурсионного квеста в иностранной аудитории, анализ эффективности интеграции такого квеста в образовательный процесс как инструмента развития социокультурной компетенции на предвузовском этапе. В соответствии с указанной целью исследования обозначены следующие задачи: разработка «живого» квеста в рамках экскурсии в музей; проведение тестирования для определения степени эффективности интеграции квеста в образовательный процесс.

### Методология исследования

В процессе исследования использовались следующие методы: методы анализа, обобщения и описания, статистический метод.

Анализ и обобщение результатов исследований, посвященных особенностям реализации квест-технологии в образовательном процессе, позволили выявить опыт, актуальный для разработки живых квестов, предназначенных для подготовки иностранных граждан, развития их социокультурной компетенции.

Посредством метода описания раскрывается содержание разработанного экскурсионного квеста, проводимого в рамках посещения краеведческого музея города, описываются этапы проведения квеста.

Статистический метод позволил определить уровень сформированности социокультурных знаний на основе проведенного тестирования иностранных граждан в рамках контрольного этапа квеста.

Материалом исследования является разработанный экскурсионный квест, предназначенный для работы с иностранными гражданами в рамках посещения краеведческого музея города на этапе предвузовской подготовки в ФБГОУ ВО «Юго-Западный государственный университет».

### Результаты исследования

Рассмотрим особенности организации экскурсионного квеста в рамках обучения РКИ на предвузовском этапе на базе ФБГОУ «Юго-Западный государственный университет».

Содержание обучения и воспитательной работы с иностранными гражданами на подготовительном факультете предусматривает их знакомство с Курской областью, Курском, особенностями географии региона, локальной культурой, через которую отражается вся русская культура. Поэтому ежегодно для иностранных обучающихся организуется экскурсия в ОБУК «Курский областной краеведческий музей».

В целях повышения эффективности образовательного процесса в рамках экскурсии инофонам был предложен квест «Охотник за курскими сокровищами».

*Квест «Охотник за курскими сокровищами»*

*Цель:* развитие социокультурной компетенции обучающихся; расширение знаний инофонов о России и регионе, в котором они обучаются; формирование положительного образа России и Курского региона в сознании обучающихся; стимулирование интереса иностранных граждан к русской культуре и к изучению русского языка; развитие диалога культур.

*Дисциплина:* русский язык как иностранный.

*Уровень владения языком:* базовый уровень (A2) – начало освоения языка на первом сертификационном уровне (B1).

*Форма работы:* индивидуальная (парная или групповая форма работы также возможны по выбору преподавателя).

*Разработка квеста* осуществлялась в рамках двух последовательных этапов: этапа планирования и этапа оформления. На этапе планирования были отобраны экспонаты-локации, предполагаемые для нахождения в рамках квеста. Критериями отбора экспонатов-локаций послужили яркость, заметность, популярность экспонатов, а также соотносимость экспонатов с изучаемыми на занятиях темами (например, «Дом», «Одежда», «География России», «Флора и фауна России», «История России» и т.д.), а также уровнем владения обучающимися русским

языком для понимания и описания увиденных предметов. Таким образом, было отобрано 15 экспонатов-локаций: 1) «Карта Курской области», 2) «Насекомые Курской области», 3) «Осколок метеорита», 4) «Диорама «Лиственный лес»», 5) «Древний Курск на карте», 6) «Древнее оружие и обмундирование», 7) «Традиционная одежда», 8) «Древнее жилище», 9) «Фотографии Курска в начале XX века», 10) «Бюст советского изобретателя А.Г. Уфимцева», 11) «Мебель кабинета в XX веке», 12) «Военный быт», 13) «Альбомы Г. Свиридова», 14) «Творчество А. Дейнеки (картины, скульптура)», 15) «Картина А. Бруни «Урожай» с видом дворца Марьино». На этапе оформления при разработке квеста было сформулировано задание и представлено в виде инструкции к квесту, а также подготовлены фотографии экспонатов-локаций (рис. 1).



Рис. 1. Фотография экспоната-локации «Древний Курск на карте»

Fig. 1. Photo of the exhibit location "Ancient Kursk on the map"

*Задание для участников квеста:* познакомьтесь с фотографиями экспонатов. Во время экскурсии в музее найдите эти экспонаты. Изучите их (рассмотрите, прочитайте описание, при необходимости сделайте фотографии). После экскурсии

выполните тест, выбирая правильный вариант ответа для заданных вопросов.

*Этапы работы в рамках квеста:* установочный, экскурсионный и контрольный этапы.

### 1. Установочный этап.

На занятии, предшествующем экскурсии в музей, преподаватель дает разъяснение прохождению квеста. Обучающиеся получают задание, знакомятся с фотографиями экспонатов-локаций. Помимо обсуждения задания преподаватель также проводит с инофонами беседу о музее и его коллекции: сообщает факты об истории музея, о его современном состоянии, просит на основании фотографий экспонатов рассказать, что можно увидеть в музее, дополняет ответы обучающихся информацией о коллекции музея.

### 2. Экскурсионный этап.

У иностранных граждан, обучающихся на подготовительном факультете, лексический запас еще довольно ограничен, поэтому экскурсия проводится непосредственно преподавателем, а не сотрудником музея. Посещение Курского областного краеведческого музея стало для них новым опытом, в этой связи экскурсия предполагала только общее зна-

комство с музеем и его коллекцией. Экскурсию целесообразно проводить не в монологической форме, а вовлекать обучающихся в диалог, то есть не только преподавателю предоставлять информацию об экспонатах, но и просить студентов описать то, что они видят, прочитать сопроводительные таблички, сравнить увиденные экспонаты с тем, что имеется в их стране, показать наиболее заинтересовавшие их экспонаты и объяснить причины своего выбора.

### 3. Контрольный этап

На занятии, следующем за экскурсией, студентам предлагался тест для контроля усвоения знаний. Общее количество тестируемых составило 37 обучающихся. Тест состоял из 10 вопросов закрытого типа (табл. 1). Максимальное количество баллов при выполнении теста – 10 баллов (1 правильный – 1 балл). Критерии оценки следующие: 10-9 баллов – «отлично»; 8-7 баллов – «хорошо»; 6-5 баллов – «удовлетворительно»; менее 5 баллов – «неудовлетворительно».

**Таблица 1.** Примеры тестовых вопросов

**Table 1.** Examples of the test questions

Усадьба князей Барятинских около села Ивановского Рыльского района Курской области, дворцово-парковый комплекс – ...	а. Фатеж б. Тим в. Марьино
Одна их главных рек в Курске – это ...	а. Волга б. Тускарь в. Амур

По результатам теста 30% обучающихся получили оценку «отлично», 40% обучающихся – оценку «хорошо», 10% обучающихся – оценку «удовлетворительно» и 20% обучающихся получили неудовлетворительный результат.

Наибольшую трудность вызвали вопросы, связанные с творчеством известных людей и историей народа (рис. 2). Хотя большинство студентов ответили

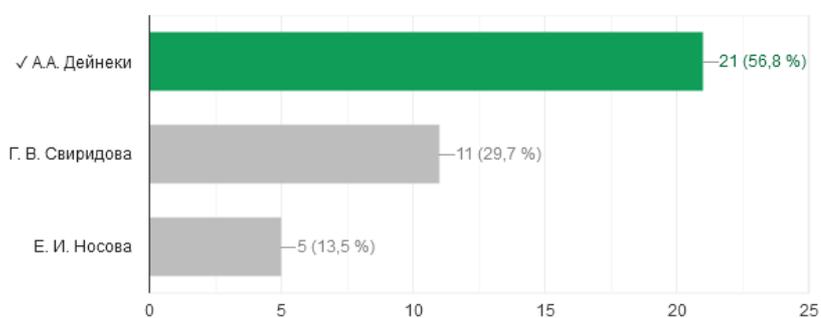
правильно, доля неверных ответов достаточно значительна – 30-40%. Это объясняется насыщенностью информационного потока, что приводит к некоторому смешению фактов, поэтому для лучшего закрепления материала преподаватели могут предлагать обучающимся дополнительные задания, в которых внимание будет уделяться лингвострановедческому наполнению, предусмотренному квестом.



На фото представлены работы художника и скульптора ...

[Копировать](#)

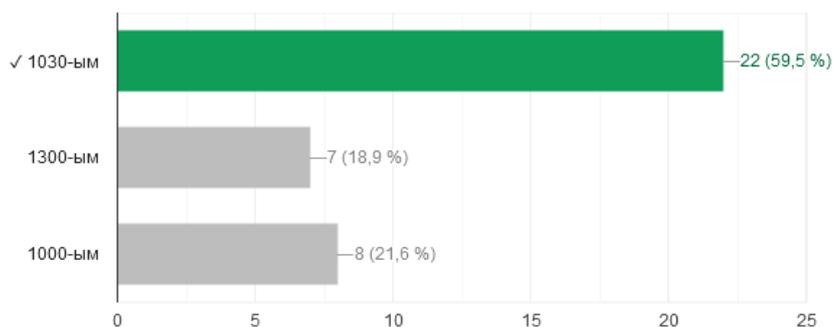
Верных ответов: 21 из 37



Первое письменное упоминание города находится в житии Феодосия Печерского и относится к ... годам.

[Копировать](#)

Верных ответов: 22 из 37



**Рис. 2.** Результаты ответов обучающихся на вопросы, вызвавшие наибольшие трудности

**Fig. 2.** Results of the students' answers to questions that caused the greatest difficulties

В целом среднее количество набранных баллов по тесту составило 7 баллов, и можно сделать вывод о хорошем уровне усвоения обучающимися знаний, полученных в рамках экскурсии, а также

об эффективности использования квест-технологии в рамках обучения РКИ.

### Выводы

Экскурсионный квест является перспективной технологией для достижения

образовательных целей при обучении иностранных граждан. Квест-технология актуализирует языковые знания, коммуникативные навыки и умения обучающихся, при этом стимулируя их когнитивную деятельность и развивая такие важные качества личности, как сообразительность, внимательность, самостоятельность.

Социокультурная компетенция является неотъемлемой составляющей иноязычной коммуникативной компетенции, и «живой» экскурсионный квест, применяемый в рамках лингвообразования в иностранной аудитории, способен при

тщательной подготовке эффективно познакомить инофонов с культурой страны в контексте реального городского пространства, расширить их владение культурно-ориентированной лексикой, акцентировать значимость социокультурной наблюдательности. Квест-технология в рамках экскурсионной деятельности способствует адаптации иностранцев к новой для них культурной среде и жизни в российском обществе, закладывая основу для успешного общения на русском языке в соответствии не только с языковыми, речевыми нормами, но и традициями культуры носителей языка.

### Список литературы

1. Baisov, A. S., & Babadjanova, N. X. The importance of the «Quest» technology in teaching foreign languages // ISJ Theoretical & Applied Science, 2022. 06 (110). P. 333-335. <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2022.06.110.56>
2. Анисимова Е. В., Волкова Е. А., Ковалёва А. Ю. Образовательный квест как современная технология обучения иностранцев русскому языку // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2021. №3 (36). С. 19-23.
3. Образовательный квест – современная интерактивная технология / С. А. Осяк, С. С. Султанбекова, Т.В. Захарова, Е.Н. Яковлева, О.Б. Лобанова, Е.М. Плеханова // Современные проблемы науки и образования. 2015. №1-2. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20247>) (дата обращения: 20.07.2024).
4. Калугина Ю.В., Мустафина А.Р. Анализ педагогического квеста как педагогической технологии // Преподаватель XXI века. 2016. №4. С. 253-259.
5. Скарлыгина М.М. Технология «веб-квест» как средство повышения качества образования // Педагогический поиск. 2020. № 2. С. 17-22.
6. Морозов Д.Д. Использование квест-технологий на уроке литературы // Уральский филологический вестник. Серия: Драфт: молодая наука. 2020. № 3. С. 158-167.
7. Чеботарева И.Н., Чистилина Д.О., Лясковец А.В. Геймификация как новая образовательная технология в современном высшем образовании // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 1. С. 136-148. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-136-148>.
8. Александрова М.Э., Житенева Ю.Н. Веб-квест как образовательная технология // Современные проблемы математики, физики и физико-математического образования: материалы XI Международной научно-практической конференции. Орехово-Зуево: Государственный гуманитарно-технологический университет, 2021. С. 265-268.
9. Соколова О.А. Веб-квест как элемент интерактивной образовательной среды в вузе // Актуальные технологии преподавания в высшей школе: материалы научно-методической конференции. Кострома: Костромской государственный университет, 2020. С. 184-187.
10. Хлыбова М.А. Применение веб-квест технологии в процессе обучения иностранному языку в вузе // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2022. Т. 11, № 2 (39). С. 42-44.

11. Холодкова М.В. Реализация квест-технологии на начальном этапе обучения РКИ (на примере «живых» квестов) // Язык, культура и профессиональная коммуникация в современном обществе: материалы IX международной научной конференции, посвященной 10-летию кафедры русского языка как иностранного (14–15 апреля 2020 года). Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2020. С. 100-104.

12. Валяева Н.Ю. Учебная экскурсия в преподавании РКИ: учебно-методическое обеспечение и особенности организации // Обучение, тестирование и оценка: материалы Международной конференции (Нижний Новгород, 28–29 октября 2020 года). Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2021. С. 33-36.

13. Валяева Н.Ю. Виртуальные экскурсии по Нижнему Новгороду как методический ресурс в процессе изучения РКИ // Освоение семантического пространства русского языка иностранцами: сборник материалов международной научно-практической онлайн-конференции (Нижний Новгород, 15–16 октября 2020 года). Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2021. С. 121-125.

14. Ширяева О.В., Зубарева А.В. Экскурсионные квест-технологии в реальной и виртуальной среде как инструмент преподавания РКИ: сопоставительный анализ // Новые горизонты РКИ: сборник материалов I Азиатского международного форума (Якутск, 06–08 декабря 2021 года). Якутск: Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, 2022. С. 258-264.

15. Степанова Н. С. Использование адаптационного потенциала лингвокультурной информации в процессе изучения русского языка как иностранного // Ученые записки Орловского государственного университета. 2022. № 2(95). С. 305–309.

16. Амелина И.О., Ковалева Т.В. Лингвокультурологический комментарий как средство погружения инофонов в русскую ментальность при изучении локального текста (на примере работы с очерком Е. И. Носова «Дорога к дому») // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 3. С. 175-188. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-3-175-188>.

17. Богданова Л.И. Ценностный аспект в описании семантики языковых единиц // Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2017. №1 (25). С. 50–57.

18. Васильченко А.В. Язык как отражение культуры и национальной ментальности. Тенденции развития науки и образования. 2022. № 83–1. С. 144–147. <https://doi.org/10.18411/trnio-03-2022-40>.

19. Руденя Ж.И. Лингвокультурологическая компетенция в форме учебной экскурсии при обучении РКИ // Современные проблемы гуманитарных и общественных наук. 2020. № 5 (32). С. 150-153.

20. Noospheric psychological-educational paradigm as a methodological basis for teaching Russian-language business communication to foreign students / N.N.Romanova, I.O. Amelina, T.P. Skorikova, G.M. Petrova // Journal of Research in Applied Linguistics. 2019. 10 (Special Issue). P. 158–171. <https://doi.org/10.22055/ral.2019.14681>

## References

1. Baisov A. S., & Babadjanova N. X. The importance of the «Quest» technology in teaching foreign languages. *ISJ Theoretical & Applied Science*. 2022;6(110):333-335. (In Russ.) <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2022.06.110.56>

2. Anisimova E.V., Volkova E.A., Kovalyova A.Yu. Educational quest as a modern technology of teaching foreigners the Russian language. *Azimut nauchnyh issledovanij: pedagogika i psihologiya = Azimut of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*. 2021;(3):19-23. (In Russ.).
3. Osyak S.A., Sultanbekova S.S., Zaharova T.V., Yakovleva E.N., Lobanova O.B., Plekhanova E.M. Educational quest – modern interactive technology. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya = Modern problems of science and education*. 2015;(1-2). (In Russ.). Available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20247>) (accessed 07.02.2024).
4. Kalugina Yu.V., Mustafina A.R. Analysis of the pedagogical quest as a pedagogical technology. *Prepodavatel' XXI veka = Teacher of the XXI century*. 2016;(4):253-259. (In Russ.).
5. Skarlygina M.M. “Web quest” technology as a means of improving the quality of education. *Pedagogicheskiy poisk = Pedagogical Search*. 2020;(2):17-22. (In Russ.).
6. Morozov D.D. The use of the quest technologies in the literature lesson. *Ural'skiy filologicheskiy vestnik. Seriya: Draft: molodaya nauka = Ural Philological Bulletin. Series: Draft: young science*. 2020;(3):158-167. (In Russ.).
7. Chebotareva I.N., Chistilina D.O., Lyaskovets A.V. Gamification as a new educational technology in modern higher education. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023;13(1):136-148. (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-136-148>.
8. Alexandrova M.E., Zhiteneva Yu.N. Web quest as an educational technology. In: *Sovremennye problemy matematiki, fiziki i fiziko-matematicheskogo obrazovaniya. Materialy XI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii = Modern problems of mathematics, physics and physical and mathematical education. Materials of the XI International Scientific and Practical Conference*. Orekhovo-Zuevo: State University of Humanities and Technology; 2021. P. 265-268. (In Russ.).
9. Sokolova O.A. Web quest as an element of the interactive educational environment at a university. In: *Aktual'nye tekhnologii prepodavaniya v vysshej shkole. Materialy nauchno-metodicheskoy konferencii = Current technologies of teaching in higher education. Materials of the scientific and methodological conference*. Kostroma: Kostroma State University; 2020. P. 184-187. (In Russ.).
10. Khlybova M.A. Application of web quest technology in the process of teaching a foreign language at a university. *Azimut nauchnyh issledovanij: pedagogika i psihologiya = Azimut of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*. 2022;11(2):42-44. (In Russ.).
11. Kholodkova M.V. Implementation of quest technology at the initial stage of teaching the Russian language (using the example of “live” quests). In: *Yazyk, kul'tura i professional'naya kommunikaciya v sovremennom obshchestve. Materialy IX mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, posvyashchennoj 10-letiyu kafedry russkogo yazyka kak inostrannogo = Language, culture and professional communication in modern society. Materials of the IX international scientific conference dedicated to the 10th anniversary of the Department of Russian as a Foreign Language*. Tambov: Publishing house "Derzhavinsky"; 2020. P. 100-104. (In Russ.).
12. Valyaeva N.Yu. Educational excursion in teaching RFL: educational and methodological support and organizational features. In: *Obuchenie, testirovanie i ocenka. Materialy Mezhdunarodnoj konferencii = Training, testing and evaluation. Proceedings of the International Conference*. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod Dobrolyubov State Linguistic University; 2021. P. 33-36. (In Russ.).
13. Valyaeva N.Yu. Virtual tours of Nizhny Novgorod as a methodological resource in the process of learning Russian as a foreign language. In: *Osvoenie semanticheskogo prostranstva russkogo yazyka inostrancami. Sbornik materialov mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy*

*onlajn-konferencii = Mastering the semantic space of the Russian language by foreigners. Collection of materials from the international scientific and practical online conference. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod Dobrolyubov State Linguistic University; 2021. P. 121-125. (In Russ.).*

