



РИТОРИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

XXIII Международная научная конференция
06–08 февраля 2020 г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
ИМЕНИ А. С. ПУШКИНА»



**Риторические традиции
и коммуникативные процессы
в эпоху цифровизации**

XXIII Международная научная конференция

06–08 февраля 2020 г.

Москва
ФГБОУ ВО МГЛУ
2020

УДК 808(063)
ББК 80.7я 431
P551

Печатается по решению Ученого совета
Московского государственного лингвистического университета

Научный план 2020 г., поз. 5

Под общей редакцией

д-ра филос. наук, проф., академика Российской академии
естественных наук Ч. Б. Далецкого;
д-ра экон. наук, доц. А. Ю. Платко

Риторические традиции и коммуникативные процессы
P551 в эпоху цифровизации : сборник трудов XXIII Между-
народной научной конференции (6–8 февраля 2020 г.). – М. :
ФГБОУ ВО МГЛУ, 2020. – 1078 с.
ISBN 978-5-00120-214-1

В сборнике представлены статьи участников Международной науч-
ной конференции «Риторические традиции и коммуникативные про-
цессы в эпоху цифровизации».

Сборник включает в себя приветствия приглашенных гостей
конференции, пленарные доклады ведущих специалистов в области
риторического дискурса, образования и содержит статьи студентов,
аспирантов, молодых ученых, участвующих в конференции.

Статьи сгруппированы по секциям:

- риторические традиции и коммуникативные практики;
- современные риторические процессы;
- риторика в эпоху цифровизации.

УДК 808(063)
ББК 80.7я 431

ISBN 978-5-00120-214-1

© ФГБОУ ВО МГЛУ, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ПРИВЕТСТВИЯ УЧАСТНИКАМ КОНФЕРЕНЦИИ

Ирисханова О. К.	14
Смирнов В. В.	16
Смолин О. Н.	21

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Аннушкин Владимир Иванович Риторическая наука и коммуникативная практика современного информационного общества.....	32
Абрамова Наталья Анатольевна Метапредметный подход к изучению риторики в юридическом вузе	51
Бережная Татьяна Михайловна Американская риторика: история, особенности современной теории и практики	64
Бондарев Александр Петрович Этические компоненты языковой личности.....	72
Вершинина Галина Борисовна Искусство в речи учителя русской словесности (теория и методика изучения жанров в педагогическом вузе).....	82
Воробьев Владимир Васильевич Риторическая личность современного российского преподавателя в аспекте лингвокультурологии	94
Горожанов Алексей Иванович Модель обеспечения качества обучения устной коммуникации в обучающей виртуальной среде	105
Далецкий Чеслав Брониславович Коммуникативный дискурс как фактор развития риторической активности студентов	110

Добросклонская Татьяна Георгиевна	
Категория информационно-вещательного стиля	121
Ерохина Елена Ленвладовна	
Выпускное сочинение в школе как индикатор проблем риторического образования	131
Зверев Сергей Эдуардович	
Источники, этапы развития и состояние современного воинского дискурса	142
Линь Мэй	
Образное пространство в политическом дискурсе конфликтной ситуации	158
Марченко Ольга Игоревна	
«Король говорит»: страх или уверенность	169
Потапова Родмонга Кондратьевна	
Современные облачные технологии и лингвистика	179

СЕКЦИЯ 1
Риторические традиции
и коммуникативные практики

Андреева Светлана Антоновна	
Опыт изучения риторики в американском университете и его применение к преподаванию иностранных языков	192
Анисина Наталья Викторовна	
Формирование медиаграмотности студентов компьютерных специальностей в рамках курса «Русский язык и культура речи».....	201
Башилова Елена Игоревна	
Языковые процессы в СМИ: реклама и функции фразеологизмов	214
Ваджибов Малик Джамалутдинович	
О передаче смысловых значений понятий «комильфо» и «моветон» в дагестанской студенческой русскоязычной речевой культуре	223

Ван Цзинь	
Риторический анализ политической речи на китайском языке в аспекте теории идентификации.....	235
Голышкина Людмила Александровна	
Риторика декодирования как направление филологического знания: к постановке проблемы.....	243
Грибанова Татьяна Игоревна	
Риторический потенциал тактики хеджирования в англоязычном академическом дискурсе (на материале научно-технических исследовательских статей)	257
Громько Сергей Александрович	
Первое русское руководство по политической риторике: опыт анализа (о книге М. Н. Попова «Политическое красноречие. Что нужно для оратора»)	271
Дресвянин Даниил Васильевич	
Языковая личность дипломата	282
Ежкова Виктория Андреевна	
Дипломатическая риторика: жанровое своеобразие и строение аргументации	287
Зиновьева Татьяна Ивановна	
Риторические традиции и педагогические инновации в разработке учебного сопровождения коммуникативно-речевой подготовки педагога	303
Иванчук Ирина Анатольевна	
Ф. Прокопович – Б. Фонтенель – М. В. Ломоносов. Риторические портреты Петра Великого XVIII столетия. Тенденции европейских влияний.....	316
Кабанкова Юлия Юрьевна	
Концепция риторического пафоса как основа понимания замысла и намерений ратора в процессе коммуникации	328
Каверина Валерия Витальевна	
Риторика тропов Ф. Ницше и современная лексикография	342

Климова Галина Леонидовна	
Тенденции изменений профессиональной риторики и информационной культуры в условиях цифровизации коммуникативных отношений	359
Козлова Елена Анатольевна	
Когнитивно-риторический подход к теории аргументации	367
Коренева Анастасия Вячеславовна	
Риторическая подготовка студентов: начальный этап	383
Крылова Наталья Федоровна, Окуленко Елизавета Андреевна	
Специфика фразеологии радиообмена авиадиспетчеров и пилотов в русском языке	389
Кудоярова Татьяна Викторовна	
Речевая агрессия в речи школьных педагогов.....	402
Липатова Вера Юльевна	
Особенности филологической самопрезентации на занятиях по дисциплине «Речевые практики»	412
Мамонтова Марина Геннадьевна	
Лексико-синтаксические особенности стиля руководства Софрония Лихуда «О силе риторических» 1698 года	418
Маслова Ирина Борисовна	
Компетентностно-ориентированная модель экзамена по русскому языку и культуре речи для студентов-нефилологов (экономические и юридические специальности)	431
Мухаммад Людмила Петровна	
Педагогическая стратегия интегрирования при формировании монологической речи на русском языке у иностранных учащихся-филологов (уровни А1–В1)	444
Овсянникова Татьяна Галактионовна	
Поликодовые тексты в речевой подготовке студента-филолога	455
Огорокова Дарья Владимировна	
Использование опыта методической лингвоконцептологии на интегрированных уроках русского языка и литературы	463