14. Shiryaeva O.V., Zubareva A.V. Excursion quest technologies in real and virtual environments as a tool for teaching RFL: comparative analysis. In: *Novye gorizonty RKI. Sbornik materialov I Aziatskogo mezhdunarodnogo foruma (Yakutsk, 06–08 dekabrya 2021 goda) = New Horizons of RFL. Collection of materials of the I Asian International Forum. Yakutsk: Ammosov North-Eastern Federal University; 2022. P. 258-264. (In Russ.).*

15. Stepanova N. S. Using the adaptive potential of linguocultural information in the process of studying Russian as a foreign language. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific Notes of Orel State University. 2022;(2):305–309. (In Russ.).*

16. Amelina I.O., Kovaleva T.V. Linguistic and cultural commentary as a means of immersing foreigners in the Russian mentality when studying a local text (using the example of working with E. I. Nosov's essay "The Road to Home"). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics. 2023;13(3):175-188. (In Russ.) https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-3-175-188. (In Russ.).*

17. Bogdanova L.I. Value aspect in the description of the semantics of language units. *Vestnik MGPU. Seriya «Filologiya. Teoriya yazyka. Yazykovo obrazovanie» = MCU Journal of Philology. Theory of Language. Language Education. 2017;(1):50–57. (In Russ.).*

18. Vasilchenko A.V. Language as a reflection of culture and national mentality. *Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya = Trends in the development of science and education. 2022;(83–1):144–147. (In Russ.). https://doi.org/10.18411/trnio-03-2022-40.*

19. Rudenya Zh.I. Linguistic and cultural competence in the form of an educational excursion during teaching RFL. *Sovremennye problemy gumanitarnykh i obshchestvennykh nauk = Modern problems of the humanities and social sciences. 2020;(5):150-153. (In Russ.)*

20. Romanova N.N., Amelina I.O., Skorikova T.P., Petrova G.M. Noospheric psychological-educational paradigm as a methodological basis for teaching Russian-language business communication to foreign students. *Journal of Research in Applied Linguistics. 2019;(10) (Special is.). P. 158–171. https://doi.org/10.22055/rals.2019.14681*

### Информация об авторе / Information about the Author

**Амелина Ирина Олеговна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского языка и общеобразовательных дисциплин для иностранных граждан, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: amelina.i.o@yandex.ru,  
ORCID: 0000-0002-3533-6263,  
SPIN-код: 2472-3514,  
Autor ID: 739989

**Irina O. Amelina**, Candidate of Sciences (Pedagogical), Associate Professor of the Department of the Russian Language and General Education Disciplines for Foreign Citizens, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: amelina.i.o@yandex.ru,  
ORCID: 0000-0002-3533-6263,  
SPIN-code: 2472-3514,  
Autor ID: 739989

## Оригинальная статья / Original article

УДК 378.147:641.55(100)

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-121-133>

## Практический компонент в освоении дисциплины «Культура питания народов мира»

**М.А. Смирнова<sup>1</sup>✉, М.В. Соловьянова**

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

✉ e-mail: smrnv.marina@vk.com

### Резюме

Актуальность исследования обусловлена потребностью в формировании у обучающихся практических умений в рамках освоения учебного курса «Культура питания народов мира» для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность».

Целью статьи является анализ практического компонента в освоении дисциплины «Культура питания народов мира» и определение его значимости для формирования профессиональных компетенций будущих специалистов в области туризма и гостеприимства.

Задачи вытекают из темы исследования и состоят в том, чтобы раскрыть сущность дисциплины «Культура питания народов мира»; рассмотреть ее практический компонент; провести исследование межкультурного уровня клиентуры курских предприятий питания, используемых для прохождения практики студентами направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность»; разработать рекомендации по совершенствованию учебного курса.

Методология исследования включает в себя анализ, синтез, сравнение, обобщение, которые были дополнены методами наблюдения, беседы, анкетирования.

Результатом исследования стала разработка рекомендаций по совершенствованию практической составляющей дисциплины «Культура питания народов мира» для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность».

**Ключевые слова:** практический компонент; образование; культура питания; общественное питание; межкультурное взаимодействие; адаптация; глобализация; мастер-классы; кулинарные практикумы; проекты; современные технологии; экскурсии; студенты; специалисты; профессиональные навыки; компетенции.

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

**Для цитирования:** Смирнова М.А., Соловьянова М.В. Практический компонент в освоении дисциплины «Культура питания народов мира» // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 121-133. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-121-133>.

Статья поступила в редакцию 02.07.2024

Статья подписана в печать 20.08.2024

Статья опубликована 30.09.2023

© Смирнова М.А., Соловьянова М.В., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика / Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics. 2024;14(3):121-133

## A practical component in the development of the discipline «Food Culture of the Peoples of the World»

Marina A. Smirnova<sup>1</sup> ✉, Marina V. Solovyanova

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

✉ e-mail: smrnv.marina@vk.com

### Abstract

*The relevance of the study is due to the need for students to develop practical skills as part of the development of the training course «Food culture of the peoples of the world» for students of the training direction 43.03.03 «Hotel business», profile «Restaurant activity».*

*The purpose of the article is to analyze the practical component in the development of the discipline «Food culture of the peoples of the world» and determine its importance for the formation of professional competencies of future specialists in the field of tourism and hospitality.*

*The tasks follow from the research topic and consist in revealing the essence of the discipline «Food culture of the peoples of the world»; to consider its practical component; to conduct a study of the intercultural level of the clientele of Kursk catering enterprises used for practical training by students of the training direction 43.03.03 «Hospitality», the profile «Restaurant activity»; to develop recommendations for improving the training course.*

*The research methodology includes analysis, synthesis, comparison, generalization, which were supplemented by methods of observation, conversation, and questioning.*

*The result of the study was the development of recommendations for improving the practical component of the discipline «Food culture of the peoples of the world» for students of the training direction 43.03.03 «Hotel business», profile «Restaurant activity».*

**Keywords:** practical component; education; food culture; public catering; intercultural interaction; adaptation; globalization; master classes; culinary workshops; projects; modern technologies; excursions; students; specialists; professional skills; competencies.

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

**For citation:** Smirnova M. A., Solovyanova M. V. A practical component in the development of the discipline «Food Culture of the Peoples of the World». *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2024;14(3):121–133 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-121-133>.

Received 02.07.2024

Accepted 20.08.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

В современном мире, где информационные потоки непрерывно насыщают пространство новыми знаниями, большое значение приобретает не только теоретическая подготовка студентов, но и практическая сторона обучения. В контексте дисциплины «Культура питания народов мира» изучение практического материала студентами направления подго-

товки 43.03.03 Гостиничное дело, профиль «Ресторанная деятельность», особенно актуально, поскольку питание не только отражает историю, культурные традиции и предпочтения различных народов, но и является базовой составляющей повседневной жизни каждого человека.

Целью данной статьи является анализ роли практического компонента в

освоении дисциплины «Культура питания народов мира» и определение его значимости для формирования профессиональных компетенций будущих специалистов в области туризма и гостеприимства.

Необходимость изучения культурологических основ питания различных народов, их традиций и ценностей неоднократно рассматривалась в научных трудах отечественных ученых [1; 2; 3; 4; 5].

Согласимся с мнением исследователей Е. Г. Жиликова, С. В. Игруновой, С. Н. Девицыной, Н. П. Путивцевой, С.В. Мединцевой, Ю.Г. Чашиной, высказанным в научной статье «Об использовании метода парных сравнений для принятия решений при оценивании уровня профессиональных компетенций\* обучающихся», что: «Важнейшей характеристикой специалиста является уровень его профессиональной компетенции, позволяющий выполнять работы по созданию и внедрению инноваций, включая процессы освоения уже имеющихся разработок, пригодных для использования в соответствующей профессиональной сфере» [6, с. 65].

На сегодняшний день система высшего образования в России базируется на компетентностном подходе. Концепция компетентностного подхода реализована в учебных планах и при формировании содержания различных дисциплин [7, с. 319]. В контексте гуманитарных дисциплин, таких как «Культура питания народов мира», компетентностный подход акцентирует внимание на результате обучения, выраженном в сформированных компетенциях, которые включают знания, умения и навыки, необходимые для анализа, оценки и применения информации о культуре питания в профессиональной и социальной деятельности.

Освещение практического компонента в освоении дисциплины «Культура питания народов мира» является целью представленной статьи.

## Материалы и методы

В рамках исследования автор рассматривает практический компонент дисциплины «Культура питания народов мира» в контексте профессиональной подготовки студентов бакалавриата направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность». Объектом исследования является дисциплина «Культура питания народов мира», а предметом – процесс подготовки студентов-бакалавров к реализации полученных компетенций в будущей профессиональной деятельности. В качестве методов исследования использовались статистический анализ, описательный метод, метод анализа литературы по изучаемой проблематике и обобщение опыта практической деятельности в исследуемой области.

## Результаты и обсуждение

Основная задача высшего учебного учреждения – подготовка профессиональных кадров, ориентирующихся в современных жестких условиях рынка и обеспечивающих высокую рентабельность предприятия.

В процессе обучения сопутствующая информация самостоятельно проделанной операции запоминается на 92% [8, с. 110].

Активизировать деятельность обучающегося возможно при помощи методов, направленных на повышение интереса к обучению в образовательном процессе [9, с. 74]. Сегодня требуются специалисты, умеющие решать сложные задачи в различных профессиональных ситуациях, сохраняя при этом нравственные качества [10, с. 6].

Формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций является основной задачей для студентов, осваивающих образовательную программу бакалавриата, по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность». Стоит отметить, что дисциплина «Культура пи-

тания народов мира» – одна из ряда дисциплин, формирующих практические навыки для будущих специалистов в области гостеприимства.

Дисциплина «Культура питания народов мира» входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) «Ресторанная деятельность». Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре<sup>1</sup>.

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетные единицы (З.Е.) 144 академических часов.

Практический компонент в изучении рассматриваемой дисциплины играет ключевую роль, позволяя студентам не просто знакомиться с теоретическим материалом, но и получать непосредственный опыт, включая приготовление и дегустацию блюд, а также изучение особенностей приема пищи в различных культурах. Такой подход способствует глубокому пониманию уникальности каждой культуры, развивает межкультурные коммуникативные навыки и стимулирует креативное мышление.

Целью преподавания дисциплины «Культура питания народов мира» является формирование комплексного представления о культуре и традициях питания народов мира<sup>2</sup>.

К задачам дисциплины можно отнести:

1) освоение подходов к изучению культуры и традиций питания с помощью

исторических, религиозных, национальных, социальных, медицинских, климато-географических, информационных и идеологических аспектов;

2) ознакомление с особенностями набора пищевого сырья, его обработки, репертуара и подачи блюд в разных странах мира;

3) исследование тенденций в развитии традиций и культуры питания народов мира;

4) изучение истории застольного этикета народов мира и его особенностей;

5) определение места традиций и культур питания народов мира в структуре туристского продукта;

6) применение комплекса знаний при разработке турпродуктов; обоснование использования традиций питания этносов в качестве туристских ресурсов;

7) воспитание у студентов культуры потребления пищи и питания как части общечеловеческой культуры;

8) формирование широкого кругозора и профессиональной культуры;

9) толерантное восприятие социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;

10) использование различных источников информации для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя.

Индикаторы компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины:

• УК-1.4 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата.

• ПК-3.2 соблюдает протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.

• ПК-3.3 Использует методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами – представителями разных культур.

<sup>1</sup> Учебный план по программе бакалавриата 43.03.03 «Гостиничное дело», направленность (профиль) «Ресторанная деятельность» / Юго-Западный государственный университет. URL: [https://swsu.ru/sveden/files/eiw/43.03.03\\_priem\\_2024.plx.pdf](https://swsu.ru/sveden/files/eiw/43.03.03_priem_2024.plx.pdf).

<sup>2</sup> Рабочая программа дисциплины «Культура питания народов мира» / Юго-Западный государственный университет URL: [https://swsu.ru/sveden/files/yad/Kulytura\\_pitaniya\\_narodov\\_mira.pdf](https://swsu.ru/sveden/files/yad/Kulytura_pitaniya_narodov_mira.pdf).

• ПК-3.4 Имеет представление об основах организации деятельности предприятий питания.

Содержание дисциплины представлено 9 темами: значение питания для человеческой цивилизации; питание – компонент общечеловеческой культуры; история и этапы развития традиций питания; пища, питание и изящные искусства; принципы формирования национальных традиций и культур питания народов мира; влияние религий на формирование и становление традиций и культур питания; культура и традиции питания славянских народов (Россия, Украина, Белоруссия, Польша, Чехия, Словакия, Болгария); особенности формирования традиции и культуры питания народов России; национальные особенности традиций питания народов Европы (Франция, Италия, Австрия, Германия, Испания, Англия, Швеция, Норвегия, Финляндия, Дания).

При анализе основных показателей дисциплины был получен следующий вывод: практическая составляющая является основой «Культуры питания народов мира», только при активном практическом взаимодействии участников образовательного процесса, могут сформироваться необходимые компетенции у будущих специалистов сферы услуг. Таким образом, практический компонент в освоении дисциплины «Культура питания народов мира» не только способствует глубинному усвоению материала и интеграции знаний в реальные жизненные ситуации, но и стимулирует интерес и мотивацию к изучению, способствует формированию уважительного отношения к культурному и кулинарному многообразию мира.

В рамках постиндустриального социума наблюдается тенденция к интенсификации сектора услуг. Таким образом, индустрия гостеприимства – это один из важнейших секторов современного социума. Ресторанный бизнес как элемент ту-

ризма основательно внедрился в жизнь каждого человека, и требования к профессиональным качествам персонала предприятия общественного питания становятся все более высокими. Работодатели при собеседовании на работу обращают уже внимание на профессионально – практическую подготовку выпускника, насколько он овладел требуемыми компетенциями. Преподавателям высшей школы необходимо искать методы и формы проведения занятий для лучшего освоения компетенций, обозначенных в ФГОС ВО.

Питание является одной из фундаментальных потребностей человека, так как оно тесно связано с его здоровьем, духовными особенностями и предпочтениями, религией, национальностью, местом в социуме и т.д. Культурный контекст коммуникации подразумевает, что в каждой культуре сформированы свои паттерны поведения, ценности, нормы, традиции, запреты, обычаи [11, с. 13]. Всякое предприятие общественного питания имеет своей задачей более полное удовлетворение потребителей, в том числе тех, кто, прибыл из других уголков мира.

В ходе изучения дисциплины у студента должны развиваться навыки работы с целевой аудиторией предприятия, которые в дальнейшем он сможет наиболее полно реализовать в конкретных видах трудовой деятельности. Следовательно, навыки практической деятельности в процессе изучения дисциплины «Культура питания народов мира» и приобретения компетенций необходимы.

По мнению одного из современных исследователей П.А. Девидовской, индустрия гостеприимства «завязана» на многообразии культур, поэтому грамотное управление рабочей силой, включающей сотрудников разных национальностей, может рассматриваться как успешный ин-

струмент для достижения корпоративных целей предприятия [12, с. 559].

Индустрия гостеприимства Курской области характеризуется широким выбором гостиниц, отелей, кафе, ресторанов национальной кухни и т.п. [13, с. 12]. Национальные кухни города Курска характеризуются большим уровнем распространения, достаточно высоким рынком, каждое национальное предприятие питания старается удовлетворить потребности даже самого изысканного гурмана. На сегодняшний день к наиболее перспективным предприятиям питания г. Курска можно отнести: Премьер, Быковский, Старик Хинкалыч, Испанский, Престиж, Тбиладжио, Макали Хинкали, Диканька и др. [14, с.10]. Студенты направления

подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» регулярно проходят производственную практику на предприятиях г. Курска.

Исследователь Молданова Т. А. в отмечает следующее: «Особый интерес к пище, как к одному из компонентов традиционных культур объясняется тем, что он более полно отражает традиции, наиболее устойчив, и сохраняется даже в условиях полной деформации других компонентов этнической культуры» [15, с. 132].

В ходе исследования был проведен статистический анализ въездного туризма в РФ, рассмотрена межкультурная составляющая среди гостей Соловьиного края (национальности) (рис. 1).

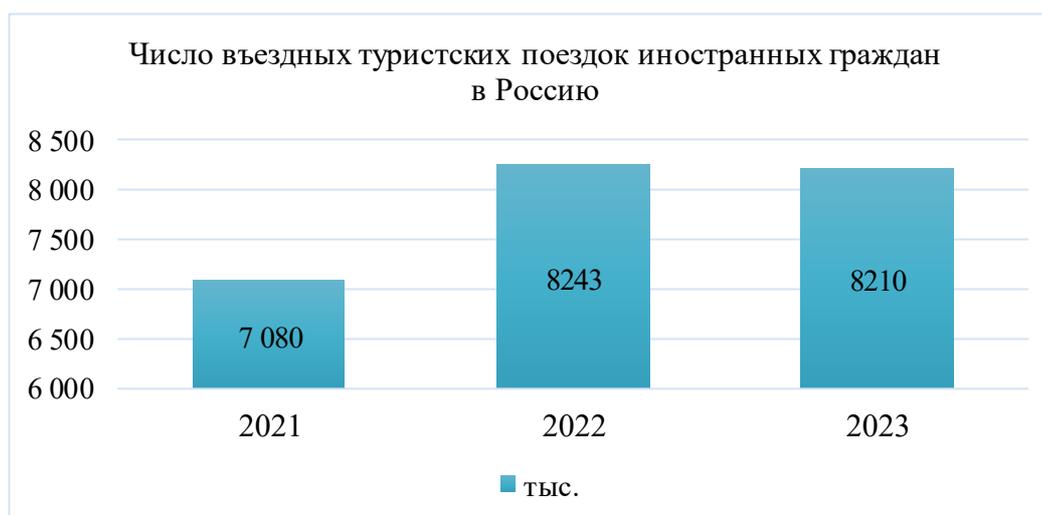


Рис. 1. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию<sup>1</sup>

Fig. 1. The number of inbound tourist trips of foreign citizens to Russia

Согласно статистике наиболее часто Российскую Федерацию посещают иностранные граждане из Абхазии, Азербайджана, Армении, Беларуси, Казахстана, Китая, Узбекистана, Южной Осетии [16].

Для анализа национального компонента туристов Курской области были

выделены 5 предприятий общественного питания в г. Курск, такие как Престиж, Старик Хинкалыч, Диканька, Быковский, Макали Хинкали. Гостям был предложен опрос, в котором приняли участие более 300 человек, из них 61,3% составили женщины, 38,7% – мужчины (рис. 2).

<sup>1</sup> По данным федеральной службы государственной статистики.

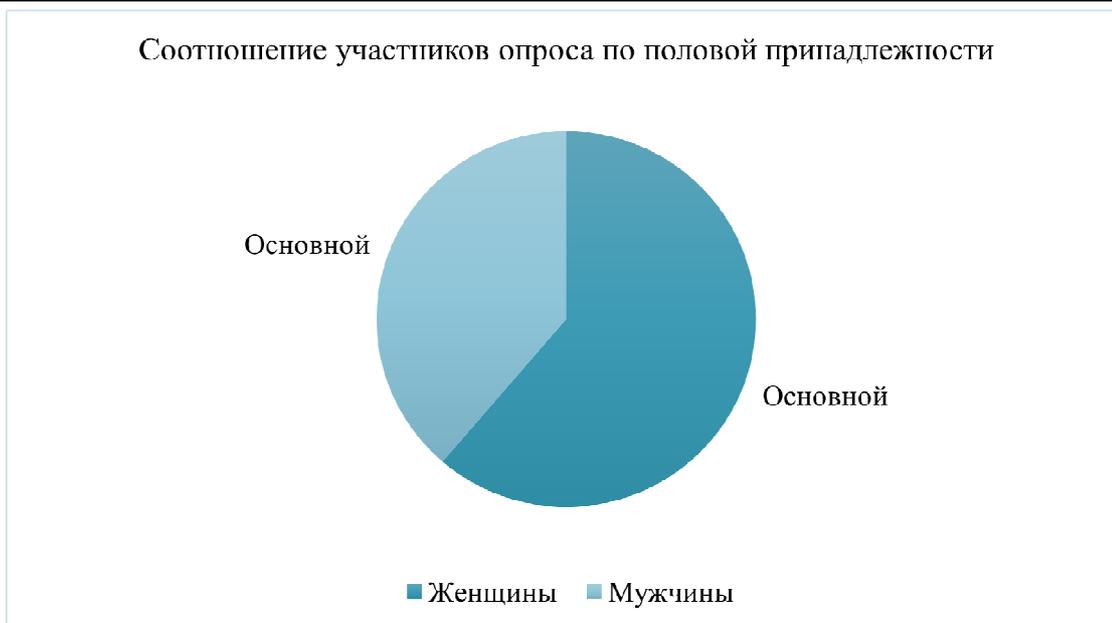


Рис. 2. Соотношение участников опроса по половой принадлежности

Fig. 2. The ratio of survey participants by gender

Возраст респондентов распределился следующим образом: от 18 до 35 лет – 45%, от 36 до 60 лет – 35%, от 61 и старше – 20% (рис. 3).



Рис. 3. Возрастное соотношение участников опроса

Fig. 3. The age ratio of the survey participants

При анализе полученных данных из опроса, была получена информация о

гостях Курской области, ими стали граждане следующих национальностей (рис. 4):

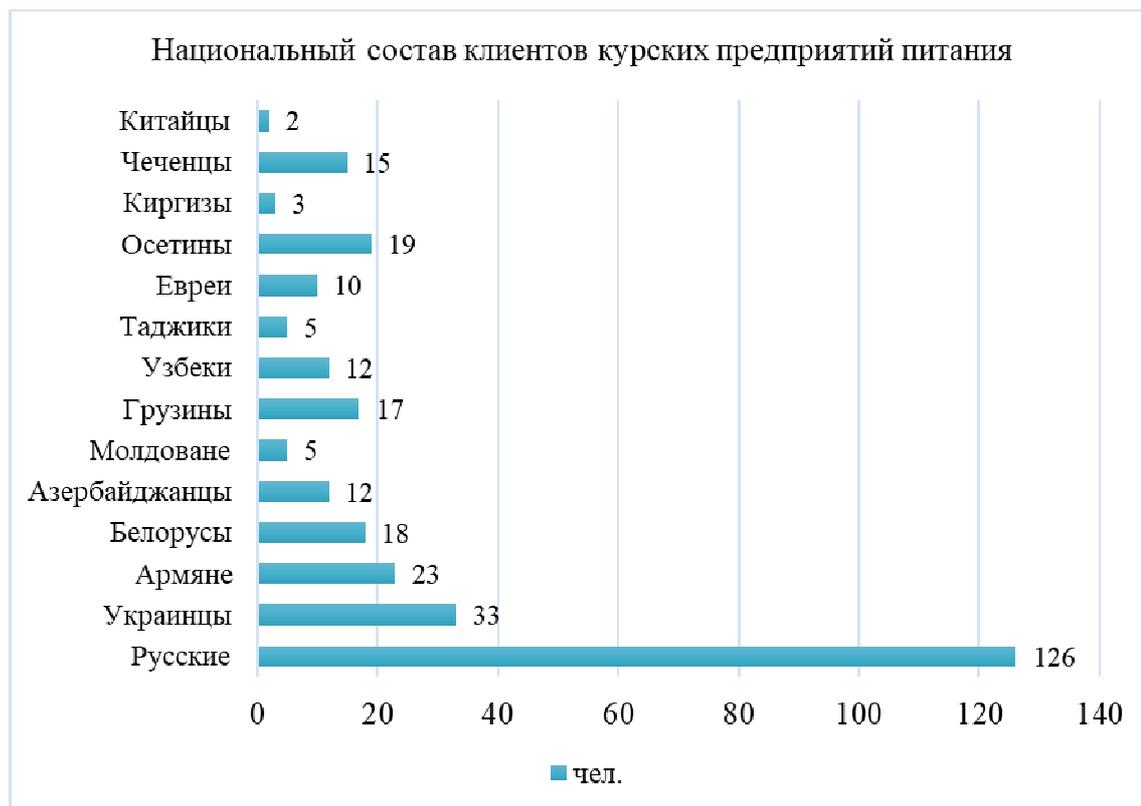


Рис. 4. Национальный состав клиентов курских предприятий питания [17]

Fig. 4. The national composition of customers of Kursk food enterprises

В результате анализа клиентской базы предприятий общественного питания в Курской области было выявлено, что она характеризуется значительным этническим разнообразием. Данный факт указывает на потребность в подготовке квалифицированных кадров, обладающих глубокими знаниями национальных, культурных и традиционных особенностей питания различных народов мира. Следовательно, включение дисциплины «Культура питания народов мира» в учебные программы подготовки специалистов в сфере общественного питания представляется крайне актуальным.

Как было отмечено ранее, практический аспект играет значимую роль в освоении учебной дисциплины «Культура питания народов мира», поскольку он предоставляет студентам возможность не

только теоретического ознакомления с особенностями питания различных этносов, но и практического освоения основополагающих аспектов данной культуры. В контексте изучения указанной дисциплины возникает необходимость внедрения инновационных подходов и методик для освоения практических аспектов материала, что обуславливает актуальность разработки рекомендаций для учебного курса.

По мнению С. Э. Широбокова и Н. В. Гайдай, важность практической части аудиторной нагрузки зачастую связана с отсутствием у студентов места для поиска информации. Поэтому необходимо выбирать такие формы и методы проведения практических занятий, которые в доступном виде помогут изучить вопрос, осознать правильность поиска информа-

ции по теме, раскрыть способности студента и сформировать новые навыки студента [18, с. 175].

В целях эффективного освоения практического аспекта дисциплины «Культура питания народов мира» предлагается реализовать комплекс мер, направленных на углубление знаний и развитие навыков студентов, среди ключевых рекомендаций можно выделить следующие:

1. Организация мастер-классов и кулинарных практикумов, в рамках которых студенты смогут освоить приготовление блюд различных культур, используя аутентичные ингредиенты и следуя традиционным рецептам. Данная мера позволит не только развить технические навыки, но и глубже понять вкусовые предпочтения разных народов.

2. Вовлечение студентов в тематические фестивали и мероприятия, связанные с национальной кухней и продуктами питания, включая участие в организации и проведении подобных событий.

3. Разработка и реализация проектов, направленных на исследование и анализ пищевых привычек и традиций различных культур, например, создание презентаций, видеороликов, статей и других форм представления результатов исследований.

4. Использование современных технологий, таких как виртуальные платформы и ресурсы для демонстрации и изучения кулинарных традиций, а также интерактивные методы обучения, например, онлайн-квесты, викторины и игры, направленные на закрепление знаний о культуре питания.

5. Организация экскурсий и посещения ресторанов, специализирующихся на национальной кухне, а также визитов на производства продуктов питания, что поз-

волит студентам увидеть практическое применение теоретических знаний и получить опыт взаимодействия с представителями различных культур.

6. Формирование портфолио, включающего рецепты, фотографии приготовленных блюд, аналитические заметки и другие материалы, отражающие процесс освоения практического компонента дисциплины.

7. Регулярное проведение обсуждений и рефлексии по итогам практических занятий, мастер-классов и других мероприятий, что позволит студентам оценить свой прогресс и определить дальнейшие шаги в освоении дисциплины.

Данные рекомендации позволяют расширить возможности учебного курса «Культура питания народов мира», улучшат его практическую базу, позволят в полной мере освоить необходимые компетенции студентами направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность».

## **Вывод**

В заключение следует отметить, что интеграция практического компонента в изучение дисциплины «Культура питания народов мира» выступает в качестве фундаментального элемента в процессе формирования глубоких знаний и развития профессиональных навыков обучающихся.

Предложенные меры, такие как организация мастер-классов и кулинарных практикумов, вовлечение студентов в тематические фестивали и мероприятия, разработка и реализация проектов, использование современных технологий, организация экскурсий и формирование портфолио, способствуют не только теоретическому пониманию, но и практическому

освоению культуры питания различных народов мира, что, в свою очередь, формирует у студентов способность к межкультурному взаимодействию, развивает критическое мышление и умение адаптироваться к изменяющимся условиям профессиональной среды. Таким образом,

практический компонент в освоении дисциплины «Культура питания народов мира» является неотъемлемым элементом образовательного процесса, способствующим не только углублённому изучению материала, но и формированию востребованных профессиональных компетенций.

### Список литературы

1. Краюшкина Т. В. Культура питания народов мира в визуальной антропологии // Россия и АТР. 2017. № 2(96). С. 236-240. EDN ZBITID.
2. Воевода Е. В. Профессиональная подготовка студентов международного профиля к межкультурной коммуникации: лингвосоциокультурные и психологические аспекты. М.: Издательско-торговый Дом «ПЕРСПЕКТИВА», 2019. 198 с. EDN GREVIJ.
3. Тангалычева Р. К. Теоретико-методологические основы социологического изучения межкультурной коммуникации. СПб.: ООО "Скифия-принт", 2014. 332 с. EDN UJTUEH.
4. Панищев А. Л. Социальная ответственность и правовая культура как основа жизнеспособности нации // Социальная политика и социология. 2009. № 3(45). С. 249-257. EDN LMDDWD.
5. Горюшкина Н. Е. Проблемы подготовки кадров для сферы гостеприимства // Развитие науки и технологий в современной России (шифр - ВКРН) : сборник материалов VI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 30 августа 2024 года. М.: Издательство Академическая среда, 2024. С. 26-30. <https://doi.org/10.62994/7230.2024.24.10.003>.
6. Об использовании метода парных сравнений для принятия решений при оценивании уровня профессиональных компетенций\*обучаемых / Е. Г. Жилияков, С. В. Игрунова, С. Н. Девицына [и др.] // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2008. № 10(50). С. 65-73.
7. Тимошенко Т. А. Целевой и содержательный компоненты освоения дисциплины «Неевклидовой геометрии» магистрантами в контексте компетентностного подхода // Материалы XXXVII Международного научного семинара преподавателей математики и информатики университетов и педагогических вузов. Набережные Челны: Набережночелнинский государственный педагогический университет, 2018. С. 319-322.
8. 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.
9. Подласый И.П. Педагогика: в 2-х т. Т.1. Теоретическая педагогика: в 2 кн. М.: Юрайт, 2016. Кн. 2. 386 с.
10. Ключева Е.В. Основы исследовательской деятельности в образовании. Арзамас: Арзамасский филиал ННГУ, 2014. 111 с.
11. Тангалычева Р. К. Теоретико-методологические основы социологического изучения межкультурной коммуникации. СПб.: Скифия-принт, 2014. 332 с.

12. Девидовская П. А. Взаимодействие персонала и гостей отеля в рамках межкультурной коммуникации // Collegium Linguisticum - 2022: сборник научных статей Ежегодной конференции Студенческого научного общества МГЛУ. М.: Московский государственный лингвистический университет, 2022. С. 558-565.

13. Абушенкова М. В., Босенко О. А. Гостиничный бизнес в условиях экономических санкций против России // Актуальные проблемы развития туристской индустрии : материалы международной научно-практической конференции. Курск, 27 октября 2022 года. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. С. 12-15.

14. Волобуев В. В., Зекунова А. В. Эффективность использования мобильных приложений на предприятиях общественного питания // Туристический, гостиничный и ресторанный бизнес: инновации и тренды: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Курск, 2024. С. 10-12.

15. Молданова Т. А. Пицца как элемент этнической идентичности и межкультурного взаимодействия // Вестник угроведения. 2017. Т. 7, № 4(31). С. 131-143.

16. Росстат – Туризм // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.

17. Курская область в цифрах. 2023: краткий статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области; Федеральная служба государственной статистики. URL: [https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/КурОбл\\_ц\\_2021.pdf](https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/КурОбл_ц_2021.pdf).

18. Широбокова С. Э., Гайдай Н. В. О роли практической работы в освоении экономических дисциплин студентами СПО, бакалавриата и магистратуры // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2018. № 4(35). С. 175-177.

## References

1. Krayushkina T. V. Food culture of the peoples of the world in visual anthropology. *Ros-siya i ATR = Russia and the Asia-Pacific Region*. 2017;(2):236-240. (In Russ.). EDN ZBITID.

2. Voevoda E. V. Professional training of international students for intercultural communication: linguistic, socio-cultural and psychological aspects. Moscow: PERSPEKTIVA; 2019. 198 p. (In Russ.). EDN GREVIJ.

3. Tangalycheva R. K. Theoretical and methodological foundations of the sociological study of intercultural communication. St. Petersburg : Scythia-Print, 2014. 332 p. (In Russ.). EDN UJTUEH.

4. Panishchev A. L. Social responsibility and legal culture as the basis of the viability of the nation. *Sotsial'naya politika i sotsiologiya = Social policy and sociology*. 2009;(3):249-257. (In Russ.). EDN LMDDWD.

5. Goryushkina N. E. Problems of personnel training for the hospitality industry. In: *Razvitiye nauki i tekhnologii v sovremennoi Rossii (shifr - VKRN) : Sbornik materia-lov VI Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Development of science and technology in modern Russia (cipher - WRC). Collection of materials of the VI All-Russian Scientific and Practical Conference*. Moscow; 2024. P. 26-30. (In Russ.). <https://doi.org/10.62994/7230.2024.24.10.003>.

6. Zhilyakov E. G., Igrunova S. V., Devitsyna S. N., et al. On the use of the method of paired comparisons for decision-making when assessing the level of professional competencies of students. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Informatika = Scientific Bulletin of the Belgorod State University. Series: Economics. Computer science.* 2008;(10):65-73. (In Russ.)

7. Timoshenko T. A. The target and meaningful components of mastering the discipline «Non-Euclidean geometries» by undergraduates in the context of a competence-based approach. In: *Materialy XXXVII Mezhdunarodnogo nauchnogo seminara prepodavatelei matematiki i informatiki universitetov i pedagogicheskikh vuzov = Materials of the XXXVII International Scientific Seminar of teachers of mathematics and computer science at universities and pedagogical universities.* Naberezhnye Chelny: Naberezhnye Chelny State Pedagogical University; 2018. P. 319-322. (In Russ.)

8. Belyaev G.Y. Socio-digital environment as a source of new opportunities and new risks for modern education. *Otechestvennaya i zarubezhnaya pedagogika = Domestic and foreign pedagogy.* 2020;1(4):109-123. (In Russ.)

9. Podlasyi I.P. Pedagogy. Vol. 1. Theoretical pedagogy. Moscow: Yurait; 2016. Book 2. 386 p. (In Russ.)

10. Klyueva E.V. Fundamentals of research activity in education. Arzamas: Arzamas branch of UNN; 2014. 111 p. (In Russ.)

11. Tangalycheva R. K. Theoretical and methodological foundations of the sociological study of intercultural communication. St. Petersburg : Scythia-Print LLC; 2014. 332 p. (In Russ.)

12. Davidovskaya P. A. Interaction of hotel staff and guests within the framework of intercultural communication. In: *Collegium Linguisticum – 2022: Sbornik nauchnykh statei Ezhegodnoi konferentsii Studen-cheskogo nauchnogo obshchestva MGLU = Collegium Linguisticum – 2022: Collection of scientific articles of the Annual Conference of the MGLU Student Scientific Society.* Moscow: Moscow State Linguistic University; 2022. P. 558-565. (In Russ.)

13. Abushenkova M. V., Bosenko O. A. Hotel business in the context of economic sanctions against Russia. In: *Aktual'nye problemy razvitiya turistskoi industrii : materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Actual problems of the tourism industry development : materials of the international scientific and practical conference.* Kursk: Southwest State University; 2022. P. 12-15. (In Russ.)

14. Volobuev V. V., Zekunova A.V. Efficiency of using mobile applications in public catering enterprises. In: *Turisticheskii, gostinichnyi i restorannyi biznes: innovatsii i trendy: Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Tourism, hotel and restaurant business: innovations and trends: Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference.* Kursk; 2024. P. 10-12. (In Russ.)

15. Moldanova T. A. Food as an element of ethnic identity and intercultural interaction. *Vestnik ugrovedeniya = Bulletin of Ugrovology.* 2017;7(4):131-143. (In Russ.)

16. Rosstat - Tourism (In Russ.). Available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (accessed 09.08.2024).

17. Kursk region in numbers. 2023: A short statistical collection. (In Russ.). Available at: [https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/КурОбл\\_ц\\_2021.pdf](https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/КурОбл_ц_2021.pdf).

18. Shirobokova S. E., Gaidai N. V. On the role of practical work in the development of economic disciplines by students of vocational education, bachelor's and master's degrees. *Sotsial'no-ekonomicheskoe upravlenie: teoriya i praktika = Socio-economic management: theory and practice*. 2018;(4):75-177. (In Russ.)

### Информация об авторах / Information about the Authors

**Смирнова Марина Алексеевна**, преподаватель, магистрант кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: smrnv.marina@vk.com,  
ORCID: 0000-0002-1396-7195

**Marina A. Smirnova**, Lecturer, Undergraduate Student of the Department of History and Socio-Cultural Services, Southwestern State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: smrnv.marina@vk.com,  
ORCID: 0000-0002-1396-7195

**Соловьянова Марина Викторовна**, кандидат исторических наук, 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

Оригинальная статья / Original article

УДК 616.8-009.17-008.6:159.944:378.37

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-134-144>



## Особенности взаимосвязей астении, эмоционального интеллекта студентов-волонтеров при различном уровне их эмоционального выгорания

Л.Н. Молчанова<sup>1</sup> ✉, С.И. Королева<sup>1</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

Высокий спрос на добровольческую деятельность в различных сферах показал неоценимость вклада, который могут внести добровольцы в развитие социальной сферы. Вместе с тем, большинство направлений добровольческой деятельности связано с высокой эмоциональной нагрузкой, которая без должного сопровождения может приводить к различным неблагоприятным психологическим состояниям, среди которых выделяют астению и эмоциональное выгорание. Итак, цель исследования состоит в изучении взаимосвязей астении и эмоционального интеллекта у студентов-волонтеров при различном уровне эмоционального выгорания. В исследовании приняло участие 40 студентов-волонтеров ФГБОУ ВО КГМУ. Общая выборка была разбита на две экспериментальные группы по 13 человек в каждой (по 33% от всей выборки): в экспериментальную группу №1 вошли студенты-волонтеры с низким уровнем эмоционального выгорания, а в экспериментальную группу №2 – с высоким. Психодиагностика осуществлялась с использованием методики Шкала астенического состояния (ШАС) Л.Д. Малковой (адаптация Т.Г. Чертовой) и опросника «Профессиональное выгорание» (ПВ) (русскоязычная версия Н.Е. Водопьянова, Е.С. Старченко-ва). В результате исследования выявлены взаимосвязи между показателями астении и эмоционального истощения у волонтеров, а также между показателями астении и эмоционального интеллекта у волонтеров с низким уровнем эмоционального выгорания. Таким образом, повышение уровня эмоционального интеллекта волонтеров, а именно понимания своих и чужих эмоций, может выступать ресурсом в профилактике не только эмоционального выгорания, но и астении.