Пхью Пхью Аунг	
Правила речи в русских и мьянманских семьях: сопоставительный анализ	471
Ржаникова Юлия Владиславовна	
Риторика как средство адаптации иностранных военнослужащих (курсантов) в условиях иноязычной среды	483
Романова Ирина Дмитриевна	
Особенности речевого воздействия современной англоязычной бизнес-коммуникации	489
Сальникова Ольга Александровна	
Формирование риторической компетенции студентов при изучении речеведческих дисциплин в условиях цифровизации	501
Сатина Татьяна Васильевна	
К вопросу об уровне речевой культуры современного студента	508
Скнарев Дмитрий Сергеевич	
Коммуникативное поведение педагога в онлайн и офлайн-среде	519
Соколова Александра Сергеевна	
Диалог о научном педагогическом исследовании	529
Тарасов Михаил Иванович	
Индуктивная энтимема в речах Патриарха Кирилла	535
Ускова Ольга Александровна, Ле Тхи Фьонг Линь	
Трансформация жанров коммерческого письма в условиях виртуальной деловой переписки	545
Федосеева Татьяна Александровна	
Задания коммуникативного характера как элемент интерактивного обучения на уроках русского языка и риторики	556
Фесенко Ольга Петровна	
Дидактический потенциал разных типов текстов на занятии по «Академической риторике» для адъюнктов	568

Хазанова Ольга Эдуардовна	
О терминологической системе учебника Ю. В. Рождественского «Теория риторики»	580
Четырина Анна Михайловна	
Аудиословари портала Грамота.ру на занятиях по русскому языку и культуре речи в высшей школе.....	591
Чубко Елена Викторовна	
Профессиональная риторика в системе воспитания военнослужащих.....	605
Шпетный Константин Иванович	
Дискурс публичной речи	612
Штукарева Елена Борисовна	
Приемы развития навыков создания авторского текста у будущего редактора	627
Щипицына Анна Александровна	
Оценка в заголовках научно-популярных статей: анализ с использованием модели оценки Дж. Мартина и П. Уайта	635
Щукина Дарья Алексеевна, Егоренкова Наталья Андреевна	
Первый устав Горного университета: диспозиция и элокуция	641
СЕКЦИЯ 2	
Современные риторические процессы	
Боброва Светлана Владимировна, Максименко Александра Сергеевна	
Речевой идеал современной молодежи	648
Гапутина Виолетта Александровна, Будник Екатерина Александровна	
Лингвориторические особенности современного массового медиадискурса моды (на материале глянцевого журналов)	659
Демидова Нина Ивановна, Богданова Елена Святославовна	
Трансформация современных культурно-речевых практик	668

Денисенко Сергей Иванович	
Риторические аспекты в педагогической деятельности.....	679
Дресвянина Светлана Дмитриевна	
Жанр эссе: к проблеме порождения эссеистического текста	693
Карпенко Илья Евгеньевич	
Современный интернет-блог и классическая риторика: что общего?	701
Клименко Галина Васильевна	
Специфика автора в медиа-текстах XXI века	712
Колесникова Ольга Ивановна	
Искусство воодушевлять в массмедийном пространстве повседневности.....	725
Коптелова Ирина Евгеньевна	
Риторика победы: предметно-тематический анализ объявления победы в президентской избирательной кампании в США (1996–2016 гг.)	740
Кручинин Михаил Алексеевич, Горожанкина Дарья Игоревна, Тенекова Александра Михайловна,	
Риторические особенности кинематографических монологов (на примере фильмов А. А. Тарковского)	749
Лапшов Валерий Александрович	
Культура делового письменного общения как фактор профессиональной социализации студента вуза	757
Марина Анна Сергеевна	
Видеопоззия как жанр публичного выступления	767
Мищерина Марина Алексеевна, Мищерина Наталия Михайловна	
Риторические приемы эффективной педагогической речи.....	773
Мусихина Наталья Евгеньевна	
Под хештегом интеллигентность: концепт интеллигентность в дискурсе масс-медиа.....	786

Овшиева Неля Львовна	
О прагматике энтимемы в англоязычном литературном дискурсе.....	798
Пашукова Татьяна Ивановна	
Эготизм в речи ведущих и участников телевизионных передач	810
Причина Алина Андреевна, Романова Ульяна Павловна, Тенекова Александра Михайловна	
Риторика диалога в фильмах Квентина Тарантино	822
Стародубова Ольга Юрьевна	
Риторика медийного дискурса.....	832
Сун Цзяньхуа	
Риторический вопрос в политическом дискурсе	842
Тенекова Александра Михайловна	
Обучение медиариторике студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».....	849
Тянь Сяоюй	
Анализ проблем перевода на современных китайско-российских многонациональных предприятиях	858
Хуа Эрчжи	
Обсуждение взаимоотношений между логосом и внутренними топами в русской предвыборной речи.....	870
Чуканова Анна Сергеевна, Тенекова Александра Михайловна	
Роль невербальных средств в телевизионной рекламе	884
Южакова Нина Евгеньевна	
Отработка идиоматических оборотов в процессе преподавания иностранного языка делового общения.....	894

СЕКЦИЯ № 3

Риторика в эпоху цифровизации

Абрашина Екатерина Николаевна	
Самопрезентация студентов педагогического вуза в свете тенденций цифровизации.....	900

Баева Ольга Абрамовна	
Развитие личностных качеств оратора в процессе практического курса «Основы риторики»	907
Барминова Светлана Викторовна	
Интернет-дискурс: особенности адресации в электронном документообороте	922
Воронина Анна Игоревна	
Риторические компетентности преподавателя иностранного языка	932
Гусаковский Анатолий Владиславович	
Риторика как социальный рсідизайн	939
Демина Арина Рудольфовна	
Лингвориторические параметры в интернет-коммуникации: явление блогерства	951
Ефанов Александр Александрович	
Безальтернативная альтернативность: предвыборный дискурс в оренбургской области в 2019 году	961
Жукова Арина Геннадьевна	
Элокутивные средства в продающем выступлении (на материале трансляций телемагазина «Ювелирочка»).....	968
Зюкина Зульфира Салиховна, Федорова Наталья Владимировна	
Опыт применения интернет СМИ для формирования речевой культуры студентов.....	980
Кузнецов Андрей Валерьевич	
Аллюзия как экзогенный фактор смещения аттенциального фокуса (на материале испаноязычных СМИ)	986
Лебедева Ирина Сергеевна, Павлова Елена Борисовна	
Дистанционное обучение риторике	1003
Мальцева Яна Вячеславовна	
Массовая коммуникация как пространство для новых медиатекстов и медиаконструкций.....	1014