**Ключевые слова:** эмоциональное выгорание; астения; эмоциональный интеллект; добровольчество; студенты-волонтеры.

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

**Для цитирования:** Молчанова Л.Н., Королева С.И. Особенности взаимосвязей астении, эмоционального интеллекта студентов-волонтеров при различном уровне их эмоционального выгорания // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 134-144. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-134-144>.

Статья поступила в редакцию 29.05.2024

Статья подписана в печать 03.07.2024

Статья опубликована 30.09.2023

© Молчанова Л.Н., Королева С.И., 2024

## Features of the relationship of asthenia and emotional intelligence of student volunteers at different level of their emotional burnout

Ludmila N. Molchanova<sup>1</sup> ✉, Svetlana I. Koroleva<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 high demand for volunteering in various fields has shown the invaluable contribution that volunteers can make to the development of the social sphere. At the same time, most areas of volunteer activity are associated with high emotional stress, which, without proper support, can lead to various unfavorable psychological states, including asthenia and emotional burnout. So, the purpose of the study is to study the relationship between asthenia and emotional intelligence in student volunteers with different levels of emotional burnout. 40 volunteer students of the FSBEI HE KSMU took part in the study. The total sample was divided into two experimental groups of 13 people each (33% of the entire sample): experimental group No. 1 included student volunteers with a low level of emotional burnout, and experimental group No. 2 - with a high level. Psychodiagnostics was carried out using the Asthenic State Scale (ASS) method by L.D. Malkova (adapted by T.G. Chertova) and the "Professional Burnout" (PV) questionnaire (Russian version by N.E. Vodopyanov, E.S. Starchenkova). The study revealed relationships between indicators of asthenia and emotional exhaustion in volunteers, as well as between indicators of asthenia and emotional intelligence in volunteers with a low level of emotional burnout. Thus, increasing the level of emotional intelligence of volunteers, namely, understanding their own and others' emotions, can act as a resource in the prevention of not only emotional burnout, but also asthenia.

**Keywords:** emotional burnout; asthenia; emotional intelligence; volunteering; student volunteers.

**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., Koroleva S. I. Features of the relationship of asthenia and emotional intelligence of student volunteers at different level of their emotional burnout. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2024;14(3):134–144 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-134-144>.

Received 29.05.2024

Accepted 03.07.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

Добровольческая деятельность является неотъемлемой частью социальной жизни общества и активно развивается более 6 лет. Значимость волонтерства подтверждена в социальной, медицинской, инклюзивной, корпоративной и других сферах. Однако данное направление социальной жизни тесно связано с большой эмоциональной напряженностью, частотой возникновения нестандартных ситуаций. При этом, каждый год появляется все больше и больше различных направ-

лений добровольчества, поскольку растет число социальных и психологических проблем в обществе.

Большую часть волонтерского сообщества составляют студенты различных образовательных учреждений. При этом образовательная деятельность сама по себе является сильной нагрузкой, требующей высокой работоспособности, навыков освоения большого объема информации, ответственности за качество усвоенного материала и его применение, особенно среди студентов-медиков [1].

Подобные нагрузки, совмещенные с дополнительной – волонтерством, могут негативно влиять на состояние здоровья, приводить к астенизации и эмоциональному выгоранию [2].

Астения – психопатологическое расстройство, которое постепенно развивается и проявляется в виде физической и психологической утомляемости, а также снижения уровня активности и вегетативных нарушений [3]. В зарубежных исследованиях часто используют термин «утомляемость» или «усталость». Единого общепринятого определения усталости на данный момент не существует, зачастую данное состояние определяют как сильную и стойкую усталость, слабость или психическое и физическое истощение [4]. На развитие состояния усталости оказывает влияние множество факторов: пол, возраст, физическое и психологическое состояние, качество питания, а также жизненный опыт [5].

При астении организм истощен, человек испытывает общую слабость, а также могут наблюдаться перепады настроения, проблемы со сном. Более того, человек утрачивает способность долго концентрироваться и активно работать, все чаще становится труднее поддерживать умственное и физическое напряжение. В процессе развития астенического синдрома происходят изменения, прежде всего на уровне ствола головного мозга, что ведет к снижению концентрации внимания, восприятия, бодрствования, общей мышечной активности и вегетативной регуляции [3]. Симптомы астенического синдрома можно обнаружить не только у взрослых, но и у детей [6].

Отечественные исследователи, рассматривая клинические проявления астенического состояния, выделяют четыре группы расстройств: физические, когнитивные, психологические и сексуальные. Физические расстройства проявляются в виде слабости мышц и снижения выносливости. Ярким примером когнитивных

нарушений служит снижение памяти и уровня концентрации внимания. Психологическая дисфункция обнаруживается в эмоциональной и мотивационной сферах. Сексуальные расстройства проявляются в виде снижения либидо и эректильной дисфункции [7].

Библиометрический анализ публикационной активности исследователей по проблеме астении среди студентов за последние 5 лет на платформе ELIBRARY.RU засвидетельствовал по ключевому запросу «астения у студентов» (период 2019–2024 гг.) 16 источников из 55631787 имеющихся. При этом исследования, посвященные проблеме астении у студентов-медиков, составили 68%, а по поисковому запросу «развитие астении у волонтеров» не найдено ни одной статьи за тот же временной период.

Рассматривая публикационную активность по проблеме выгорания волонтеров при вводе запроса «эмоциональное выгорание волонтеров» за тот же временной период обнаруживается 32 статьи. В отечественных статьях рассматриваются взаимосвязи эмоционального выгорания волонтеров и уровень эмоционального интеллекта [8], технологии профилактики и преодоления эмоционального выгорания [9; 10; 11], эмоциональное выгорание как фактор развития риска употребления психоактивных веществ [12] и много другое.

Под эмоциональным выгоранием в отечественной психологической науке понимают неблагоприятные трансформации в эмоциональной и мотивационной сферах личности, в результате воздействия различных стрессоров [13].

В зарубежной литературе выгорание рассматривается как психологический синдром, возникающий как длительная реакция на хронические межличностные стрессоры на работе [14]. Описываемая трехмерная модель понимания структуры синдрома закрепились не только зарубежом, но и в отечественной науке и вклю-

чает в себя следующие ключевые аспекты: «эмоциональное истощение» или «утомление», «деперсонализацию» или «отстранение от работы», а также «редукцию профессиональных достижений» или «чувство неэффективности и отсутствия достижений» [15].

Анализ отечественных и зарубежных источников показывает наличие исследований, в которых рассматриваются взаимосвязи астенического состояния и эмоционального выгорания в зависимости от различных факторов. Так, Решетова Т.В. с коллегами рассматривает способы коррекции эмоционального выгорания, астении и депрессии у медицинских работников и отмечает, что астенические проявления среди врачей превышают показатели нормы более чем на 25,6%. Вместе с тем, исследователи утверждают, что обучение психологическим навыкам по специально разработанным программам позволяет снизить показатели астении до 11,9% [16]. Также взаимосвязь астении и эмоционального выгорания подтверждается тем фактом, что астеническая симптоматика наблюдается более чем у 90% испытуемых с эмоциональным выгоранием [17].

Зарубежные исследования подтверждают эти данные. Крот А.Ф. описывает состояние врачей в зависимости от их ритма профессиональной деятельности. Показано, что те врачи, которые работают преимущественно в ночные смены, имеют показатели выгорания и астенизации выше, чем те, которые осуществляют свою профессиональную деятельность в дневное время [18].

Не менее важно обратить внимание на взаимосвязь эмоционального выгорания и эмоционального интеллекта. Эмоциональный интеллект рассматривается как способность индивида распознать не только свои, но и чужие эмоции, а также эффективно их регулировать [19]. В отечественных исследованиях описывается наличие обратной связи между уровнем

эмоционального интеллекта и риском развития симптомов психического выгорания [20, 8]. За рубежом, изучение взаимосвязи эмоционального выгорания и эмоционального интеллекта изначально было направлено на определение групп риска и поиск стратегий профилактики его (выгорания) развития. Чем выше показатели эмоционального интеллекта, тем лучше человек может справиться с эмоциональными трудностями [21]. Исследование взаимосвязи эмоционального интеллекта, стресса и выгорания показало наличие связей между высоким уровнем эмоционального интеллекта и низкими показателями стресса и выгорания. В данном случае эмоциональный интеллект помогает снизить развитие выгорания при хронических стрессах [22, 23].

Проанализированные данные подтверждают актуальность изучения взаимосвязей астенического состояния с эмоциональным выгоранием и уровнем развития эмоционального интеллекта волонтеров для определения эффективных стратегий профилактики выгорания и астенического симптомокомплекса.

Итак, цель исследования – выявление взаимосвязей астении, эмоционального интеллекта студентов-волонтеров при различном уровне их эмоционального выгорания.

Объект исследования – эмоциональное выгорание студентов-волонтеров. Предмет исследования – особенности взаимосвязей астении, эмоционального интеллекта студентов-волонтеров при различном уровне их эмоционального выгорания.

В исследовании приняли участие 40 студентов-волонтеров, обучающихся в ФГБОУ ВО КГМУ по специальности 31.05.01 Лечебное дело.

Выборку составили студенты с различным уровнем выгорания, длительность волонтерской деятельности от 6 месяцев в возрасте от 18 лет (27 девушек и 13 юношей). Психодиагностика осу-

ществлялась с использованием методики Шкала астенического состояния (ШАС) Л.Д. Малковой, адаптация Т.Г. Чертовой и опросника «Профессиональное выгорание» (ПВ) (русскоязычная версия Н.Е. Водопьянова, Е.С. Старченкова). Полученные результаты обрабатывались с помощью компьютерной программы «IBM SPSS Statistic 27». Используемые математические методы: критерий Колмогорова-Смирнова, корреляционный анализ Спирмена, методы описательной статистики.

### Результаты и обсуждение

Диагностика эмоционального выгорания волонтеров осуществлялась с помощью опросника «Профессиональное выгорание» (ПВ) (русскоязычная версия Н. Е. Водопьянова, Е. С. Старченкова) [13, 15].

При обработке результатов были выявлены волонтеры с низкой, средней и высокой степенью эмоционального выгорания. Показатели были зафиксированы по всем трем шкалам: «Эмоциональное истощение»:  $X_{cp.±σx}=6,63±2,40$ ; «Деперсо-

нализация»:  $X_{cp.±σx}=5,45±2,47$  и «Профессиональная успешность (редукция персональных достижений):  $X_{cp.±σx}=6,3±2,73$ . Значение интегрального показателя составило:  $X_{cp.±σx}=5,45±0,81$  (табл. 1). Таким образом, у волонтеров преобладает преимущественно средний уровень эмоционального выгорания, что свидетельствует о возможном переживании усталости, незначительном снижении чувства собственной компетентности и продуктивности.

Диагностика астенического состояния реализована с помощью Шкалы оценки астенического состояния (ШАС) Л.Д. Малковой, адаптация Т.Г. Чертовой.

При обработке результатов было выявлено, что у студентов-волонтеров преобладает преимущественно слабый уровень астенического состояния  $X_{cp.±σx}=51,55±13,11$ , что может свидетельствовать о наличии утомляемости, трудностях переноса нагрузок, слабости и фиксации на неудовлетворительном состоянии (табл. 1).

**Таблица 1.** Средние значения показателей эмоционального выгорания и состояния астении у студентов-волонтеров

**Table 1.** Average values of indicators of emotional burnout and asthenia among student volunteers

Наименование показателя/ The name of the indicator	Волонтеры/Volunteer	
	$\bar{X} \pm \sigma$	Качественный/Qualitative
Эмоциональное истощение	$X_{cp.±σx}=6,63±2,40$	Средний
Деперсонализация	$X_{cp.±σx}=5,45±2,47$	Средний
Редукция профессиональных достижений	$X_{cp.±σx}=6,3±2,73$	Средний
Общий индекс психического выгорания	$X_{cp.±σx}=5,45±0,81$	Средний
Астеническое состояние	$X_{cp.±σx}=51,55±13,11$	Слабый

Исследование взаимосвязей между показателями эмоционального выгорания и эмоционального интеллекта, состояния астении у студентов-волонтеров прово-

дилось с использованием процедуры корреляционного анализа (r-Спирмен) (табл. 2).

**Таблица 2.** Корреляционные взаимосвязи показателей эмоционального выгорания и эмоционального интеллекта, состояния астении у студентов-волонтеров (r-Спирмен)

**Table 2.** Correlation relationships between indicators of emotional burnout and emotional intelligence, the state of asthenia among student volunteers (Spearman's r)

Эмоциональное выгорание/ Emotional burnout		Эмоциональный интеллект/ Emotional intelligence	
Шкалы/Scales	Астеническое состояние/ Asthenic condition	Шкалы/Scales	Астеническое состояние/ Asthenic condition
Эмоциональное истощение	0,563*	Межличностный эмоциональный интеллект	-0,209
Деперсонализация	0,116	Внутриличностный эмоциональный интеллект	0,085
Редукция профессиональных достижений	0,075	Понимание эмоций	-0,197
Общий индекс психического выгорания	0,219	Управление эмоциями	0,973

Примечание: \* – статистическая значимость при  $p \leq 0,01$ .

Как видно из табл. 2 между астеническим состоянием и эмоциональным истощением существует статистически значимая умеренная и положительно направленная корреляционная взаимосвязь ( $r=0,563$  при  $p \leq 0,001$ ). Следовательно, чем выше эмоциональное истощение у студентов-волонтеров, тем сильнее проявляются симптомы астенического состояния.

Далее с помощью метода полярных групп были сформированы две экспери-

ментальные группы по 13 человек в каждой (по 33% от всей выборки): в экспериментальную группу №1 вошли студенты-волонтеры с низким уровнем эмоционального выгорания, а в экспериментальную группу №2 – с высоким.

Результаты корреляционного анализа взаимосвязей между показателями состояния астении и эмоционального интеллекта представлены в табл. 3.

**Таблица 3.** Корреляционные взаимосвязи показателей состояния астении и эмоционального интеллекта студентов-волонтеров (r-Спирмен)

**Table 3.** Correlation relationships between indicators of asthenia and emotional intelligence of student volunteers (r-Spearman)

Экспериментальная группа №1 / Experimental group 1		Экспериментальная группа № 2/ Experimental group 2	
Шкалы/Scales	Астеническое состояние/ Asthenic condition	Шкалы/Scales	Астеническое состояние/ Asthenic condition
Межличностный эмоциональный интеллект	-0,611*	Межличностный эмоциональный интеллект	-0,311
Внутриличностный эмоциональный интеллект	-0,124	Внутриличностный эмоциональный интеллект	-0,065
Понимание эмоций	-0,548*	Понимание эмоций	-0,216
Управление эмоциями	-0,275	Управление эмоциями	-0,165

Примечание: \* – статистическая значимость на уровне  $p \leq 0,05$ .

Корреляционный анализ показал наличие статистически значимых отрицательно направленных взаимосвязей между астеническим состоянием и шкалами эмоционального интеллекта. Так, обнаружена умеренная отрицательная связь между астеническим состоянием и уровнем межличностного интеллекта ( $r = -0,611^*$  при  $p \leq 0,05$ ). Это свидетельствует о том, что чем выше уровень эмоционального интеллекта, тем ниже выраженность астенического состояния. Вторая значимая корреляция на достоверном уровне обнаружена между астеническим состоянием и пониманием эмоций. Отрицательная связь ( $r = -0,548^*$  при  $p \leq 0,05$ ) свидетельствует о том, что степень понимания эмоций влияет на степень выраженности астенического состояния.

### Выводы

Проблема изучения астенического состояния и его проявлений при различных уровнях эмоционального выгорания является крайне актуальной в настоящее время. Анализ состояния студентов-волонтеров позволяет сделать следующие выводы:

– средний уровень выраженности эмоционального выгорания волонтеров свидетельствует о наличии эмоциональной нагрузки, что может приводить к некачественной реализации доброволь-

ческой деятельности, развитию конфликтных ситуаций не только внутри волонтерской группы, но и с благополучателями, а также редукции собственных достижений;

– слабый уровень выраженности астенического состояния у студентов свидетельствует о наличии утомляемости, трудностях переноса нагрузок, слабости и фиксации на неудовлетворительном состоянии. Причиной его низкой степени выраженности может являться то, что исследование проводилось в начале учебного семестра, когда студенты находятся еще в оптимальном эмоциональном и физическом состоянии после летнего отдыха;

– обнаружена взаимосвязь эмоционального истощения и астенического состояния. Чем выше эмоциональное истощение студентов-волонтеров, тем сильнее проявляются симптомы астении;

– обнаружена взаимосвязь состояния астении и межличностного интеллекта, понимания эмоций студентов-волонтеров с низким уровнем эмоционального выгорания.

Таким образом, повышение уровня эмоционального интеллекта волонтеров, а именно понимания своих и чужих эмоций, может выступать ресурсом в профилактике не только эмоционального выгорания, но и астенического состояния.

### Список литературы

1. Гутник В. В. Распространенность признаков астенического синдрома у студентов медицинского университета // Смоленский медицинский альманах. 2021. № 1. С. 98-101.
2. Жернакова Н. И., Лебедев Т. Ю., Лебедев Д. Т. Обучение медицинским специальностям и некоторые аспекты состояния здоровья обучающихся разных курсов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Медицина. Фармация. 2015. № 16. С. 156-157.
3. Ермачкова П. А., Кравченко А. Н., Залата О. А. Характеристика астенического синдрома у студентов-медиков // Мотивационные аспекты физической активности : материалы VI Всероссийской междисциплинарной конференции, посвященной светлой памяти первого ректора НовГУ Владимира Васильевича Сороки, Великий Новгород, 18 февраля 2022 года / отв. ред. Р.Я. Власенко. Великий Новгород: Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2022. С. 48-52.

4. Dittner A.J, Wessely S.C, Brown R.G. The assessment of fatigue: a practical guide for clinicians and researchers // *J Psychosom Res.* 2004. Vol. 56, no. 2. P. 157–170. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(03\)00371-4](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(03)00371-4)

5. Finsterer J, Mahjoub SZ. Fatigue in healthy and diseased individuals // *American Journal of Hospice and Palliative Care.* 2013. Vol. 31, no. 5. P. 562–575. <https://doi.org/10.1177/1049909113494748>

6. VanElzakker M.B., Brumfield S.A., Lara Mejia P.S. Neuroinflammation and Cytokines in Myalgic Encephalomyelitis/Chronic Fatigue Syndrome (ME/CFS): A Critical Review of Research Methods. *Front Neurol*, 2019. P. 9. <https://doi.org/10.3389/fneur.2018.01033>.

7. Титова Н.В., Бездольный Ю.Н., Катунина Е.А. Астения, психическая утомляемость и когнитивная дисфункция // *Журнал неврологии и психиатрии им. С.С. Корсакова.* 2023. № 1. С. 38-47.

8. Молчанова Л.Н., Блинова К. В. Взаимосвязи эмоционального интеллекта и психического выгорания волонтеров-медиков в условиях профессионально ориентированной волонтерской деятельности // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика.* 2021. Т. 11, № 3. С. 181-193.

9. Королева С. И. Технологии преодоления эмоционального выгорания волонтеров // *Психология здоровья и болезни: клиничко-психологический подход: материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (с использованием дистанционных технологий), Курск, 30 ноября – 01 2023 г. Курск: Курский государственный медицинский университет, 2023. С. 313-317.*

10. Серова Е. А. Профилактика эмоционального выгорания студентов-волонтеров как фактор сохранения их психического здоровья: постановка проблемы // *Психология здоровья в образовательном процессе (с использованием дистанционных технологий) : материалы региональной научно-практической конференции, Курск, 11 ноября 2021 г. / под ред. В.А. Липатова. Курск: Курский государственный медицинский университет, 2021. С. 98-102.*

11. Соколова А. Д. Профилактика эмоционального выгорания у волонтеров // *Generation Ψ: материалы IV Всероссийской научно-практической студенческой конференции, Новосибирск, 17 мая 2023 г. Новосибирск: Новосибирский государственный педагогический университет, 2023. С. 108-109.*

12. Байкалова М. А. Синдром эмоционального выгорания у волонтеров-психологов как фактор риска потребления ПАВ // *Профилактика девиантного поведения: материалы II международной научно-практической конференции, Новосибирск, 18 ноября 2020 года / под науч. ред. М.Г. Чухровой. Новосибирск: Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования "Сибирский институт практической психологии, педагогики и социальной работы", 2020. С. 48-51.*

13. Проблема профессионального выгорания специалистов в сфере информационных технологий: теоретический обзор / О. О. Гофман, Н. Е. Водопьянова, А. Ф. Джумагулова, Г. С. Никифоров // *Организационная психология.* 2023. Т. 13, № 1. С. 117-144.

14. Maslach C., Leiter M.P. Understanding the burnout experience: recent research and its implications for psychiatry // *World Psychiatry.* 2016. Vol. 15, no. 2. P. 103–115. <https://doi.org/10.1002/wps.20311>

15. Водопьянова Н. Е., Старченкова Е. С. Синдром выгорания. Диагностика и профилактика. 3-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во Юрайт, 2024. 299 с.

16. Решетова Т.В., Мазурок В.А., Жигалова Т.Н. Эмоциональное выгорание, астения и депрессия у медицинских и социальных работников – ресурсы коррекции // *Обозрение психиатрии и медицинской психологии имени В.М. Бехтерева.* 2012. № 3. С. 105-111.

17. Молчанова Л. Н. Взаимосвязи эмоционального интеллекта и психического выгорания матерей, воспитывающих детей с нарушениями слуха // Региональный вестник. 2019. № 22(37). С. 29-31.
18. Крот А.Ф. Связь между показателями астении, эмоционального выгорания, расстройствами сна врачей и ритмом их профессиональной деятельности // Актуальные вопросы диагностики, терапии и реабилитации психических и поведенческих расстройств: материалы международной конференции, посвященной 50-летию кафедры психиатрии и наркологии. Гродно, 2012. С. 159-160.
19. Tabib M., Humphrey T., Forbes-McKay K. Doing' is never enough, if 'being' is neglected. Exploring midwives' perspectives on the influence of an emotional intelligence education programme, a qualitative study // Women Birth. 2024 May. Vol. 37, no. 3. P. 101587. <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2024.02.003>.
20. Берилова Е. И. Эмоциональный интеллект, самооценка и копинг-стратегии как ресурсы преодоления психического выгорания у девушек-футболисток // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. 2018. № 1. С. 242-243.
21. O'Dowd E., O'Connor P., Lydon S., Mongan O., Connolly F., Diskin C., et al. Stress, coping, and psychological resilience among physicians. BMC Health Serv Res. 2018. <https://doi.org/10.1186/s12913-018-3541-8>
22. Görgens-Ekermans G., Brand T. Emotional intelligence as a moderator in the stress-burnout relationship: a questionnaire study on nurses // J Clin Nurs. 2012. Vol. 21, no. 15–16. P. 2275–85. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2012.04171.x>.
23. Almeneessier A.S., Azer S.A. Exploring the relationship between burnout and emotional intelligence among academics and clinicians at King Saud University. BMC Med Educ. 2023. 23. 673. <https://doi.org/10.1186/s12909-023-04604-7>

## References

1. Gutnik V. V. Prevalence of signs of asthenic syndrome in students of the medical university. *Smolenskii meditsinskii al'manakh = Smolensk medical almanac*. 2021;(1):98-101. (In Russ.)
2. Zhernakova N. I., Lebedev T. Yu., Lebedev D. T. Training in medical specialties and some aspects of the state of health of students of different courses. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Meditsina. Farmatsiya = Scientific bulletin of Belgorod State University. Ser.: Medicine. Pharmacy*. 2015;(16):156-157. (In Russ.)
3. Ermachkova P. A., Zalata O. A. Characteristics of asthenic syndrome in medical students In: *Motivatsionnye aspekty fizicheskoi aktivnosti : materialy VI Vserossiiskoi mezhdistsiplinarnoi konferentsii, posvyashchennoi svetloi pamyati pervogo rektora NovGU Vladimira Vasil'evicha Soroki = Motivational aspects of physical activity : Materials of the All-Russian interdisciplinary conference dedicated to the bright memory of the first rector of NovSU Vladimir Vasilyevich Soroka*. Veliky Novgorod: Novgorod State University; 2022. P. 48-52. (In Russ.)
4. Dittner A.J., Wessely S.K., Brown R.G. Fatigue assessment: a practical guide for clinicians and researchers. *J Psychosom Res*. 2004; 56(2):157-170. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(03\)00371-4](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(03)00371-4)
5. Finsterer J., Majub S.Z. () Fatigue in healthy and sick people. *American Journal of Hospice and Palliative Care*. 2013. 31 (5):562-575. <https://doi.org/10.1177/1049909113494748>

6. Vanelzakker M.B., Brumfield S.A., Lara Mejia P.S. Neuroinflammation and cytokines in myalgic encephalomyelitis/chronic fatigue syndrome (ME/CFS): a critical review of research methods. *Anterior neurol*, 2019. P. 9. <https://doi.org/10.3389/fneur.2018.01033>.
7. Titova N.V., Bezdolny Yu.N., Katunina E.A. Asthenia, mental fatigue and cognitive dysfunction. *Zhurnal nevrologii i psikiatrii im. S.S. Korsakova = Journal of Neurology and Psychiatry named after S.S. Korsakov*. 2023;(1):38-47. (In Russ.)
8. Molchanova L.N., Blinova K. V. Interrelations of emotional intelligence and mental burnout of medical volunteers in conditions of professionally oriented volunteer activity. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2021;11(3):pp.181-193. (In Russ.)
9. Koroleva S. I. Technologies for overcoming emotional burnout of volunteers. In: *Psikhologiya zdorov'ya i bolezni: kliniko-psikhologicheskii podkhod: materialy XIII Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem (s ispol'zovaniem distantsionnykh tekhnologii) = Psychology of health and disease: a clinical and psychological approach: Materials of the XIII All-Russian Scientific and practical conference with international participation (using remote technologies)*. Kursk: Kursk State Medical University; 2023. P. 313-317. (In Russ.)
10. Serova E. A. Prevention of emotional burnout of student volunteers as a factor in maintaining their mental health: problem statement. In: Lipatov V.A. ed. *Psikhologiya zdorov'ya v obrazovatel'nom protsesse (s ispol'zovaniem distantsionnykh tekhnologii). Materialy regional'noi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Health Psychology in the educational process (using remote technologies). Materials of the regional scientific and practical conference*. Kursk: Kursk State Medical University; 2021. P. 98-102. (In Russ.)
11. Sokolova A.D. Prevention of emotional burnout among volunteers. In: *Generation Ψ: materialy IV Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi studencheskoi konferentsii = Generation: Materials for the IV All-Russian Scientific and Practical Student Conference*. Novosibirsk: Novosibirsk State Pedagogical University; 2023. P. 108-109. (In Russ.)
12. Baykalova M. A. Emotional burnout syndrome in volunteer psychologists as a risk factor for surfactant consumption. In: *Profilaktika deviantnogo povedeniya: materialy II mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Prevention of deviant behavior: materials of the II International scientific and practical conference*. Novosibirsk: Siberian Institute of Practical Psychology, Pedagogy and Social Work, 2020. P. 48-51. (In Russ.)
13. Hoffman O. O., Vodopyanova N.E., Dzhumagulova A.F., Nikiforov G.S. The problem of professional burnout of specialists in the field of information technology: a theoretical review. *Organizatsionnaya psikhologiya = Organizational psychology*. 2023;13(1):117-144. (In Russ.)
14. Maslakh S., Leiter M.P. Understanding emotional burnout: recent studies and their significance for psychiatry. *World psychiatry*. 2016;15(2):103-115. (In Russ.). <https://doi.org/10.1002/wps.20311>.
15. Vodopyanova N. E., Starchenkova E. S. Burnout syndrome. Diagnostics and prevention: a practical guide. 3rd ed. Moscow: Yurayt; 2024. 299 p. (In Russ.)
16. Reshetova T.V., Mazurok V.A., Zhigalova T.N. Emotional burnout, asthenia and depression in medical and social workers - correction resources. *Obozrenie psikiatrii i meditsinskoi psikhologii imeni V.M. Bekhtereva = Review of Psychiatry and Medical Psychology named after V.M. Bekhterev*. 2012;(3):105-111. (In Russ.)
17. Molchanova L. N. Interrelations of emotional intelligence and mental burnout of mothers raising children with hearing impairments. *Regional'nyi vestnik = Regional Bulletin*. 2019;(22):29-31. (In Russ.)

18. Krot A.F. The relationship between indicators of asthenia, emotional burnout, sleep disorders of doctors and the rhythm of their professional activities. In: *Aktual'nye voprosy diagnostiki, terapii i rehabilitatsii psikhicheskikh i povedencheskikh rasstroistv. Materialy mezhdunarodnoi konferentsii, posvyashchennoi 50-letiyu kafedry psikiatrii i narkologii = Topical issues of diagnosis, therapy and rehabilitation of mental and behavioral disorders. materials of the international conference dedicated to the 50th anniversary of the Department of Psychiatry and Narcology*. Grodno; 2012. P. 159-160. (In Russ.)
19. Tabib M., Humphrey T., Forbes-McKay K. "Doing" is never enough if "being" is neglected. Analysis of midwives' opinions on the impact of the emotional intelligence training program, qualitative research. *Women Birth*. May 2024;37(3):101587. <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2024.02.003>.
20. Berilova E. I. Emotional intelligence, self-esteem and coping strategies as resources for overcoming mental burnout in female football players. *Materialy nauchnoi i nauchno-metodicheskoi konferentsii professorsko-prepodavatel'skogo sostava Kubanskogo gosudarstvennogo universiteta fizicheskoi kul'tury, sporta i turizma = Materials of the scientific and scientific-methodological conference of the teaching staff of the Kuban State University of Physical Culture, Sports and Tourism*. 2018;(1):242-243. (In Russ.)
21. O'Dowd E., O'Connor P., Lydon S., Mongan O., Connolly F., Diskin S., etc. Stress, coping and psychological stability of doctors. *BMC Health Serv Res*. 2018. <https://doi.org/10.1186/s12913-018-3541-8>
22. Gergens-Eckermans G., Brand T. Emotional intelligence as a moderator in the relationship between stress and emotional burnout: a questionnaire study of nurses. *A clinical nurse*. 2012;21(15-16):2275-85. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2012.04171.x>.
23. Almenessier A.S., Azer S.A. A study of the relationship between emotional burnout and emotional intelligence among scientists and clinicians at King Saud University. *BMC Med Educ*. 2023. 23, 673. <https://doi.org/10.1186/s12909-023-04604-7>

### 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, 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, ORCID: 0000-0001-6309-1825, Researcher ID: AAF-9625-2019

**Королева Светлана Игоревна**, аспирант кафедры психологии здоровья и нейропсихологии, Курский государственный медицинский университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: sveta51151378@yandex.ru

**Svetlana I. Koroleva**, Post-Graduate Student, Department of Health Psychology and Neuropsychology, Kursk State Medical University, Kursk, Russian Federation, e-mail: sveta51151378@yandex.ru

## Оригинальная статья / Original article

УДК 159.922

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-145-153>

## Развитие адаптивных копинг-стратегий студентов в условиях вуза (на примере Учебно-практического центра конфликто разрешения Юго-Западного государственного университета)

Т.В. Иванова<sup>1</sup>✉, К.В. Сошина<sup>1</sup>

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

✉ e-mail: mk473942@yandex.ru

### Резюме

**Цель исследования.** При поступлении в вуз обучающиеся сталкиваются с ростом интенсивности, напряженности образовательного процесса. Значимыми факторами стресса являются новая социальная ситуация развития; ситуация внешнего оценивания в процессе интеллектуальных испытаний; индивидуально-личностные особенности участников образовательных отношений; опасения обучающихся, касающиеся способности справиться с учебными задачами.

Целью нашей работы является исследование возможностей использования потенциала Учебно-практического центра конфликто разрешения Юго-Западного государственного университета для развития адаптивных копинг-стратегий студентов. В работе мы исследовали предпочитаемые копинг-стратегии студентов, предложили рекомендации по созданию психолого-педагогических условий развития копинг-стратегий студентов, способствующих успешной адаптации к условиям вуза.

**Методы.** Мы применяли следующие диагностические методики: «Опросник способов копинга» Р. Лазаруса и С. Фолкман (Ways of Coping Questionnaire – WCQ), адаптированный НИПНИ им. Бехтерева; «Копинг-поведение в стрессовых ситуациях» Н. Эндлер, Дж. Паркер.

**Результаты.** В процессе эмпирического исследования было выявлено, что наиболее характерным для студентов в стрессовой ситуации является копинг, ориентированный на избегание, который проявляется в отвлечении. То есть значительное число студентов предпочитают не разрешать проблему, а отвлечься от нее на другие виды деятельности. Среди способов совладающего поведения ярко выражен «бегство-избегание», который большинством исследователей считается неадаптивным. Значительно выражены копинг-стратегии «дистанцирование», «положительная переоценка», которые направлены не на решение проблемы, а на снижение эмоциональной вовлеченности в нее, предотвращение эмоциональных реакций на фрустрацию.

**Заключение.** Таким образом, очевидна необходимость развития у студентов проблемно-ориентированных копинг-стратегий. В частности, стратегий «самоконтроль» и «планирование решения», которые помогут студентам направить свои усилия на рациональное разрешение проблемы.

**Ключевые слова:** копинг-стратегии; совладание; адаптация; студент.

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

**Для цитирования:** Иванова Т.В., Сошина К.В. Развитие адаптивных копинг-стратегий студентов в условиях вуза (на примере Учебно-практического центра конфликто разрешения Юго-Западного государственного университета) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 145-153. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-145-153>.

Статья поступила в редакцию 10.06.2024

Статья подписана в печать 25.07.2024

Статья опубликована 30.09.2024

© Иванова Т.В., Сошина К.В., 2024

## Development of adaptive coping strategies of students in a university setting (on the example of the Educational and Practical Center for Conflict Resolution of Southwestern State University)

Tatiana V. Ivanova<sup>1</sup> ✉, Kseniya V. Soshina<sup>1</sup>

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

✉ e-mail: mk473942@yandex.ru

### Abstract

**The purpose of the study.** A significant task today is to increase the socio-psychological well-being of students in a university setting. Due to the increased intensity of educational activity, its complexity, and multitasking, the mental stress of students is increasing. Significant stress factors are the new social situation of development; the situation of external assessment in the process of intellectual tests; individual and personal characteristics of participants in educational relations; students' concerns about the ability to cope with educational tasks.

The purpose of our work is to explore the possibilities of using the potential of the Educational and Practical Conflict Resolution Center of Southwestern State University for the development of adaptive coping strategies of students.

In our work, we investigated the preferred coping strategies of students, offered recommendations for creating psychological and pedagogical conditions for the development of students' coping strategies that contribute to successful adaptation to the conditions.

**Methods.** Theoretical and methodological analysis of scientific sources on the research problem was used in the work; empirical research methods: testing using the following techniques: "Questionnaire of coping methods" by R. Lazarus and S. Folkman (Ways of Coping Questionnaire – WCQ), adapted by the Bekhterev National Research Institute; "Coping behavior in stressful Situations" by N. Endler, J. Parker.

**Results.** In the process of empirical research, it was revealed that the most characteristic for students in a stressful situation is coping, focused on avoidance, which manifests itself in distraction. That is, a significant number of students prefer not to solve the problem, but to distract themselves from it by other activities.

Among the methods of coping behavior, "escape-avoidance" is pronounced, which most researchers consider to be maladaptive. Coping strategies "distancing" and "positive reassessment" are significantly expressed, which are aimed not at solving the problem, but at reducing emotional involvement in it, preventing emotional reactions to frustration.

**Conclusion.** Thus, there is an obvious need for students to develop problem-oriented coping strategies. In particular, the strategies of "self-control" and "solution planning", which will help students direct their efforts to a rational solution of the problem.

**Keywords:** coping strategies; coping; adaptation; student.

**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., Soshina K.V. Development of adaptive coping strategies of students in a university setting (on the example of the Educational and Practical Center for Conflict Resolution of Southwestern State University). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2024;14(3):145–153 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-145-153>.

Received 10.06.2024

Accepted 25.07.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

### Введение

В связи с интенсификацией образовательного процесса, повышением требо-

ваний, предъявляемых к студентам, особую актуальность приобретает проблема эффективного совладания со стрессом и тревогой, развития адаптивных ко-

пинг-стратегий у студентов в условиях вуза.

Психологические особенности студенческого возраста рассматривались представителями педагогической психологии, среди которых известны труды И.А. Зимней, С.Д. Смирнова, А.А. Реана [1, 2, 3]. Проблема совладающего поведения студентов активно обсуждается в работах С.К. Нартовой-Бочавер, Л.И. Анцыферовой, Н.А. Сирота<sup>1</sup>, В.М. Ялтонской, Г.А. Виленской, И.М. Никольской, Р.М. Грановской [4, 5, 6, 7, 8].

Несмотря на значительное количество работ в области совладающего поведения, особенностям развития копинг-стратегий в онтогенезе уделялось мало внимания. Развитию совладающего поведения в русле субъектного подхода посвящены труды Е.А. Сергиенко, Т.Л. Крюковой, Г.А. Виленской. В рамках психологии развития вопрос копинг-стратегий объединяется с данными о развитии психических функций, различных форм регуляции [9, 10].