Ухова Лариса Владимировна

Риторика медиатекстов: к проблеме маркетинга дис-
курса СМИ 1029

**Филиндаш Лариса Васильевна,
Паудяль Надежда Юрьевна**

Инновационные тенденции коммуникационного процесса
в эпоху цифровизации 1039

Хохловская Ольга Геннадьевна

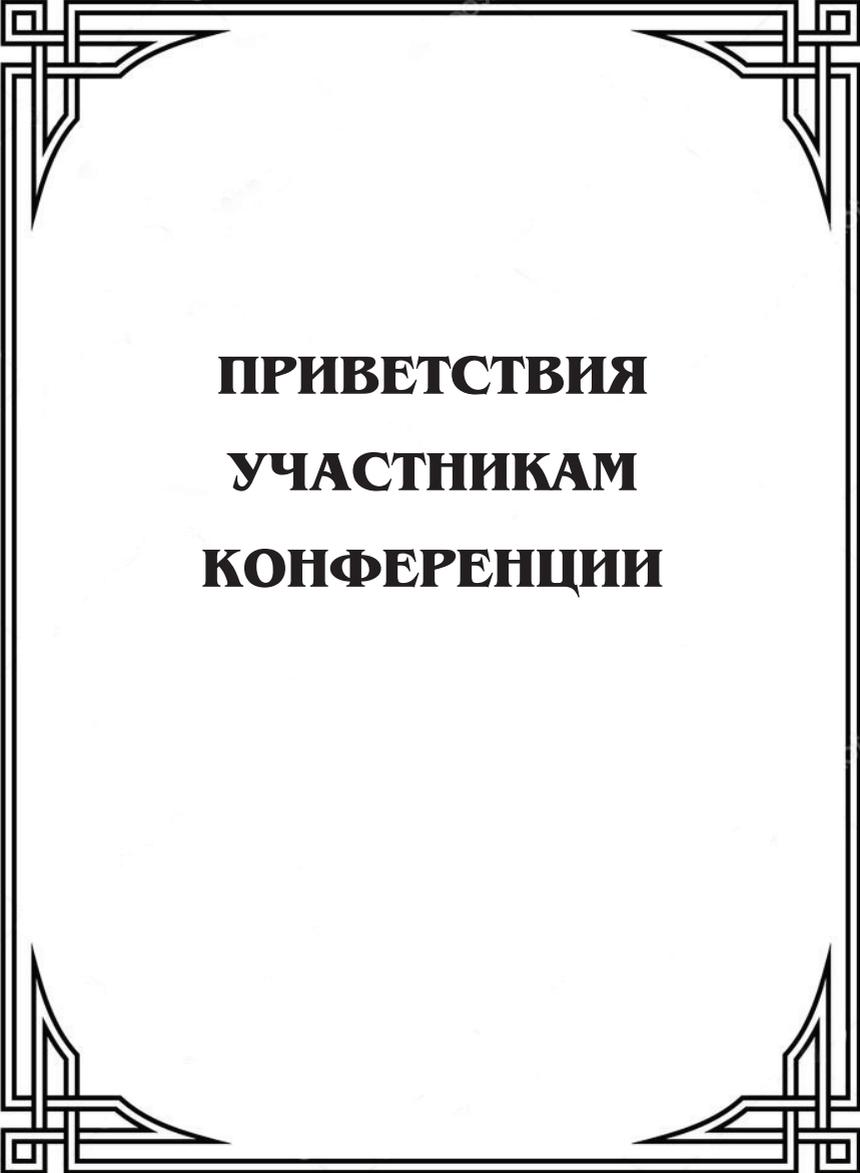
Информационная речь (доклад): функционально-дидакти-
ческий аспект 1049

Якель Алексей Олегович

Особенности функционирования речевого жанра «интернет-
комментарий» в виртуальном дискурсе новых медиа..... 1062

Ян Юнья

Некоторые особенности языка интернета в Китае..... 1071



**ПРИВЕТСТВИЯ
УЧАСТНИКАМ
КОНФЕРЕНЦИИ**

Ирисханова Ольга Камалудиновна

доктор филологических наук, профессор,
проректор по науке Московского государственного
лингвистического университета

Уважаемые коллеги, уважаемые гости!

Разрешите мне от лица ректора Московского государственного лингвистического университета Ирины Аркадьевны Краевой приветствовать вас на конференции. Я знаю, что Ирина Аркадьевна очень хотела лично присутствовать и приветствовать вас, но ее позвали дела и сейчас она в далекой стране, и я уверена, что она демонстрирует богатство и многообразие русской риторики там. Поэтому и душой, и делом она с нами. Эта конференция, я уверена, станет одним из самых интересных и знаковых научных событий.

В самом названии этой конференции «Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации» сочетается поэзия и проза. Поэзия, как красота словесных форм, умноженная силой мысли. Проза, как та новая реальность, с которой мы встречаемся каждый день и в которой правит цифра. Казалось бы, нет ничего более далекого и несовместимого, чем естественность человеческой речи, речи на родном языке, которая проходит через сердце, и цифровыми технологиями, которые создают мир искусственный, мир, который лишь подражает нашей жизни и нашей речи. Нет ничего более контрастного, чем риторика, восходящая к Протагору, Лисию, Платону, Аристотелю, Цицерону, Квинтилиану и цифровизации, которая появилось совсем недавно и начала широкомасштабное внедрение во все коммуникативные процессы. Но это несовместимость лишь кажущаяся, поскольку цифровые технологии, как мы знаем, создают новые удивительные возможности для взаимодействия человека с миром, со средой и с другими людьми, и эти возможности уже сейчас трансформировали поведение современного человека. Возникло цифровое право, цифровое образование, экономика, гигиена и эстетика, появилась цифровая грамотность и даже цифровые иммигранты. Соответственно, риторика, всегда чувствительная к запросам общества, не может не реагировать на подобные изменения.

Итак, риторика в эпоху цифровизации, какая она? Можно ли говорить о цифровой риторике? Как эта новая риторика будет влиять на общество и образование? Сможет ли она сохранить красоту родной речи или здесь будут создаваться новые нормы, новая культура, новая эстетика? Как влияют или не влияют эти изменения на профессиональные и коммуникативные практики? Как использовать новые технологии для продвижения русского языка? На эти и многие другие вопросы и будут искать ответы участники нынешней конференции.

Таким образом, мы с вами вместе с этой конференцией и вместе с риторикой, находимся в самом эпицентре научных изысканий, в том числе, благодаря тому, что мы с вами междисциплинарные, как и междисциплинарная риторика. Она взаимодействует с философией, педагогикой, социолингвистикой и психолингвистикой, культурологией, когнитивными науками, стилистикой семиотикой, и далее – список этот очень длинный. И не случайно сегодня так много учёных, представляющих разные гуманитарии, гуманитарные и общественные науки, пришли сюда. И конечно нам особенно радостно, что здесь будут участвовать и молодые люди. Начинающие исследователи придут не только послушать метров, но и показать своё искусство в риторических битвах, и мы, конечно, с вами желаем им успехов.

В заключение разрешите пожелать успехов нашим особым гостям: Смирнову Виктору Владимировичу, Вовк Ангелине Михайловне и, конечно, Аннушкину Владимиру Ивановичу, доктору филологических наук, профессору, в лице которого мы приветствуем Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, являющийся родоначальником и соорганизатором, а также вдохновителем этого мероприятия. И от имени ректора – Краевой Ирины Аркадьевны, – желаем участникам конференции плодотворной работы.

Спасибо!

Смирнов Виктор Владимирович

Заместитель председателя Комитета Совета Федерации по науке, образованию и культуре Федерального Собрания Российской Федерации

Уважаемые коллеги!

Я, прежде всего, сердечно вас приветствую от лица Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации. Мы в комитете по науке, образованию и культуре крайне внимательно следим за научными дискуссиями, которые разворачиваются, прежде всего, в гуманитарной сфере, полагая, что для современного российского общества именно гуманитарная сфера на сегодня является приоритетом.

В традициях нашего государства то, что инженерно-технической, научно-технологической сферам всегда уделялось значительное внимание. А вот сфера гуманитарная, и в не таком далеком прошлом, и сегодня, на наш взгляд, государственным вниманием обделена. Одна из основных причин – это недостаточность финансирования наших профильных образовательных учреждений. Это те обязательства которые государство по отношению к гуманитарной сфере должно наращивать.

Что касается самого мероприятия, я, прежде всего, Владимир Иванович, хотел бы Вас лично искренне поблагодарить, потому что знаю, что конференция традиционная, что она каждый год собирается, в ее рамках происходят интереснейшие дискуссии, во многом происходят благодаря вашему энтузиазму. Это действительно так, в наше время любое хорошее дело без энтузиазма невозможно, поэтому я Вас искренне от лица нашего комитета, комитета Совета Федерации по науке, образованию и культуре благодарю за неиссякаемый энтузиазм.

Готовясь приветствовать участников конференции, и задумываясь над той темой, которая определена сегодня для научной дискуссии, я для себя провел такой ретроспективный анализ «А что риторика в общественно-политической жизни нашей страны России значила на протяжении последних 150–200 лет?». В моем представлении, риторика становится значимой в общественно-политической жизни

в период реформ Александра I, когда появляется Суд присяжных, когда речь адвокатов в судебном процессе становится общественно значимым фактором. И, выступая перед своими студентами с лекциями, я всегда обращаю внимание на то, что истинное правосудие в России появилась ровно тогда, когда появился состязательный процесс, а наилучшими примерами состязательности процесса являются, конечно, знаменитые байки, так я их назову, о выступлениях в процессе в роли защитника Федора Никифоровича Плевако. Не устаю приводить пример, когда одним предложением защитник мог добиться от присяжных оправдательного приговора. Знаменитое дело, когда присяжные рассматривали обвиненного в блуде и в растрате церковной кассы батюшку. Прокурор перед присяжными убедительно доказал наличие состава преступления, батюшка сознался в совершенных деяниях и, казалось у защиты нет никаких шансов на оправдательный приговор. Тем не менее, используя свой талант оратора, Федор Никифорович Плевако процесс полностью перевернул одной фразой, встав и выступив перед присяжными. Он сказал всего лишь несколько слов: «Господа присяжные заседатели, перед вами человек совершивший преступление, что здесь обсуждать, он сам в этом сознался. Однако обращаю внимание, 30 лет он отпускал грехи вам и ждёт сегодня, что один раз вы отпустите ему». Приговор, можно догадаться, был – оправдательный.

Но это конец 19 века, а если обратиться к началу XX столетия, то в общественно политической риторике появляться Революционная тематика, и она, безусловно, становится очень значимой, и та общественно-политическая трансформация, которая произошла в нашей стране в период с XVII–XX вв., на мой взгляд, очень существенно повлияла и на риторику. Мы все с вами прекрасно знаем, что не Толстой, не Достоевский были вдохновителями речей видных деятелей российской революции, и в частности талантливого оратора Льва Давыдовича Троцкого. И на протяжении значительного периода времени, риторика отражала ту общественно-политическую ситуацию, которая существовала в стране. Но именно трудом наших ученых филологов удалось сохранить то, что является фундаментом красной

речи, красивой речи, сохранить русский язык. И даже в тот период времени, когда идеологемы были предопределяющими в любых коммуникациях, в том числе и публичных с трибуны, красивый русский язык, глубокомысленные краткие выступления, зачастую определяли поистине исторические перемены. В этой связи своим студентам я привожу, пример: знаменитая встреча председателя Совета народных комиссаров, председателя государственного комитета обороны СССР Иосифа Виссарионовича Сталина в сентябре 1943 года с митрополитами Русской православной церкви. По воспоминаниям уполномоченного по делам Русской православной церкви при Совете Министров Карпова, который был свидетелем этой долгой беседы Сталина с иерархами русской церкви, в самом начале беседы, митрополиты пересказали Сталину те проблемы, с которыми сталкивается Русская православная церковь, назвав, в том числе и крайнюю ограниченность возможностей служения из-за отсутствия священнослужителей. И Карпов вспоминает, вдруг Сталин, встав, обращаясь к Митрополиту Сергию спросил, от чего же у вас служить некому? Тишина в комнате, все прекрасно понимали от чего же никому служить в церквях на территории Советского Союза, но все так же понимали, что сказать правду нельзя. И Митрополит Сергей нашёлся, по-моему мнению, его ответ можно в учебники риторики включать, он сказал: «Разные тому причины есть, Иосиф Виссарионович, одна из них в том числе и та, что учим молодого человека на священника, а он возьми, да и становится маршалом Советского Союза». Ответ Митрополита разрядил обстановку, Карпов пишет в воспоминаниях: «Я не мог видеть лица, поскольку Сталин стоял ко мне спиной, но по плечам я понял, что Сталин улыбнулся, да и беседа пошла совсем в другой тональности. Благодаря такого рода риторическим находкам Митрополитов, общавшимся с главой советского государства, может быть во многом были решены вопросы изменения статуса Русской православной церкви в Советском Союзе.

Если говорить о временах перестройки, то большинство присутствующих хорошо помнят эти времена, Михаил Сергеевич Горбачёв любил с трибуны выступать, ему принадлежат риторические перлы

«вширь и вглубь», «перестройка у нас идёт», но именно в тот период времени, коллеги, готовилась новая общественно-политическая трансформация. Риторическое искусство, безусловно, было востребовано. Вот как бы мы к тому времени не относились и к тем переменам, но умение с трибуны донести мысль, и что называется «зажечь аудиторию», в общественных коммуникациях признавалась за приоритет. Именно поэтому вошли в массовое сознание и широко были восприняты такие фразы как «Борис, ты не прав», принадлежащие Егору Кузьмичу Лигачеву, а также другие запомнившиеся, и характеризующие ту эпоху выражения. В тот период времени политики дискутировали и активно использовали риторические традиции, начиная от древнеримских классических традиций, и заканчивая современной российской риторикой.

Я с коллегами из комитета по регламенту Совета Федерации общаюсь и говорю: «коллеги, вот если бы сенаторы Рима вынуждены были соблюдать тот регламент, который сегодня есть в Совете Федерации Федерального собрания России, ни Сенеки, ни Цицерона, точно не было. Потому что за 3 минуты, которые отводятся сенаторам для выступления по актуальным проблемам общественно-политической жизни, изложить аргументированно, сподвигнуть коллег на необходимость принятия какого-то решения, на мой взгляд, невозможно. А это приводит к тому, что выступление, в частности сенаторов, да во многом и представителей исполнительной власти, которым от 15 до 20 минут даётся, не только краткими становятся, но и, собственно говоря, не убеждают собеседника, не побуждают его на те действия, к которым хотел бы его побудить оратор.

А в образовательной среде ещё сложнее. Почему? Я постоянно общаюсь с высшими образовательными учебными заведениями, с нашими колледжами, и со школами. Что же сегодня происходит в коммуникациях в образовательной среде? Прежде всего, в предметных областях коммуникации традиционно выстроены на языке той науки, которая, собственно говоря, преподается. Особых риторических талантов математику для того чтобы доказать теорему Пифагора, наверное, не требуются, независимо от того доказывает он классическим

Пифагоровским способом через квадраты, построенные на катетах прямоугольного треугольника, сравнивая их площадь с площадью квадрата, построенного на гипотенузе этого самого треугольника, или через синусы и косинусы, что оказывается тоже можно легко сделать. А вот что касается предметов гуманитарных, то сегодня преподавание этих гуманитарных предметов зачастую сведено к передаче неких правил, неких фактов, и требованию воспринять и правила, и факты без каких-либо комментариев, обсуждения, дискуссии.