Среди подходов к определению копинг-стратегий нам близок взгляд И.М. Никольской и Р.М. Грановской, которые считают копинги способами справиться с чрезмерным напряжением, возникшим в связи с внешними и внутренними требованиями [7, 8].

Встречаются различные классификации копинг-стратегий, авторами наиболее известных из них стали К. Гарвер, П. Тойс, Э. Хайм, С.К. Нартова-Бочавер, Л.И. Анцыферова, Д.Б. Карвасарский [4, 5, 11]. В нашей работе мы опирались на подход Р. Лазарус и С.Фолкман, который описывает два типа копинг-стратегий: проблемно-ориентированный и эмоционально-ориентированный. Данные типы копингов подразделяются в свою очередь

на четыре группы и восемь конкретных видов копинг-стратегий [12, 13, 14, 15].

Особенности адаптации студентов к условиям вуза раскрыты в работах А.И. Сурыгина, А.А. Виноградовой<sup>2</sup>, П.С. Кузнецов<sup>3</sup> [16]. Авторы выделяют формы, уровни адаптации студентов, предлагают критерии адаптированности к обучению в вузе. Р.Б. Березин и А.А. Налчаджян обозначают виды дазадаптированности по результатам социально-психологической адаптации [17].

В условиях вуза студенты попадают в ряд ситуаций, в связи с которыми применяют копинг-стратегии. Первое напряжение связано с поступлением в вуз. Данная ситуация связана с выбором, при котором молодой человек отказывается от альтернативных вариантов, что вызывает высокий уровень тревоги как следствия ответственности. Наиболее эмоционально и интеллектуально заряженной является учебная деятельность, связанные с ней академические трудности, интенсивная нагрузка во время экзаменационной сессии, пребывание в ситуации оценивания. Еще одной проблемой экзистенциального характера является неуверенность или разочарование в выбранной профессии, которые также вызывают тревогу. Новая социальная ситуация развития, связанная с приобретением статуса «студент», возрастающей автономией от родителей, новыми формами и методами обучения, может переживаться как напряжение.

## Результаты и обсуждение

Исследование проводилось на базе Учебно-практического центра конфлик-

<sup>1</sup> Сирота А. Н. Особенности восприятия социально-стратификационных различий студентами вуза: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Краснодар, 1999. 24 с.

<sup>2</sup> Виноградова А. А. Адаптация студентов младших курсов к обучению в вузе в процессе изучения математических и естественно-научных дисциплин: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Тюмень, 2008. 21 с.

<sup>3</sup> Кузнецов П. С. Социологическая теория социальной адаптации: автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Саратов, 2000. 31 с.

торазрешения Юго-Западного государственного университета (УПЦК ЮЗГУ), в котором приняли участие 100 студентов. Это студенты 1-2 курсов факультета лингвистики и межкультурной коммуникации.

В ходе эмпирического исследования копинг-стратегий поведения студентов, проведенного с помощью методики «Копинг-поведение в стрессовых ситуациях» Н. Эндлера, Дж. Паркера, были получены следующие результаты (рис. 1).

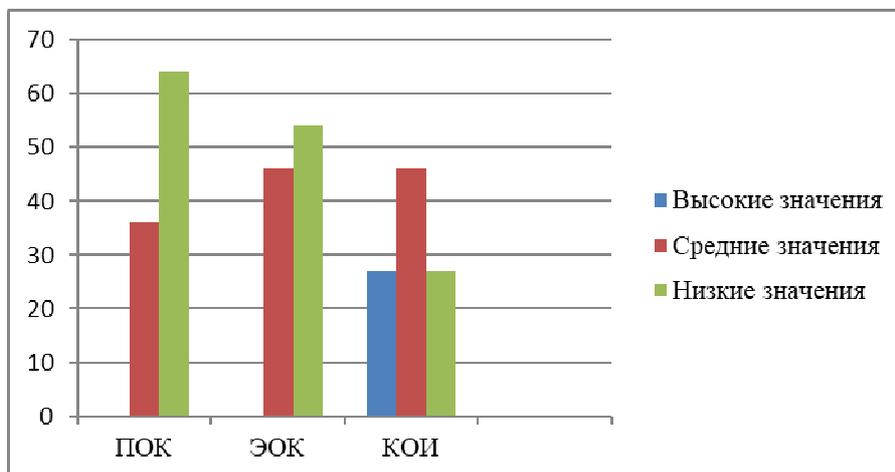


Рис. 1. Результаты исследования копинг-стратегий студентов

Fig. 1. The results of the study of students' coping strategies

Мы обратили внимание на отсутствие показателей высокого уровня проблемно-ориентированного копинг-поведения (ПОК) среди студентов. Показатели низкого уровня проблемно-ориентированного копинга наблюдаются у 64 % студентов. Можно констатировать, что студенты редко прибегают к целенаправленным действиям по решению проблемы. Средний уровень ПОК у 36 % студентов говорит о том, что проблемно-фокусированные действия иногда применяются ими в трудной ситуации, что находит воплощение в разработанном плане действий и усилиях для поэтапного его осуществления.

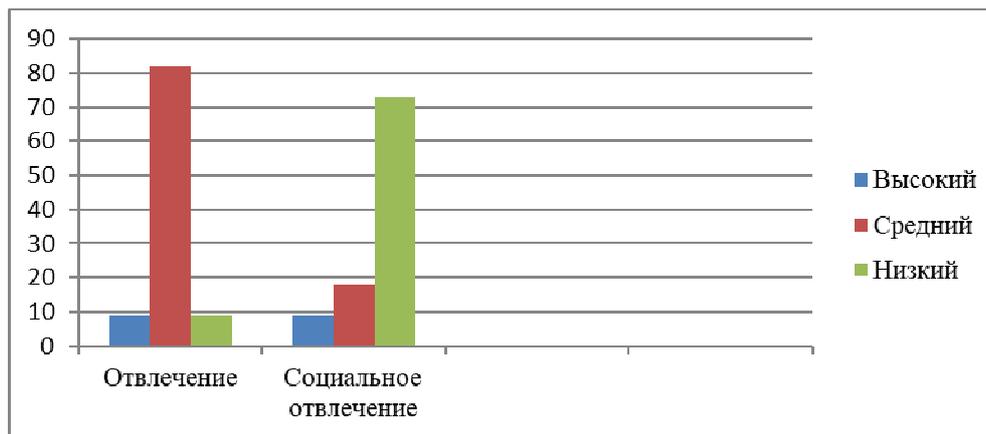
Эмоционально-ориентированный копинг (ЭОК) представлен у данной группы респондентов низкими (54%) и средними (46%) значениями. Самоконтроль, принятие ответственности за происходящее, положительная переоценка полученного опыта не являются предпочитаемыми

стратегиями студентов в трудных ситуациях. В то же время средний уровень значений ЭОК у части студентов говорит о том, что они иногда ищут эмоциональную поддержку в социуме, стараются регулировать свои переживания, стремятся интерпретировать происходящее в позитивном ключе.

Копинг, ориентированный на избегание (КОИ), выражен на высоком уровне у 27% студентов, которым свойственно в трудной ситуации проявлять пассивность, бездействие, избегание мыслей о проблеме.

46 % респондентов демонстрируют средние значения КОИ, 27 % испытуемых – низкие значения.

Рассмотрим подробнее особенности проявления КОИ у студентов, обратив внимание на результаты по субшкалам копинга, ориентированного на избегание (рис. 2).



**Рис. 2.** Результаты исследования стратегий совладания по субшкалам, копинга, ориентированного на избегание

**Fig. 2.** Results of a study of coping strategies by subscales, coping focused on avoidance

Большинство студентов (82 %) прибегают к стратегии «отвлечение» на среднем уровне, используя иногда замещающие виды деятельности вместо проблемно-фокусированных действий. Высокие значения по шкале «отвлечение» у 9 % студентов являются тревожным сигналом, погружение в общение в социальных сетях, компьютерные игры, хобби не решают проблему. По шкале «социальное отвлечение» доминируют низкие показатели, означающие, что студенты предпочитают самостоятельно дистанцироваться от проблемы, не прибегая к помощи окружающих людей.

Выбор студентами тактик отвлечения без поиска социальной поддержки также является тревожным сигналом. Такие копинг-стратегии могут приводить к аддикциям, инфантильности, низкой продуктивности.

Далее мы рассмотрим способы совладающего поведения студентов с использованием методики WCQ (Р. Лазарус, С. Фолкман) (рис. 3).

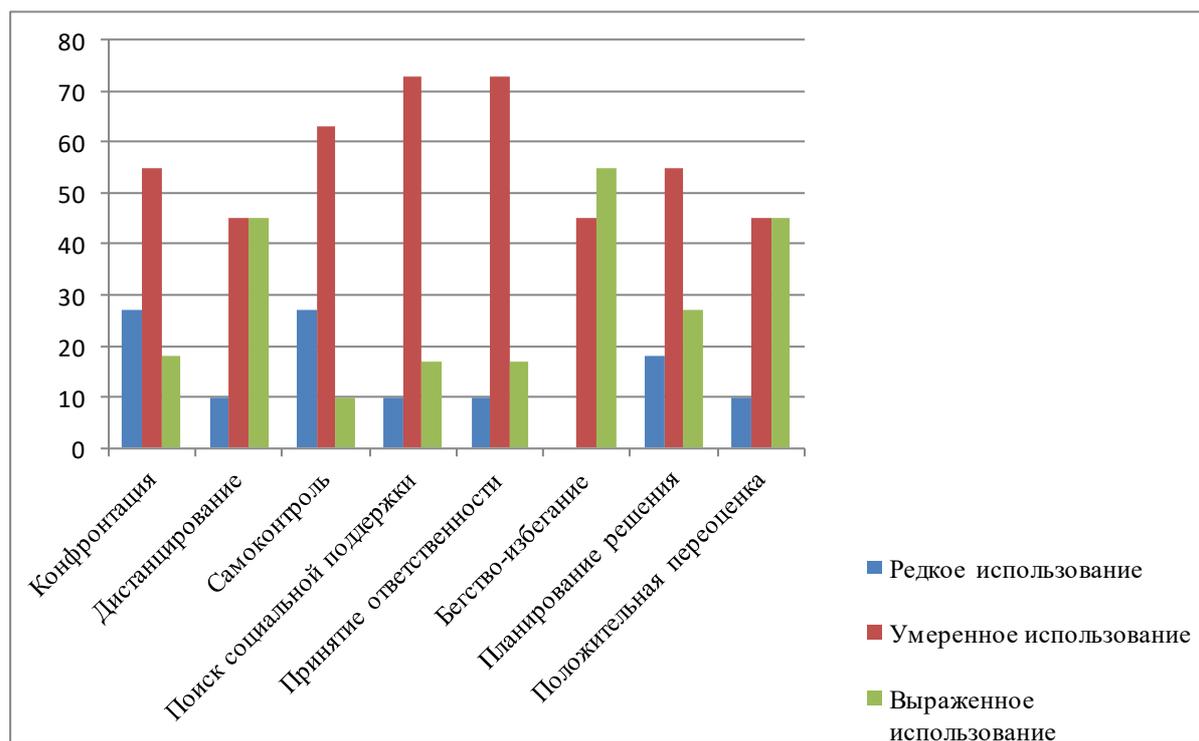
Обращает на себя внимание выраженное использование способов «дистанцирование» (45 %), «бегство-избегание» (55%), «положительная переоценка» (45%). Все эти способы относятся к эмоционально-ориентированному копингу. Используя способ «дистанцирование», сту-

денты не решают проблему, а субъективно снижают ее значимость, степень своей эмоциональной вовлеченности в нее. Справиться с негативными переживаниями удается путем рационализации, переключения внимания, юмора, обесценивания.

Высокие значения по шкале «бегство-избегание» наблюдаются у 55 % студентов. Предпочтение этого способа в стрессовых ситуациях проявляется в отрицании или полном игнорировании проблемы, уклонении от ответственности и действий по ее разрешению, пассивности, погружении в фантазии, замещении другими видами деятельности.

Выраженное использование способа «положительная переоценка» у 45 % студентов дает им возможность положительно переосмыслить проблемную ситуацию.

Таким образом, высокие значения по шкалам «бегство-избегание» «дистанцирование», «положительная переоценка», говорят о выборе способов совладания, направленных не на решение проблемы, а на снижение эмоциональной вовлеченности в нее, предотвращение эмоциональных реакций на фрустрацию. Такие способы совладания считаются неадаптивными.



**Рис. 3.** Результаты исследования способов совладающего поведения студентов

**Fig. 3.** The results of the study of ways of coping behavior of students

Мы видим необходимость развития у студентов проблемно-ориентированных копинг-стратегий. В частности, стратегий «конфронтация» и «планирование решения», «принятие ответственности» которые помогут студентам направить свои усилия на рациональное разрешение проблемы.

Формирующий эксперимент по созданию психолого-педагогических условий развития адаптивных копинг-стратегий у студентов был реализован нами с использованием ресурсов Учебно-практического центра конфликто разрешения Юго-Западного государственного университета (УПЦК ЮЗГУ). В эксперименте участвовали экспериментальная и контрольная группы (по 50 человек).

Мы предположили, что адаптивные копинг-стратегии студентов будут развиваться успешно при создании следующих психолого-педагогических условий:

- выявление особенностей привычных копинг-стратегий студентов путем диагностики;
- погружение студентов в интерактивные занятия по обогащению знаний об особенностях и механизмах копинг-стратегий, способах саморегуляции и самоподдержки при воздействии стрессовых факторов;
- проведение индивидуальных консультаций для студентов для обсуждения эффективности предпочитаемых копинг-стратегий и определения их места среди причин возможной дезадаптации;
- осуществление групповой работы со студентами в формате тренинга, направленного на актуализацию адаптивных ресурсов и развитие адаптивных копинг-стратегий;
- поддержка благоприятного эмоционального климата в группе студентов, мотивация на совместную деятельность в образовательном пространстве вуза;

– помощь студентам в интеграции в различные студенческие сообщества вуза.

При проведении повторного среза мы использовали t-критерий Стьюдента. Сначала мы рассмотрели результаты исследования копинг-стратегий по методике Н. Эндлера, Дж. Паркера. Нами была обнаружена поступательная динамика в изменении проблемно-ориентированного копинга, что подтверждается  $t_{эмп} = 3,45$  при уровне значимости  $p \leq 0,01$ . Показатели по шкале копинга, ориентированного на избегание, значимо снизились, что подтверждается  $t_{эмп} = 3,56$  при уровне значимости  $p \leq 0,01$ .

Обращает на себя внимание поступательная динамика выраженности активно-агрессивных способов изменения ситуации, что отражается шкалой «конфронтация» ( $t_{эмп} = 3,61$  при  $p \leq 0,01$ ). Очевидны положительные изменения по шкале «планирование решения проблемы» ( $t_{эмп} = 3,46$  при  $p \leq 0,01$ ). Эти ре-

зультаты свидетельствуют о росте проблемно-ориентированного совладания, основанного на целенаправленных усилиях по решению проблемы.

## Выводы

Потенциал Учебно-практического центра конфликто разрешения Юго-Западного государственного университета позволяет ему стать площадкой, способной воплотить наиболее важные социально-психологические условия развития адаптивных копинг-стратегий студентов. Проведенное исследование подтвердило выдвинутую гипотезу о влиянии социально-психологических условий, созданных в УПЦК ЮЗГУ, на развитие адаптивных копинг-стратегий студентов. Участие студентов в программах, направленных на развитие совладающего поведения, способствует развитию у них проблемно-ориентированных копинг-стратегий.

## Список литературы

1. Зимняя И. А. Педагогическая психология. 3-е изд., пересмотр. М.: Изд-во Московского психолого-социального ин-та; Воронеж: МОДЭК, 2010. 447 с.
2. Реан А.А., Кудашев А. Р., Баранов А. А. Психология адаптации личности. СПб.: Прайм - ЕВРОЗНАК, 2008. 479 с.
3. Смирнов С. Д. Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности. М.: Аспект-пресс, 1995. 270 с.
4. Нартова-Бочавер С.К. «Coping behavior» в системе понятий психологии личности // Психологический журнал. 1997. Т.18, № 5. С. 20–30.
5. Анцыферова Л.И. Личность в трудных жизненных условиях: переосмысление, преобразование ситуаций и психологическая защита // Психологический журнал. 1994. Т. 15, № 1. С. 3–18.
6. Абросимов И.Н., Ялтонский В.М. Выбор копинг-стратегий как фактор психологической адаптации пациента к хроническому соматическому заболеванию // Вестник Омского университета. Серия «Психология». 2018. №4. С. 12–18.
7. Никольская И.М., Грановская Р.М. Психологическая защита у детей. СПб.: Речь, 2006. 352 с.
8. Грановская Р.М. Психологическая защита. СПб.: Речь, 2007. 476 с.
9. Совладающее поведение: современное состояние и перспективы / Ин-т психологии РАН; под ред. А. Л. Журавлева, Т. Л. Крюковой, Е. А. Сергиенко. М.: Ин-т психологии РАН, 2008. 472 с.
10. Сергиенко Е. А., Виленская Г. А., Ковалева Ю. В. Контроль поведения как субъектная регуляция. М.: Ин-т психологии, 2010. 350 с.
11. Копинг-поведение (механизмы совладания) как сознательные стратегии преодоления стрессовых ситуаций и методы их определения: пособие для врачей и психологов /

Б.Д. Карвасарский, В.А. Абабков, А.В. Васильева, Г.Л. Исурина [и др.] СПб.: Изд-во НИПНИ им. В.М. Бехтерева, 2007. 28 с.

12. Лазарус Р. Индивидуальная чувствительность и устойчивость к психологическому стрессу // Психологические факторы на работе и охрана здоровья. М. Женева, 1989. С. 121-126.

13. Лазарус Р. Стресс, оценка и копинг. М.: Медицина, 1984. 131 с.

14. Лазарус Р. Совладание (coping) // Психологическая энциклопедия. 2-е изд. / под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. СПб.: Питер, 2003. 760 с.

15. Фолкман С. Персональный контроль, стресс и копинг-процессы. М.: Медицина, 1984. 54 с.

16. Сурыгин А. И. Педагогическое проектирование системы предвузовской подготовки иностранных студентов. СПб.: Златоуст, 2001. 128 с.

17. Налчаджян А.А. Психологическая адаптация: механизмы и стратегии. М.: Эксмо, 2010. 368 с.

### References

1. Zimnyaya I. A. Educational psychology. 3rd ed., peresmotr. Moscow; Voronezh: MODEK; 2010. 447 p. (In Russ.)

2. Rean A.A., Kudashev A. R., Baranov A. A. Psychology of personality adaptation. St. Petersburg: Praim – EVROZNAK; 2008. 479 p. (In Russ.)

3. Smirnov S. D. Pedagogy and psychology of higher education: from activity to personality. Moscow: Aspekt-press; 1995. 270 p. (In Russ.)

4. Nartova-Bochaver S.K. "Copying behavior" in the system of concepts of personality psychology. *Psikhologicheskii zhurnal = Psychological Journal*. 1997;18(5):20–30. (In Russ.)