Дискуссия и то, что и принято называть ораторским искусством, на мой взгляд, сегодня из преподавания гуманитарных предметов потихоньку уходит и этого становится всё меньше и меньше, к сожалению. А в результате, общество поколения, которое сегодня наука социология определяет, как Поколение Z, сводится зачастую к передаче символов. Откуда появилось клиповое сознание, картинка, комментарии из трёх слов? Картинка заменяет, быть может, получасовую вербальную речь изложения той же самой ситуации, которой посвящена картинка. Как здесь быть, коллеги? Виртуальная Реальность сегодня объективна, она также объективна, как и реальность обычная. И виртуальность отрицать нельзя. Цифровой мир пришел, и уже никуда не уйдет. Пятилетний ребенок, который садится общаться с компьютером, вступает в коммуникации с не живыми героями, но, тем не менее, он с ними общается. К 13–14 годам он начинает осознавать, что такое социум и пытается в этот социум вписать себя. Он приносит в жизнь тот опыт, который сформировался у него с 5 лет от общения с покемонами и прочими героями из виртуальной среды в реальность.

Поэтому я искренне рассчитываю, Владимир Иванович, что в рамках этой дискуссии, которая на конференции состоится, будут сделаны попытки найти ответы и на вопрос: «А как нам традиционные речевые коммуникации в эпоху цифровизации и всеобщего использования интернета сохранить, не потеряв самое главное, а именно возможность словом убеждать вдохновлять и побуждать?»

Я искренне желаю всем вам, уважаемые коллеги, плодотворной дискуссии и неизменных успехов в научных изысканиях!

Смолин Олег Николаевич

Первый заместитель председателя
Комитета по образованию и науке Государственной Думы
Федерального Собрания Российской Федерации

Добрый день, уважаемые коллеги, уважаемый президиум!

Позвольте мне, прежде всего, от имени Думского комитета образования и науки сердечно поприветствовать участников конференции, по традиции пожелать творческого общения, интересных идей и главное некоторых практических результатов.

То, что я буду говорить – это не официальная позиция комитета, это некоторые мои размышления на тему нашего образования. Озаглавил я своё выступление так: «Компетенции и общая культура». Начну с двух вводных. Вводная первая принадлежит не мне, а известному очень нашему педагогу, академику, блестящему молодому человеку – Евгению Ямбургу. Он рассказывает: принимает на работу молодого учителя информатики, как он говорит, со всеми современными компетенциями, спрашивает его: «А что вы думаете о Чехове?» Ответ: «Вы знаете, слышал о нём много хорошего». Без комментариев. История вторая. В моём родном и любимом городе Омске проходит в очень хорошем, кстати, негосударственном ВУЗе конкурс «Мисс Академия. Интеллект и красота». Меня приглашают. Примерно 100 парней, столько же девушек, все молодые, красивые, на зависть. Я, естественно, пытаю парней, поскольку я всё-таки не до такой степени сторонник гендерного равенства, чтобы девушку пытаться наравне с парнями. Конец 18 года, спрашиваю: «Скажите, пожалуйста, юбилей, какого великого русского писателя, 200 лет, мы отмечаем в восемнадцатом году». Тишина. «Парни, вот я в школе прочитал 7 романов и повестей Ивана Сергеевича Тургенева». Потом вспомнил, что не упомянул еще «Записки охотника», можно бы сказать 8. «Скажите, кто прочитал хотя бы один, но от корки до корки». Примерно 5 рук. «Парни, скажите, пожалуйста, а какой созданный Тургеневым образ, точнее серия образов, стали брендом, в хорошем смысле этого слова, не только российской литературы, но можно сказать и самой России

в мировой культуре?». Про тургеневских девушек не вспомнил ни один. И тут я им рассказал известную притчу о том, как человек молится Господу богу: «Господи пошли мне такую девушку, такую девушку, чтобы она была умная, нежная, интеллигентная, к тому же красивая, верная. Ответ Господа: «Знаешь, чтобы это всё вместе, это, пожалуй, к Тургеневу, это не ко мне». Шутки шутками, но, как вы понимаете, вот мы же любим говорить про национальные скрепы, на тургеневских девушках воспитывались целые поколения российских мужчин. Так была создана, в значительной степени, Советская культура, в том числе бардовская. Как писал Булат Окуджава: Ваше Величество Женщина, как Вы решились ко мне». Как писал Евгений Евтушенко «Если на свете есть всё-таки Бог, Бог – это женщина, а не мужчина. В конце концов, Максим Горький утверждал, что самое прекрасное, что выдумало человечество – это любовь к женщине. Теперь тургеневские девушки из нашего культурного арсенала наших молодых ребят, повторяю, заведомо хороших, хорошо подготовленных студентов, исчезли. В чём дело?

Теперь я перехожу к содержанию моего выступления, наверняка дискуссионного. Мое глубокое убеждение состоит в том, что формула успешной образовательной политики – это лучшие отечественные традиции плюс современные технологии. Современные технологии – это, конечно, прежде всего, технологии электронного обучения, которые зафиксированы в законе Российской Федерации об образовании. По этому поводу, как мы понимаем, есть очень разные мнения. Ну, например, все говорят о цифровизации экономики. Некий профессор Поздняков в 1958 году написал: «Воображением прозорливым к догадкам верным нас несло, но сон ученых кропотливых свернул наш поиск на число, уж цифре памятник построен, распята истина на нём, поклонник счёта жрец и воин, простерся ниц перед числом. Не осознать бедняге в заблуждении, как много лжи за ширмой исчисления». Это одна позиция, ее уже занимает, например, движение «родительский отпор», которое выступало на нашем круглом столе. А я, для информации, куратор экспертного совета по информационным технологиям в науке и образовании при думском комитете. Что нам говорили коллеги из движения родительский отпор? Они нам

говорили о том, что уже Всемирная организация здравоохранения признала компьютерную зависимость наряду с другими зависимостями. Якобы, по некоторым оценкам, компьютерно-зависимых даже больше, чем зависимых от водки и табака в мире. Они нам говорили о том, что раннее использование компьютерных технологий не очень полезно для здоровья детей, в частности для зрения. Британские исследования показывают, что чрезмерно увлечение, соответственно, компьютерными технологиями в раннем возрасте тормозит развитие мозга и они рекомендуют больше работать в традиционных образовательных технологиях, по крайней мере в младших классах, и так далее, и так далее. Есть в этом доля правды? **Очевидно есть.** Но есть и другая позиция. Сторонники развития электронного обучения, к которым я тоже принадлежу, хотя границы эти сейчас мы обозначим, указывает на то, что Россия единственная из развитых стран, где нет ни одного электронного университета. У всех наших конкурентов такие университеты есть и мало того, сейчас электронное обучение стало основным каналом или одним из основных каналов, каналов утечки умов из Российской Федерации. В мире происходит борьба за интеллектуальные ресурсы. Это не заговор против России, та же самая ситуация в Индии, во многих других странах, где есть немало талантливых молодых людей, да даже отчасти Европа высказывает недовольство по поводу оттока талантливых людей в Соединенные Штаты Америки. Если вы помните, сколько-то лет назад президент Российской Федерации заметил, что вот иностранные фонды рыскают по школам, отбирают самых талантливых детей. Нет в этом сейчас никакой необходимости, дети сами идут, ну, например, на портал coursera, где вы бесплатно можете получить лекции хороших профессоров, сплошь и рядом в переводе на русском языке. Кстати доля наших студентов на coursera гораздо больше чем, наша доля в составе населения планеты. Понятно говорю, да? То есть, интерес нашей молодёжи к этим делам значительно выше, чем средний мировой. Всё прекрасно, если вы хотите консультироваться с профессором, пожалуйста, в дистанционном режиме за небольшие деньги, гораздо дешевле, чем учиться в иностранном ВУЗе. Если вы хотите получить сертификат, да, пожалуйста, сдавайте экзамен, ещё что-то заплатите,