5. Antsyferova L.I. Personality in difficult life conditions: rethinking, transformation of situations and psychological protection. *Psikhologicheskii zhurnal = Psychological Journal*. 1994;15(1):3–18. (In Russ.)

6. Abrosimov I.N., Yaltonskii V.M. The choice of coping strategies as a factor of psychological adaptation of a patient to a chronic somatic disease. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Psikhologiya» = Bulletin of Omsk University. The series "Psychology"*. 2018;(4):12–18. (In Russ.)

7. Nikol'skaya I.M., Granovskaya R.M. Psikhologicheskaya zashchita u detei. St. Petersburg: Rech'; 2006. 352 p. (In Russ.)

8. Granovskaya R.M. Psychological protection in children. St. Petersburg: Rech'; 2007. 476 p. (In Russ.)

9. Zhuravleva A. L., Kryukovoi T. L., Sergienko E. A. (eds.). Coping behavior: current state and prospects. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences; 2008. 472 p. (In Russ.)

10. Sergienko E A. Vilenskaya G. A., Kovaleva Yu. V. Behavior control as a subject regulation. Moscow: Institute of Psychology; 2010. 350 p. (In Russ.)

11. Karvasarskii B.D., Ababkov V.A., Vasil'eva A.V., Isurina G.L., et al. Coping behavior (coping mechanisms) how conscious strategies for coping with stressful situations and methods of their definition: a handbook for doctors and psychologists. St. Petersburg; 2007. 28 p. (In Russ.)

12. Lazarus R. Individual sensitivity and resistance to psychological stress. *Psikhologicheskie faktory na rabote i okhrana zdorov'ya = Psychological factors at work and health protection*. Moscow-Zheneva; 1989. P. 121-126. (In Russ.)

13. Lazarus R. Stress, assessment and coping. Moscow: Meditsina; 1984. 131 p. (In Russ.)

14. Lazarus R. Coping. In: Korsini R., Auerbakha A. (eds.). *Psikhologicheskaya entsiklopediya = Psychological Encyclopedia*. 2nd. ed. St. Petersburg: Piter; 2003. 760 p. (In Russ.)
15. Folkman S. Personal control, stress and coping processes. Moscow: Meditsina; 1984. 54 p. (In Russ.)
16. Surygin A. I. Pedagogical design of the system of pre-university training of foreign students. St. Petersburg: Zlatoust; 2001. 128 p. (In Russ.)
17. Nalchadzhyan A.A. Psychological adaptation: mechanisms and strategies. Moscow: Eksmo; 2010. 368 p. (In Russ.)

### 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

**Сошина Ксения Викторовна**, студент, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: soshina0001@yandex.ru

**Tatiana V. Ivanova**, Candidate of Sciences (Psychological), Associate Professor, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: mk473942@yandex.ru

**Kseniya V. Soshina**, Student, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: soshina0001@yandex.ru

## Оригинальная статья / Original article

УДК 159.9

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-154-165>

## Разработка экспериментальной окулографической тестовой батареи как части программно-аппаратного комплекса для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости

Д.А. Кайдалова<sup>1</sup>, А.А. Кузнецова<sup>2</sup> ✉

<sup>1</sup>Областная клиническая наркологическая больница Минздрава Курской области  
ул. Дружининская, д. 2, г. Курск 305001, Российская Федерация

<sup>2</sup>Курский государственный медицинский университет  
ул. К. Маркса, д. 3, г. Курск 305000, Российская Федерация

✉e-mail: kuznetsova.a80@mail.ru

### Резюме

В настоящее время актуальной остается проблема определения состояния личности в континууме «норма-патология» для нехимических зависимостей. Проведенный нами анализ диагностических материалов позволяет сделать вывод, что подавляющее большинство методик для диагностики игровой компьютерной зависимости – переведенные на русский язык зарубежные клинические шкалы, построенные на основе клинических критериев Американской психиатрической ассоциации. В связи с этим фактом, а также стремительным развитием общества и цифровизацией практической психологии необходимы современные и эффективные психодиагностические методики.

Научно-исследовательская работа выполнена при финансовой поддержке ФГБУ «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере» (Фонд содействия инновациям) в рамках реализации инновационного проекта.

Цель исследования. Разработать экспериментальную окулографическую тестовую батарею для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости.

Методы. В эмпирическом исследовании первого этапа работы использовались следующие методы: клиническая беседа; психодиагностические методики: методика многостороннего исследования личности S. Hathaway, J. McKinley (адапт. Ф. Б. Березина, М. П. Мирошникова), стиль саморегуляции поведения В.И. Моросановой, опросник волевого самоконтроля А.Г. Зверкова, Е.В. Эйдмана, опросник дистресса, депрессии, тревоги и соматизации В. Terluin (адапт. А.Б. Смулевича); аппаратные методы: программно-аппаратный комплекс оценки глазодвигательных реакций GP3 Gazerpoint. Для исследования взаимосвязей структурно-динамических параметров глазодвигательных реакций и личностных особенностей респондентов был использован коэффициент ранговой корреляции Спирмена ( $p \leq 0,05$ ).

Результаты. В ходе выполнения первого этапа исследования получены следующие научные результаты: сформулированы требования к цифровым изображениям, составляющим визуальные стимулы, и самим визуальным стимулам; разработаны изображения-стимулы для оценки склонности к игровой компьютерной зависимости; проведен сравнительный анализ и изучена взаимосвязь структурно-динамических параметров глазодвигательных реакций и личностных особенностей респондентов; разработана экспериментальная окулографическая тестовая батарея для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости.

Заключение. Требования к визуальным стимулам станут частью методических рекомендаций к окулографической тестовой батарее, которые будут разработаны на втором этапе работы. Сравнительный анализ позволил выявить наиболее эффективные визуальные стимулы, которые вошли в экспериментальную окулографическую тестовую батарею.

**Ключевые слова:** склонность к игровой компьютерной зависимости; окулография; психофизиологические особенности; глазодвигательные реакции; аппаратные методы; визуальные стимулы.

© Кайдалова Д.А., Кузнецова А.А., 2024

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

**Для цитирования:** Кайдалова Д.А., Кузнецова А.А. Разработка экспериментальной окулографической тестовой батареи как части программно-аппаратного комплекса для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2024. Т. 14, № 3. С. 154-165. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-154-165>.

Статья поступила в редакцию 29.05.2024

Статья подписана в печать 17.07.2024

Статья опубликована 30.09.2023

## Development of an experimental oculographic test battery as part of a software and hardware complex for diagnosing the tendency to computer gaming addiction

Darya A. Kaydalova<sup>1</sup>, Alesya A. Kuznetsova<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Regional Clinical Narcological Hospital of the Ministry of Health of the Kursk Region  
Druzhininskaya Str. 2, Kursk 305001, Russian Federation

<sup>2</sup> Kursk State Medical University

3, K. Marx Str., Kursk 305000, Russian Federation

✉e-mail: kuznetsova.a80@mail.ru

### Abstract

Currently, the problem of determining the state of the individual in the «norm-pathology» continuum for non-chemical addictions remains relevant. Our analysis of diagnostic materials allows us to conclude that the vast majority of methods for diagnosing computer gaming addiction are foreign clinical scales translated into Russian, built on the basis of the clinical criteria of the American Psychiatric Association. In connection with this fact, as well as the rapid development of society and the digitalization the practical psychology are needed to modern and effective psychodiagnostic techniques.

The research was carried out with the financial support of the Federal State Budgetary Institution «Fund for Assistance to the Development of Small Innovative Enterprises in the Scientific and Technical Sphere» (Innovation Promotion Fund) within the framework of the implementation of innovation project.

Purpose of the study - to develop an experimental oculographic test battery for diagnosing computer gaming addiction.

Methods. In the empirical research of the first stage of work we used the following methods: clinical conversation; psychodiagnostic methods: method of multilateral personality research by S. Hathaway, J. McKinley (adapted by F.B. Berezina, M.P. Miroshnikova), style of self-regulation of behavior by V.I. Morosanova, questionnaire of volitional self-control by A.G. Zverkova, E.V. Eidman, Distress, Depression, Anxiety and Somatization Questionnaire by B. Terluin (adapted by A.B. Smulevich). To assess oculomotor reactions (fixation duration, number of fixations), we used the GP3 Gazepoint remote software and hardware system for assessing oculomotor reactions.

We used the Spearman rank correlation coefficient ( $p \leq 0.05$ ) for study the relationships between the structural-dynamic parameters of oculomotor reactions and the personal characteristics of respondents.

Results. During the first stage of the work, we obtained the following scientific results: requirements for digital images that make up visual stimuli, and for the visual stimuli themselves have been formulated; stimulus images have been developed to assess the tendency to computer gaming addiction; we was carried out a comparative analysis and studied the relationship between the structural and dynamic parameters of oculomotor reactions and the personal characteristics of respondents; we has been developed the experimental oculographic test battery to diagnose computer gaming addiction.

Conclusion. Requirements for visual stimuluses will become part of the guidelines to the oculographic test battery, which will be developed in the second stage of work. Comparative analysis made it possible to identify the most effective visual stimulus that we included in the experimental oculographic test battery.

**Keywords:** tendency to computer gaming addiction; oculography; psychophysiological characteristics; oculomotor reactions; hardware methods; visual stimuluses.

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

**For citation:** Kaydalova D.A., Kuznetsova A.A. Development of an experimental oculographic test battery as part of a software and hardware complex for diagnosing the tendency to computer gaming addiction. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2024;14(3):154–165 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2024-14-3-154-165>.

Received 29.05.2024

Accepted 17.07.2024

Published 30.09.2024

\*\*\*

## Введение

Внедрение аппаратных методов в научную психологию – современное решение проблемы скрининговой и (или) ранней диагностики игровой компьютерной зависимости. Технология контроля движения глаз отслеживает совокупность произвольных и непроизвольных элементарных параметров движений глаз (фиксации, саккады, микросаккады и т.д.), стратегию перемещения взгляда во время выполнения когнитивной задачи и, таким образом, позволяет определить особенности распознавания личностно значимых и нейтральных объектов, исключить вероятность социально одобряемых ответов и получить представление об информации, включенной в процесс принятия решений [1; 2, с. 43].

*Общая проблема исследования:* выявление психофизиологических особенностей, свидетельствующих о склонности к игровой компьютерной зависимости, а также диагностический потенциал аппаратных методов для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости.

*Объект исследования:* психофизиологические особенности людей.

*Предмет исследования:* психофизиологические особенности людей, склонных к игровой компьютерной зависимости.

*Центральной гипотезой* исследования является предположение о наличии особенностей глазодвигательных реакций при восприятии визуальных стимулов у людей, склонных к игровой компьютерной зависимости, и их связи с личност-

ными особенностями, составляющими портрет личности зависимого.

*Цели первого этапа исследования:*

- а) провести теоретико-методологический анализ;
- б) исследовать психофизиологические особенности людей, склонных к игровой компьютерной зависимости;
- в) разработать экспериментальную окулографическую тестовую батарею.

*Задачи первого этапа исследования:*

- осуществить исследование требований к визуальным стимулам;
- разработать изображения-стимулы для оценки склонности к игровой компьютерной зависимости;
- осуществить исследование структурно-динамических параметров особенностей глазодвигательных реакций респондентов;
- осуществить исследование личностных особенностей респондентов;
- осуществить сравнительный анализ и изучить взаимосвязь структурно-динамических параметров глазодвигательных реакций и личностных особенностей респондентов;
- разработать экспериментальную окулографическую тестовую батарею.

## Методы

*Участники исследования.* Выборку составили 40 студентов ФГБОУ ВО «Курский государственный медицинский университет» Минздрава России, среди которых 11 девушек и 29 юношей, средний возраст испытуемых  $20 \pm 0.6$  лет.  
*Процедура исследования.* На первом этапе исследования был проведен литературный обзор, по результатам которого

составлены две группы требований к цифровым изображениям (4) и стимулам (7).

На втором этапе респондентам были предложены 8 слов/словосочетаний, к которым было необходимо нарисовать иллюстрации. На основании полученных данных с учетом разработанных требований были сформированы 18 визуальных стимулов для окулографа (по 2 на каждую из выделенных 9 групп).

На третьем этапе исследования респондентам предъявлялись разработанные изображения-стимулы с помощью программно-аппаратного комплекса оценки структурно-динамических параметров глазодвигательных реакций GP3 Gazepoint. Структурные параметры оценивались на основании количества фиксаций (количество остановок зрачка на выделенных нами областях интереса изображений-стимулов). Динамические параметры оценивались на основании продолжительности фиксаций (разница между временем фиксации на определенной точке и временем, когда глаз покидает эту точку) [2, 3]. Между 18 статичными цветными изображениями предъявлялось фоновое интерферирующее изображение голубого цвета. Время предъявления: 7 секунд изображение-стимул, 5 секунд – интерферирующее изображение, общее время предъявления – 3.6 минуты. После демонстрации стимулов с каждым испытуемым проводилась послетестовая беседа, а также тестирование.

На четвертом этапе проводилась статистическая обработка полученных результатов.

*Методики и аппаратура.* В эмпирическом исследовании первого этапа работы использовались следующие методы: клиническая беседа; психодиагностические методики: методика многостороннего исследования личности S. Hathaway, J. McKinley (адапт. Ф.Б. Березина, М.П. Мирошникова) (далее – ММИЛ) [4], стиль саморегуляции поведения В.И. Моросановой (далее – ССП) [5], опросник волевого самоконтроля А.Г. Зверкова,

Е.В. Эйдмана (далее – ОВС) [6], опросник дистресса, депрессии, тревоги и соматизации В. Terluin (адапт. А.Б. Смулевича) (далее – 4ДДТС) [7].

Также для решения поставленных задач мы задействовали программно-аппаратный комплекс оценки глазодвигательных реакций GP3 Gazepoint – исследовательский айтрекер, использующий камеру машинного зрения 60 Гц в основе своей системы визуализации и обработки изображений, включающий программное обеспечение, позволяющее совершать настройку (калибровку), оформлять и проводить исследование, регистрировать и выгружать полученные данные.

*Регистрация показателей.* После фиксации глазодвигательных реакций на выделенных областях интереса мы получили следующие параметры: количество испытуемых, просмотревших конкретную область интереса; время, потраченное на просмотр области интереса (продолжительность фиксации) [8].

*Статистические критерии.* Для статистической обработки данных мы пользовались программой Statistica 8.0.

В качестве метода выявления корреляционной связи между структурными и динамическими параметрами глазодвигательных реакций (количество и продолжительность фиксаций взгляда) и личностными особенностями респондентов, определенным на основании психодиагностических методик, был выбран коэффициент ранговой корреляции Спирмена. Значимыми результатами считались показатели  $p \leq 0.05$ .

## Результаты и обсуждение

Для решения первой исследовательской задачи – осуществить исследование требований к визуальным стимулам – был проведен литературный обзор, по результатам которого составлены две группы требований:

– К цифровым изображениям:

1. Растровое.

Базовым элементом растровой графики служит точка. Основными характеристиками растрового изображения являются разрешение и глубина цвета. Разрешение – это количество точек на единицу длины. Элементарную точку растрового изображения называют пикселем. Размер пикселя зависит от масштаба. Глубина цвета – количество цветов, из которых выбирается отображаемый цвет в каждой точке [9, с. 7].

2. Разрешение по размеру экрана, на котором будут предъявляться стимулы.

Оптимальным размером растрового изображения считается тот, в котором разрешение изображения точно соответствует разрешающей способности устройства, на котором оно будет впоследствии воспроизведено [9, с. 8].

3. Формат JPEG.

JPEG (Joint Photographic Experts Group) – объединенное экспертное сообщество в области фотографии. Хранит растровые изображения. Позволяет регулировать соотношения между степенью сжатия файла и качеством изображения. Расширение файлов JPG [9, с. 10].

4. Цветное или черно-белое.

Цветовая модель RGB (Red, Green, Blue), которая является аддитивной, то есть любой цвет представляет собой сочетание в различных пропорциях трех основных цветов: красного, зеленого, синего. Белому цвету соответствуют максимальные значения, черному – минимальные. Широкую популярность цветовая модель имеет благодаря её применению в телевизорах и мониторах [9, с. 9].

– К стимулам:

1. Фон белый.

2. Наличие инвариантной и вариативной частей стимула.

Инвариантная часть стимула выделяется центральным местоположением на экране и более крупным шрифтом. Вариативная часть набирается более мелким шрифтом и располагается по углам экрана [10, с. 351].

3. Использование визуально-вербальных дифференциалов (2х разрядных).

В качестве вербальной части стимулов применяются образующие различные полюса семантических дифференциалов словесные пары [10, с. 352].

4. Использование рисунков или фотографий объектов.

5. Не использовать культурно неспецифические изображения.

Культурно специфические изображения не распознаются информантами [11, с. 4].

6. Составление с учетом симптомов игрового расстройства по МКБ-11.

Расстройство вследствие пристрастия к компьютерным играм (патологический гейминг) характеризуется поведенческим паттерном постоянного или периодически повторяющегося пристрастия к компьютерным или видеоиграм, участие в которых может происходить как онлайн (т.е. с использованием интернета), так и оффлайн (т.е. без использования интернета), и проявляется в следующем: нарушение контроля над участием в компьютерных играх; рост приоритета участия в компьютерных играх до такой степени, что пристрастие к ним начинает преобладать над другими жизненными интересами и повседневной деятельностью; продолжение или более активное участие в компьютерных играх, несмотря на возникновение негативных последствий. Поведенческий паттерн пристрастия к компьютерным играм может быть постоянным или эпизодическим и повторяющимся. Такое поведение приводит к выраженному дистрессу или значительным нарушениям в личной, семейной, социальной, учебной, профессиональной или других важных сферах функционирования. Для постановки диагноза данное поведение и другие проявления расстройства обычно должны наблюдаться не менее 12 месяцев, хотя требуемая продолжительность может быть сокращена, если выполняются все диагностические требо-

вания, а симптомы достаточно выражены [13].

7. Учет психологического портрета личности зависимого [14].

Для решения второй исследовательской задачи – разработать изображения-стимулы для оценки склонности к игровой компьютерной зависимости – нами был проведен опрос, цель которого – выявить визуальные ассоциации на интересующие нас понятия. Респондентам были предложены 8 слов/словосочетаний, к которым было необходимо нарисовать иллюстрации.

Понятие «самооценка» 38% опрошенных изобразили в качестве восходящего линейного графика или лестницы, 9,5% – в виде короны, 5% – как пьедестал, столько же опрошенных представили указанное понятие в виде интервала от грустного до веселого «смайлика».

На понятие «одиночество» 14% респондентов нарисовали забившегося в угол комнаты человека, столько же изобразили человека, стоящего в дали от большой группы людей, или абстрактное изображение (круг, пустая коробка). Встречались единичные изображения человека с дырой в груди, воющего на луну волка.

Понятие «семья» у большинства студентов (24%) ассоциируется с близко расположенными друг к другу людьми, 19% респондентов нарисовали людей, держащихся за руки, 14% изобразили объятие.