но тоже достаточно дешево. В чём проблема? Проблема только в одном, эти порталы работают как кадровые агентства. Когда вы проявляете хорошие способности, вы быстро получаете приглашение в иностранный университет или в иностранную высокотехнологичную компанию, соответственно, и эта самая утечка умов происходит с колоссальной силой. Как говорит Герман Греф, я далеко не всегда разделяю его позиции, но он знает, о чём говорит: «Потери от утечки умов из России за после Советский период, значительно превышают потери от утечки обычного капитала, потеря потерь от утечки обычного капитала, по оценкам зарубежных экспертов, давно превысили 2 триллиона долларов, ну помножим там на 60 рублей с небольшим, получается, это минимум 6 бюджетов Российской Федерации, федеральных современных бюджетов, не таких, как какие когда-то были, а вот таких какие сейчас – утекло за после Советское время. Понятно, что мы не можем идти путем запрета интернета, это совершенно очевидно. Остановить прогресс невозможно и не нужно. И коллегам из «родительского отпора» я говорил: «Слушайте, вы помните атомные проекты, американский и Советский, это точно не опаснее атомного оружия. А что было бы, если бы отказались создавать тогда альтернативный американскому ядерный проект? Прогресс нужно не останавливать, а не отпускать на волю волн, им нужно управлять. Как говорил ругаемый ныне всеми Маркс: культура, если она развивается стихийно, а не направляется сознательно, оставляет после себя пустыню». Вот нельзя чтобы, в том числе новые технологии, оставляли после себя пустыню, этим процессом нужно управлять, а потому, с нашей точки зрения, мы должны начинать с небольшого в начальных классах, постепенного увеличивая возможности электронного обучения. И, конечно, мы должны, если мы хотим конкурировать с нашими, как сейчас говорят, партнерами, надо создавать собственные электронные университеты, которые были бы конкурентоспособны с иностранными электронными университетами. Это что касается технологий.

Теперь что касается традиций. Уважаемые коллеги, мы все прекрасно понимаем, что в истории педагогической философской мысли периодически происходит борьба сторонников, условно говоря, классики и сторонников обновления содержания образования. Как всегда,

как мне представляется, истина где-то посередине. Но мы же прекрасно понимаем, что современные дети в современной школе, несомненно меньшее знают классику, чем знали её когда-то люди моего поколения или те, кто вообще закончил советскую школу. Приходит ко мне на практику девушка журналистка МГУ. Приехала из Ижевска, заведомо хорошая. Я ее спрашиваю: «Как ты поступала в университет?». Она говорит: «ЕГЭ плюс собеседование». «Что спрашивали на собеседовании?» «Любимое произведение». «И что рассказывали?» «Большинство рассказывали про Гарри Поттера». Я, кстати, ценю Гарри Поттера, считаю, что это незаурядное произведение, и я там нахожу христианские мотивы явные, и я считаю, что для того, чтобы понимать Гарри Поттера, нужно кое-что знать. Ну, например, там, среди пожирателей смерти есть Долохов, да, а кто такой Долохов, боюсь, что многие наши дети сейчас не знают. «А я рассказывала про Анну Каренину и меня сразу взяли». «Это радует, хорошо, скажи, пожалуйста, а сколько на память отрывков из классических произведений ты знаешь? Вот моя мама, заканчивая школу на кануне Великой Отечественной, знала всего Евгения Онегина, я, заканчивая школу, увы, всего Евгения Онегина не знал, только поэму Лермонтова «Мцыри», одну из самых любимых мною тогда и сейчас, примерно 20 разного рода фрагментов из Александра Сергеевича, почти столько же из Михаила Юрьевича и так далее». «Вы знаете, мы больше одного произведения наизусть одного поэта никогда не учили».

Коллеги, о чём идёт речь, с моей точки зрения, речь идёт о том, что есть некие, как иногда говорят, культурные коды, которые, собственно, объединяют людей в нацию. Если вы объединены определенной культурой, то вы понимаете друг друга с полуслова, мы говорим «Служить бы рад» и помним что дальше произнёс Чацкий, мы говорим «Привычка свыше нам дана», и помним, что она замена счастью, мы говорим «Пускай скудеет в жилах кровь, но в сердце не скудеет нежность» и помним, что следует дальше: «О, ты, последняя любовь, ты и блаженство, и безнадежность». К сожалению, эти самые культурные коды, как мы это наблюдаем, в современном образовании, на мой взгляд, очень сильно разрушаются, и во многом этому способствует то, что сейчас называется компетентностным подходом.

Коллеги, идея компетентностного подхода прекрасная, она заключается в том, чтобы знания превращались в практические умения, способность выполнять те или другие практические действия. Но, к сожалению, сплошь и рядом она выражается в другую идею, а именно идею, согласно которой ты можешь всё уметь, при этом ничего не зная. Вот так не бывает. Гегель был, мягко говоря, не самый глупый человек, когда он утверждал, что метод есть теория, приведённая в действие. Это значит, что для того, чтобы овладеть методом, нужно кое-что знать, знать теорию, иначе ты не сможешь привести в действие, поскольку ты её не знаешь. Вот та же ситуация, с моей точки зрения, наблюдается и сейчас. Мне представляется, что нам нужно идти путем, не путем противопоставления, а путем разумного сочетания развития знаний, ну, раньше говорили знания, умения и навыки, знания и способности, можно так, наверное, сказать. Кстати сказать, термин компетенция в российском законе об образовании употребляется 21 раз, из них 11 раз в значении полномочия тех или других органов власти, из оставшихся 10 в половине случаев в значении квалификация, ещё в половине случаев в том самом, значении которого толком никто не определил. Кто-то считает, что это соответственно те же самые умения и навыки, кто-то, что это способности, кто-то иногда считает, что это профессия, и так далее, и так далее.

С моей точки зрения, мы должны идти путем сочетания канона и традиций с упором на классику, путем сочетания знаний и так называемых компетенций, имея в виду, что без знаний соответственно способности развить невозможно или почти невозможно. Разумеется, в старой дискуссии «Что такое ученик или студент – факел, который нужно зажечь или сосуд, который нужно наполнить», я на стороне факела, но факел не загорится, если сосуд пустой. Вот это с моей точки зрения важно понимать.

И последняя тема, о которой я хотел сказать несколько слов – это форма аттестации. С компетентностным подходом, но не только с ним, связано представление о том, что мы должны из образования, по возможности, изымать человеческий фактор. На этом основана идеология единого госэкзамена, человеческий фактор – это плохо, он субъективный, а вот то, что мы закладываем в единый госэкзамен –

это объективные критерии, которые позволят нам определить уровень подготовки. Коллеги, я не берусь судить про математику, физику, я наоборот считаю, что экзамен по математике был одним из лучших, ЕГЭ, он максимально приближен к традиционному экзамену, если бы его не разделили на базовый и профильный, и если бы не заставили детей выбирать, либо тот, либо другой и давали возможность сдавать и тот и другой, всё было бы весьма неплохо. Я говорю про гуманитарные предметы. Как заметил мой руководитель комитета Вячеслав Никонов, ЕГЭ не учит детей читать, писать и говорить. Сочинение, которое ввели это хорошо, но сочинение в обратной форме, с моей точки зрения, того как это следовало делать. Во всём мире тестоподобные задания бывают допуском к творческой работе. У нас творческая работа сочинение является допуском к выполнению тестоподобных заданий единого государственного экзамена. Я уж не говорю про то, что в науках, в которых я считаю себя специалистом, это история и обществознание, да я доктор философских наук соответственно, и историк по образованию, довольно редко встречаются однозначные ответы. И если вы прочитали разную литературу, вы можете сказать, что на какой-то вопрос могут быть разные ответы, мне кажется правильным такой – то и потому – то. Если вы сдаёте ЕГЭ в форме теста, то вы должны давать единственный ответ, который считают правильным авторы этих самых заданий, поэтому субъективный фактор никуда не делся, он просто переместился на уровень тех, кто эти самые задания сочиняет. Мне кажется, что нам очень важно было бы сейчас вспомнить принцип, который пропагандировали многие философы и педагоги, включая, Василия Александровича Сухомлинского, культура ради культуры. Я печатаю со своим внучком шестиклассником и агитирую его больше читать. Рассказываю, что я вот в твои годы прочитал то сё, пятое десятое. «И что это тебе дало?». Я, конечно, могу ответить: «А ты разве не видишь, что мне это кое-что дало» и так отвечаю, но очень важно понимание того, что образование не может быть сориентировано только на прагматику, оно должно быть ориентировано не только на так называемые компетенции, но и на общую культуру.

Кстати, я понимаю, где я выступаю и сейчас скажу не очень популярную вещь, вы меня за нее осудите, но я бы не выводил в качестве

обязательного единый госэкзамен по иностранному языку. Не вводил бы по многим причинам, одна из которых заключается в том, что у нас в сельских школах сплошь и рядом иностранный язык преподавать вообще-то особенно некому. Когда «Народный фронт» опросил российских учителей, 1300 человек, 44 % заявили, что в школах не хватает математиков, 39, что учителей иностранного языка, 30, что учителей русского и литературы и 26 учителей начальных классов. Это сильно отличается от того, что говорила нам Ольга Юрьевна Васильева, министр Просвещения, в недавнем прошлом выступая на парламентских слушаниях, она говорила, что порядка 11 % составляет дефицит кадров в современной школе. Как ни странно, формально может быть она и права. Проблема в чём? Проблема в том, что за пределами города Москвы и некоторых других регионов Российской Федерации учитель работает за себя и за того парня, получает только за себя и то не столько, сколько положено по указу Президента № 597 от мая 2012 года. В 75 регионах Российской Федерации, 85 по данным «народного фронта», это именно так, мало того средняя нагрузка российского учителя давно превысила 28 уроков в неделю, а если считать по прежней методике, то это далеко за 60 часов суммарная рабочая неделя и соответственно каждый седьмой российский учитель уже работает на две, а не на 1,5 ставки. Я в прошлом школьный учитель, хорошо понимаю, что и на полторы нелегко, а как работают на две женщины пост-бальзаковского возраста, понять не могу, это неизбежно приводит к эмоциональному выгоранию, снижению качества отечественного образования. И я придерживаюсь, по-прежнему, классического представления о том, что главное, что должен делать учитель – это делиться частью своей личности со своими учениками. Образование, с моей точки зрения, место, где есть некие человеческие отношения помимо функциональных, и где, повторяю, учитель влияет на ученика и испытывает соответственно обратное влияние. Там, где чисто функциональные отношения может быть дрессировка, даже отчасти обучение, но нет ещё образования, которое даже согласно нашему закону есть процесс воспитания и обучения. Поэтому, да, позволю себе одну шутку от моего любимого учителя, профессора истории Омского педагогического университета, который говорил так:

«Работаем на полторы, потому что на одну есть нечего, а на две некогда». Вот каждому седьмому российскому учителю уже некогда есть, как вы понимаете, поскольку он работает на две ставки. Вот, если бы я был начальник, я бы в качестве следующего экзамена вводил экзамен по литературе, но только ни в коем случае не в форме ЕГЭ. Зачем мы несчастных детей в пятом классе мучаем, чтобы они все обязательно знали не только ямб и хорей, в отличие от Евгения Онегина, но к тому же ещё и анапест, дактиль и амфибрахий. Зачем? Они книжек не читают. Пусть они лучше больше книг прочитают и обсуждаем с ними эти книги. Самое великое содержание русской литературы, это, конечно, её нравственное содержание, именно этим она стала великой в мире, а не тем, какие художественные приёмы она приняла. Я, например, после школы не помнил, кто такие дактиль, амфибрахий и анапест. Сейчас посмотрел по новому, потому что внучонок в пятом классе проходил, но повторяю, я прочитал несравненно больше подавляющего большинства современных детей, а по поэзии, например, сравниваться почти не с кем. И это в обычной Советской школе для ребят с нарушением зрения.

Заканчивая, я хочу сказать, уважаемые коллеги, надеюсь, что мы сможем всё-таки продвигать как-то идеи живого образования, а не образования мёртвого. Живого – это где находится ученик в широком смысле этого слова – до школьника и аспиранта, и учителя в широком смысле этого слова от соответственно воспитателей детского сада до профессора и академика. А закончить я хочу ещё раз одной из любимых моих цитат, это Лорд Байрон. Как вы помните, помимо того, что он лорд, он защитник казнимых британских ткачей, он защитник свободы Греции, там, кстати и погиб. Вот он однажды написал так: «Довольно демагогов без меня, я никогда не потакал народу, когда вчерашних идолов кляня, на новых он выдумывает моду. Я варварство сегодняшнего дня не воспою временщику в угоду. Мне хочется увидеть поскорей свободный мир без черни и царей». Вот и мне как Байрону...



**ПЛЕНАРНЫЕ
ДОКЛАДЫ**

УДК 8. 808.5

Аннушкин Владимир Иванович

доктор филологических наук, профессор

кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина

vladannushkin@mail.ru

РИТОРИЧЕСКАЯ НАУКА И КОММУНИКАТИВНАЯ ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Статья посвящена анализу современной речевой ситуации в информационно-цифровом обществе с позиций нравственно-культурных оснований для организации эффективной риторической коммуникации. Сохранение традиционных культурных ценностей и ориентация на классические правила риторики должны сочетаться с инновационным творчеством во всех областях речевой жизни: устным семейно-бытовым диалоге, сфере документов, научном общении, педагогическом образовании, художественной литературе, политической и деловой коммуникации, массовой коммуникации и Интернете. Общество переживает важнейший момент в своей истории, который будет иметь положительный результат в случае интенсификации творческой мысли, которой обучает риторика как «искусство мысли и слова», и оптимальной организации общественно-речевой практики.

Ключевые слова: риторика, коммуникация, язык, культура, цифровизация

Annushkin Vladimir Ivanovich

Doctor of philological sciences, professor

Russian russian literature and intercultural communication departments

of the pushkin state institute of russian language

vladannushkin@mail.ru

RHETORICAL SCIENCE AND COMMUNICATIVE PRACTICE OF MODERN INFORMATION SOCIETY

The article is devoted to the analysis of the modern speech situation in the information-digital society from the standpoint of moral and cultural grounds for organizing effective rhetorical communication. Preservation of traditional cultural values and focus on the classical rules of rhetoric should be combined with innovative creativity in all areas of speech life: oral family-everyday dialogue, the field of documents,

scientific communication, teacher education, fiction, political and business communication, mass communication and the Internet. Society is experiencing a crucial moment in its history, which will have a positive result in the case of intensification of creative thought, which is taught by rhetoric as the “art of thought and word,” and the optimal organization of public speech practice.