«Опасную ситуацию» большинство опрошенных (19%) ассоциируют с возникновением пожара или высокой вероятностью ДТП (рисунки заноса на зимней дороге, превышения скорости). 9,5% студентов изобразили вооруженное нападение, взрыв или природную катастрофу (лавины/оползень, удар молнии в дерево).

Понятие «самостоятельность» у 43% респондентов ассоциируется со взрослой жизнью, в частности 14,8% нарисовали работу по дому, 14% – оплату коммунальных платежей, 14,2% – уход из роди-

тельского дома. 9,5% опрошенных изобразили маленького ребенка, выполняющего не свойственную его возрасту деятельность (например, поход за продуктами).

У 24% студентов на понятие «спор» возникла ассоциация с кричащими друг на друга людьми. Встречались единичные изображения монеты, бодающихся баранов, переписки в социальных сетях или абстрактные изображения, выражающие напряжение (молния, колючка).

«Запрет» ассоциируется у опрошенных с запрещающими знаками (38%), замком (19%). Среди единичных изображений можно отметить грозящего пальцем взрослого человека, свод законов.

Понятие «болезнь» у большинства респондентов (23,8%) ассоциируется с конкретными заболеваниями (в том числе, имеющимся у них самих), 14,2% опрошенных изобразили таблетки, столько же нарисовали лежащего в постели человека или абстрактное изображение (крест, сердце с заплаткой или трещиной).

На основании полученных данных с учетом разработанных требований были сформированы визуальные стимулы для окулографа:

1. Стимулы, используемые для определения предпочитаемого предмета труда, изображающие различные типы профессий: «человек–природа» (предмет труда – природа), «человек–техника» (предмет труда – техника), «человек–человек» (предмет труда – человек), «человек –художественный образ» (предмет труда – изобразительная, музыкальная, литературно-художественная, актёрская деятельность) [15].

2. Стимулы, используемые для определения структурного типа семейной системы, изображающие несбалансированную семью, характеризующуюся разобщенностью либо чрезмерной эмоциональной связанностью; коалиционную семью, в которой возникают конфронтации, противостояние, антагонизм друг с

другом; дисгармоничную семью с аутистами; гармоничную семью) [16].

3. Стимулы, используемые для определения социальной интроверсии, изображающие индивидуальные и групповые стили деятельности.

4. Стимулы, используемые для определения уровня самооценки и притязаний, изображающие пьедестал и восходящий график-стрелку.

5. Стимулы, используемые для определения ведущих способов поведения в конфликтной ситуации (соперничество, избегание, компромисс, сотрудничество, приспособление), представленные в виде животных, наиболее часто ассоциируемых со соответствующими стилями поведения (лев, баран, сова, заяц) [17].

6. Стимулы, используемые для оценки особенностей самоконтроля, степени оригинальности (ординарности) выбираемого поведения в ситуации неопределенности, содержащие запреты или конкретные инструкции.

7. Стимулы, с помощью которых уточняются предпочтения в отношении различных видов жизнедеятельности (общение, спорт, творчество, техника).

8. Стимулы, используемые для выявления актуального состояния здоровья, изображающие различную локализацию болей (головная боль, боль в спине, шее, проблемы с ЖКТ).

9. Стимулы, используемые для определения степени принятия своего физического «Я», изображающие людей с искаженным изображением фигуры в зеркале.

В рамках решения пятой исследовательской задачи – осуществить сравнительный анализ и изучить взаимосвязь структурно-динамических параметров глазодвигательных реакций и личностных особенностей респондентов – были получены следующие результаты.

Выявлены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «тип профессии «че-

ловек-художественный образ» стимула 1 группы, области интереса «общение» стимула группы 7 и шкалы 8 ММИЛ (0,713656 и -0,587459 соответственно).

Чем выше показатель шизоидности, аутизации, нестандартности мышления, тем длительнее фиксация на области интереса, изображающей творческую деятельность, и тем короче на области интереса, свидетельствующей о предпочтении общения. Можно сделать вывод, что творческие люди, личностно значимой для которых является область интереса «тип профессии «человек-художественный образ», более склонны к уединению, предпочитают быть наедине с собой.

Обнаружены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «несбалансированная семья» стимула 2 группы и значением «самостоятельность» по ССП (0,560998), а также продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «коалиционная семья» указанной группы стимулов и шкалой 0 ММИЛ (0,667403).

Чем больше продолжительность фиксации на области, изображающей разобщенный тип семейной системы, тем больше значение по шкале «самостоятельность». Можно сделать вывод, что человек, воспитанный в семье, где нельзя положиться на ближнего, личностно значимой для которого является область интереса «несбалансированная семья», будет обладать более высокой автономностью в принятии решений способностью к самостоятельному планированию деятельности и поведения.

Чем дольше время фиксации на области, изображающей семью, в которой существуют конфронтации, противостояния, антагонизм друг с другом, тем больше значение по шкале «социальная интроверсия». Можно предположить, что наличие открытого или скрытого конфликта между членами семьи способно провоцировать формирование замкнутости отдельных ее членов, что будет про-

являться в предпочтении области интереса «коалиционная семья».

Выявлены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «чат» и области интереса «общение» стимула 3 группы, а также указанной области интереса «чат» и шкалы 0 ММИЛ (0,636565, -0,607931, 0,620728 соответственно).

Чем больше время фиксации на изображениях переписки и короче продолжительность просмотра фотографии с общением в группе, тем выше значение шкалы «социальная интроверсия». Можно сделать вывод, что общительные люди предпочитают живой диалог, что будет проявляться в предпочтении области интереса, изображающей группу людей, тогда как для менее социально смелых людей комфортнее общение в социальных сетях, поэтому личностно значимой для них будет являться область с онлайн-перепиской.

Обнаружены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «группа» и области интереса «изоляция» стимула 3 группы и значением «самостоятельность» по ССП (-0,580954 и 0,563480 соответственно), а также области интереса «изоляция» и шкалы 8 ММИЛ (0,687297).

Чем продолжительнее фиксация на изображении коллективного обсуждения рабочего вопроса и чем короче на фотографии изолированного рабочего места, тем меньше значение шкалы «самостоятельность». Можно предположить, что обсуждение в группе снижает личную ответственность за принятие решения, в отличие от самостоятельного выполнения работы, когда необходимо в одиночку организовывать работу по достижению выдвинутой цели, контролировать ход ее выполнения, анализировать и оценивать результаты деятельности.

Чем продолжительнее время фиксации на области, демонстрирующей деятельность в изолированном рабочем ме-

сте, тем выше значение шкалы шизоидности. Можно сделать вывод, что закрытое место, позволяющее работать самостоятельно, предпочтительнее для людей, имеющих высокие значения по 8 шкале, и является для них личностно значимым.

Выявлены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на областях интереса, соответствующих высокой, средней, низкой самооценке стимула 4 группы, и шкалы 0 ММИЛ (-0,594923, 0,638768, 0,626108 соответственно).

Чем выше значение шкалы «социальная интроверсия», тем продолжительнее фиксация взгляда на подножии и середине лестницы и тем короче на её вершине. Можно сделать вывод, что замкнутым людям свойственна сниженная самооценка, а общительным – повышенная.

Обнаружены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «страх» стимулов 5 группы и шкалы 8 ММИЛ (0,779794, 0,586289).

Чем продолжительнее фиксация взгляда на изображениях, демонстрирующих избегающую или приспособливающуюся позицию в споре, тем выше значение шкалы шизоидности. Можно предположить, что замкнутым людям труднее отстаивать свою позицию в споре, они не склонны активно проявлять несогласие в силу своих личностных особенностей, что вынуждает их соглашаться с оппонентом или избегать конфликтов.

Выявлены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «боль в спине» стимулов 8 группы и показателя «соматизация» (0,584098, 0,665286), показателя «стресс» 4ДДТС (0,694657, 0,755751), области интереса «проблемы с ЖКТ» и показателя «тревожность» 4ДДТС (0,574829).

Чем продолжительнее фиксация взгляда на изображениях человека с болями в спине, тем выше значения шкал «соматизация» и «стресс». Можно предположить,

что имеющиеся у людей боли могут быть вызваны хроническим стрессом и иметь псевдосоматический характер, не имеющих медицинского обоснования. Однако указанное предположение требует объективизации.

Чем продолжительнее фиксация на изображениях нарушения ЖКТ, тем больше значение шкалы «тревожность». При нервно-психическом перенапряжении, постоянной тревоге происходит изменение желудочной секреции, что может приводить к повреждению слизистой оболочки желудка и двенадцатиперстной кишки, вплоть до язвообразования, что объясняет частые проблемы с ЖКТ у тревожных людей.

Обнаружены значимые различия между продолжительностью фиксации взгляда на области интереса «искажение «Я» стимула 9 группы и шкалы 2 ММИЛ (0,691290), шкалы 8 ММИЛ (0,785242, 0,565457), а также области интереса «искажение «Я» и «принятие «Я» и шкалы 0 ММИЛ (0,547961 и -0,552865 соответственно).

Чем выше значение шкалы «депрессия», шкалы «шизоидность», шкалы «социальная интроверсия», тем длительнее время фиксации взгляда на изображении с нарушенным восприятием «Я» и короче на изображении, демонстрирующем принятие себя. Можно сделать вывод, что тревожным, замкнутым, аутистичным, депрессивным людям сложнее принять себя.

Значимые различия получены также при исследовании взаимосвязи количества фиксаций на указанных областях интереса и аналогичных показателях психодиагностических методик.

С учетом полученного в ходе опроса, послетестовой беседы и статистического исследования результата визуальные стимулы были доработаны и скорректированы для использования во втором этапе работы.

## Выводы

За отчетный период выполнены все поставленные на первом этапе работы задачи.

Сформулированные требования к визуальным стимулам будут включены в методические рекомендации к окулографической тестовой батарее для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости.

Результаты сравнительного анализа и исследования взаимосвязи структурно-динамических параметров глазодвигательных реакций и личностных особенностей респондентов позволили исключить области интереса и визуальные стимулы, которые оказались недостаточно эффективными для регистрации явлений, ради которых были созданы, а также выделить наиболее эффективные изображения для использования в дальнейшей работе.

Таким образом, составленные в рамках второй исследовательской задачи визуальные стимулы доработаны с учетом результатов опроса, послетестовой беседы и статистического исследования и включены в экспериментальную окулографическую тестовую батарею для диагностики склонности к игровой компьютерной зависимости, которую планируется использовать на втором этапе работы.

## Список литературы

1. Кайдалова Д.А., Кузнецова А.А., Никитина Е.А. Особенности глазодвигательных реакций при восприятии статичных изображений у юношей и девушек со склонностью к игровой компьютерной зависимости // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. № 13(4). С. 164-175.

2. Огнев А.С., Петровский В.А., Лихачева Э.В. Окулометрические проявления психологических установок респондентов в отношении восприятия визуального контента // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. 2018. №2. С. 41-48.
3. Kurzhals T., Raschke K., Burch M., Weiskopf M. et all Visualization of Eye Tracking Data: A Taxonomy and Survey Blascheck // Computer Graphics Forum. 2017. № 36 (8). P. 260–284.
4. Березин Ф.Б., Мирошников М.П., Соколова Е.Д. Методика многостороннего исследования личности. Структура, основы интерпретации, некоторые области применения. 3-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во «БЕРЕЗИН ФЕЛИКС БОРИСОВИЧ», 2011. 320 с.
5. Моросанова В.И., Кондратюк Н.Г. Опросник В.И. Моросановой «Стиль саморегуляции поведения – ССПМ 2020» // Вопросы психологии. 2020. Т. 66, № 4. С. 155-167.
6. Зверков А.Г., Эйдман Е.В. Диагностика волевого самоконтроля (опросник ВСК) // Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. М.: МГУ, 1990. С. 116-124.
7. Четырехмерный опросник для оценки дистресса, депрессии, тревоги и соматизации (4ДДТС) при вегетативных психосоматических расстройствах пограничного уровня / А.Б. Смулевич, Н.Н. Яхно, Б. Терлуин, Д.В. Рейхарт, Е.К. Захарова, А.В. Андрющенко, В.А. Парфенов, М.В. Замерград, В.С. Арнаутов, Д.В. Романов // Журнал неврологии и психиатрии. 2014. №11. С. 1-7.
8. Барабанщиков В.А. Окуломоторная активность человека как предмет и метод психологического исследования // Айтирекинг в психологической науке и практике / отв. ред. В.А. Барабанщиков. М.: Когито-Центр, 2015. 410 с.
9. Абашин В.Г., Пилипенко А.В. Основы растровой графики. Орел: ОрелГТУ, 2009. 100 с.
10. Перспективы использования современных портативных айтрекеров / А.С. Огнев, Ц. Фан, Э.В. Лихачева, Л.П. Николаева, М.М. Худoley, Р.С. Кагонян, С.В. Пиксайкина, Е.В. Рицкая // Человеческий капитал в формате цифровой экономики. М.: Российский новый университет, 2018. С. 349-358.
11. Пашнева С. А. Стандартизация визуальных стимулов: зарубежный опыт и перспективы исследований // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. Новосибирск: АНС «СибАК», 2013.
12. Расстройство вследствие пристрастия к компьютерным играм (патологический гейминг). МКБ-11. URL: <https://mkb11.online/106129> (дата обращения 12.10.2023).
13. МКБ-11. Глава 06. Психические и поведенческие расстройства и нарушения нейропсихического развития. Статистическая классификация. М.: «КДУ», «Университетская книга», 2021. 432 с. <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0143>.
14. Дмитриева Н.В., Дубровина О.В. Аддиктивная идентичность виртуально зависимой личности. Ишим: Изд-во Ишимского гос. пед. ин-та им. П.П. Ершова, 2010. 198 с.
15. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. 4-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2010. 304 с.
16. Черников А.В. Системная семейная терапия: Интегративная модель диагностики. Изд. 3-е, испр. и доп. М.: Независимая фирма «Класс», 2001. 208 с.
17. Шаньгина Н.В., Загорюев А.Л. Опросник стилей управления конфликтом К. Томаса-Р. Килманна – русскоязычная версия: Методическое руководство. Екатеринбург: Уральский институт практической психологии, 2015. 84 с.

## References

1. Kaydalova D.A., Kuznetsova A.A., Nikitina E.A. Peculiarities of eye motor reactions during the perception of static images in boys and girls with a bend to computer gaming dependence. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2023;13(4):164-175. (In Russ.)
2. Ognev A.S., Petrovskij V.A., Lihacheva E.V. Oculometric manifestations of respondents' psychological attitudes towards the perception of visual content. *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya «Chelovek v sovremennom mire». Psihologicheskie nauki = Bulletin of the Russian New University. The series «Man in the modern world». Psychological Sciences*. 2018;(2):41-48. (In Russ.)
3. Kurzhals T., Raschke K., Burch M., Weiskopf M., eds. Visualization of Eye Tracking Data: A Taxonomy and Survey Blascheck. *Computer Graphics Forum*. 2017;(36):260–284.
4. Berezin F.B., Miroshnikov M.P., Sokolova E.D. Methodology for multilateral personality research. Structure, basic interpretation, some areas of application. Moscow. 2011. 320 p. (In Russ.)
5. Morosanova V.I., Kondratyuk N.G. Oprosnik V.I. Questionnaire by V.I. Morosanova «Style of self-regulation of behavior - SSPM 2020». *Voprosy psikhologii = Psychology issues*. 2020;66(4):155-167. (In Russ.)
6. Zverkov A.G., Eydman E.V. Diagnostics of volitional self-control (VSK questionnaire). In: *Praktikum po psikhodiagnostike. Psikhodiagnostika motivatsii i samoregulyatsii = Workshop on psychodiagnosics. Psychodiagnosics of motivation and self-regulation*. Moscow; 1990. P. 116-124. (In Russ.)
7. Smulevich A.B., Yakhno N.N., Terluin B., Reykhart D.V., Zakharova E.K., Andryushchenko A.V., Parfenov V.A., Zamergrad M.V., Arnautov V.S., Romanov D.V. The Four-Dimensional distress questionnaire. depression, anxiety and somatization (4DDTS) in vegetative psychosomatic disorders of borderline level. *Zhurnal nevrologii i psikiatrii = Journal of Neurology and Psychiatry*. 2014;(11):1-7. (In Russ.)
8. Barabanshchikov V.A. Oculomotor activity of a person as a subject and method of psychological research. In: *Ajtreking v psihologicheskoy nauke i praktike = Eytracking in psychological science and practice*. Moscow: Kogito-Centr; 2015. 410 p. (In Russ.)
9. Abashin V.G., Pilipenko A.V. Basics of raster graphics. Orel; 2009. 100 p. (In Russ.)
10. Ognev A.S., Fan Ts., Likhacheva E.V., Nikolayeva L.P., Khudoley M.M., Kagonyan R.S., Piksaykina S.V., Ritskaya E.V. Prospects for using modern portable eye trackers. In: *Chelovecheskiy kapital v formate tsifrovoy ekonomiki = Human capital in the format of the digital economy*. Moscow; 2018. P. 349-358. (In Russ.)
11. Pashneva S.A. Standardization of visual stimuli: foreign experience and research prospects. In: *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii. iskusstvovedeniya i kulturologii = In the world of science and art: issues of philology. art history and cultural studies*. Novosibirsk: ANS «SibAK»; 2013. (In Russ.)
12. Computer gaming disorder (pathological gaming). (In Russ.) Available at: <https://mkb11.online/106129> (accessed 12.10.2023).
13. ICD-11. Chapter 06. Mental and behavioral disorders and disorders of neuropsychic development. Statistical classification. Moscow: KDU, Universitetskaya kniga; 2021. 432 p. (In Russ.). <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0143>.

14. Dmitriyeva N.V., Dubrovina O.V. Addictive identity of a virtually dependent personality. Ishim; 2010. 198 p. (In Russ.)

15. Klimov E.A. Psychology of professional self-determination. Moscow: Akademiya; 2010. 304 p. (In Russ.)

16. Chernikov A.V. Systemic family therapy: Integrative diagnostic model. Moscow: Klass; 2001. 208 p. (In Russ.)

17. Shangina N.V., Zagoryuyev A.L. Conflict Management Styles Questionnaire by K. Thomas-R. Kilmann - Russian version: Methodological manual. Ekaterinburg; 2015. 84 p. (In Russ.)

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

**Кайдалова Дарья Алексеевна**, медицинский психолог, Областная клиническая наркологическая больница, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: d.kaidalova.neuropsychy@gmail.com

**Darya A. Kaidalova**, Medical Psychologist, "Regional Clinical Narcological Hospital", Kursk, Russian Federation,  
e-mail: d.kaidalova.neuropsychy@gmail.com

**Кузнецова Алеся Анатольевна**, кандидат психологических наук, проректор по воспитательной работе, социальному развитию и связям с общественностью, завкафедрой психологии здоровья и нейропсихологии, Курский государственный медицинский университет, г. Курск, Российская Федерация,  
e-mail: kuznetsova.a80@mail.ru

**Alesya A. Kuznetsova**, Candidate of Sciences (Psychological), Vice-Rector for Educational Work, Social Development and Public Relations, Head of the Department of Health Psychology and Neuropsychology, Kursk State Medical University, Kursk, Russian Federation,  
e-mail: kuznetsova.a80@mail.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 и снизу – 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 (полуужирный), 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>.