Keywords: rhetoric, communication, language, culture, digitalization

1. Введение. Прогресс в языке – прогресс общества

Прогресс общества всегда связан с прогрессом в языке. Но прогресс в языке – это прогресс не только технологически-речевой, т. е. связанный с появлением новых технических устройств создания речи, это – прогресс творческой мысли, новых вдохновляющих общество текстов, одушевление речевой активности большинства членов общества. Риторика как основная филологическая дисциплина, касающаяся устройства речевой практики общества, показывает и состояние умов, и стиль жизни общества, устраивающий нас или требующий изменения и совершенствования.

Современная риторика касается самых актуальных вопросов общественно-политической, экономическо-деловой, социокультурной, нравственно-этической и семейно-личной жизни человека. Почему такой широкий спектр и нет ли здесь преувеличения? Его нет, поскольку общественно-языковая практика касается всех перечисленных областей деятельности современного человека и только недооценённость образованным сообществом значимости филологии как основной науки, вмещающей мысль и слово, организующей и выстраивающей любой тип интеллектуальной коммуникации, не позволяет сделать нашу жизнь благоденствующей и процветающей.

Мы живём в великое перестроечное время человеческой цивилизации, а такое время всегда наступает, когда появляются новые фактуры речи, создающие принципиально новые формы общения, а значит, и новые принципы деятельности, рождения замысла, работы над ним и воплощения его в речи. Новый материал и новые орудия речи, новые устройства (компьютер, планшет, телефон, электронная книга и т. д.),

обогащение возможностей прежних устройств, например, сотни телевизионных и радиопрограмм вместо прежних одной-двух – рождают новый тип человека, с одной стороны, страдающего под бременем объема информации, с другой стороны, обогащающегося новыми технологическими и интеллектуальными возможностями.

Филология и риторика дают ответ на вопрос: как сделать человека и общество, в котором он живёт, благоденствующими и счастливыми. **Задачи науки и культуры** в современной ситуации развития информационно-цифровых технологий требуют: 1) **сохранения традиционных ценностей**, 2) **инновационного творчества**.

Наука и культура не только дают оценку этому процессу, но и предлагают рекомендации: 1) к сохранению всего ценного, что было в предшествующей нынешнему времени цивилизации – забвение лучших нравственных, интеллектуальных и творческих традиций ведёт мир к отупению и помрачению при всех обманчивых благах, которые предоставляет современная компьютерно-цифровая цивилизация, и 2) интенсивному и разумному творчеству в области мысли, ее реализации в речи и последующей преобразующей организации окружающей действительности, т. е. только творческое новаторство в состоянии выстроить новый информационный мир оптимально, эффективно и комфортно для проживания в нём.

Цифровизация определяется как внедрение цифровых технологий в разные сферы жизни для повышения ее качества и развития экономики. Однако повышение качества жизни и развитие экономики не осуществляются автоматически, для этого необходимы разумные и эффективные действия, которые, как правило, являются речевыми. В настоящее время можно говорить лишь о том, что ситуация изменилась, но о повышении качества жизни и нашем удовлетворении развитием экономики говорить рано. И всё-таки в обществе сегодня говорят прежде всего о развитии экономики – эти же вопросы затронул президент РФ В. В. Путин на Совете по русскому языку. Однако надо учитывать, что экономическое управление есть речевая деятельность и пока язык не устроен, пока неэффективно работают документы (это и есть бремя бюрократии!), пока не отлажены контакты между деловыми партнерами в устной сфере, пока не организована опти-

мально публичная деятельность предприятия (это пиар!), никакой эффективной экономики построить не удастся. **Основой экономики является культура деятельности, основанная на традиции и творческих новациях. Ведущую роль в этом процессе играет эффективная языковая коммуникация (предмет риторики).**

Риторика как наука и искусство эффективной и совершенной во всех смыслах коммуникации в эпоху компьютеризации и цифровизации имеет прямое отношение к решению всех вышеперечисленных вопросов, выдвигая принципиальные требования к организации речевого общения. Как классическая наука, не позволяющая забыть ее достижения, риторика *исторична* и *культурна*; как *творческая* наука и практика, риторика побуждает к *новизне* и *новаторству*, только новизна и новаторство должны основываться на этике и нравственности, рациональности и оптимизации предлагаемой модели деятельности.

Обсуждая внедрение цифровых и компьютерных технологий в разные сферы жизни, попытаемся рассмотреть, как меняется образ и стиль нашей жизни под их влиянием, какие достоинства и преимущества, какие риски и опасности несет в нашу жизнь цифровая цивилизация.

Мы, филологи, рассматриваем жизнь как Слово, ибо оно «было в начале» и главная характеристика человека – это его «словесность» как дар слова и его «ойкумена», обволакивающее окружение, ибо всё выражается в слове и сама «цифра» есть не что иное, как новая форма словесного существования человека. Если словесная культура – это совокупность достижений человечества в словесной деятельности (это – формы общения, ценностные тексты, которые хранятся в памяти), то что сохраняется и что меняется в словесной жизни общества сегодня? Попытаемся ответить на эти вопросы.

2.1. Устная словесность

Новая цифровая цивилизация должна быть рассмотрена с позиции практического функционирования речи (текстов, информации, словесных произведений) в разных родах и видах словесности. Продолжает ли существовать **устная словесность в непосредственном общении** людей в семье, в школе между учителем и учениками,

в деловой сфере между «со-работниками», в политике – между руководителями государств и представителями политических партий? Безусловно, и другое представить невозможно, поскольку культура устной речи не исчезает, но преобразуется и обогащается благодаря появлению новых технологий общения. И всё-таки непосредственное устное общение никуда не исчезло; если же непосредственное устное общение-диалог отсутствует, то это существенное «затруднение» современной жизни и ее «обеднение», ибо:

- ◆ не может быть хорошей семьи без потребности в непосредственном общении;
- ◆ не может быть эффективного обучения без непосредственного контакта учителя и ученика, какие бы новые «красивые» формы коммуникации ни предлагало нам он-лайн-обучение;
- ◆ не может быть эффективной рабочей обстановки в любом рабочем коллективе без потребности и реализации устных речевых контактов – и они осуществляются в собраниях, совещаниях, корпоративах и т. д.

Международные политические конфликты разрешаются наиболее эффективно в непосредственных переговорах (и все ждут таких переговоров!). Правда, в XIV веке это был единственный способ для Сергия Радонежского примирить рязанского князя Олега с Московским князем Дмитрием Донским – взять посох и пойти пешком в Рязань, однако сегодня при возможностях интернет-коммуникаций, телефонной связи, скайпов и т. д. человечество по-прежнему разделено. И одно дело – телефонный разговор руководителей двух государств, другое дело – приезд и непосредственное решение наболевшего вопроса (ср. недавний приезд президента Турции Эрдогана в Москву для переговоров с президентом РФ В. В. Путиным для прекращения огня в Сирии). Поэтому сказано: «блаженны миротворцы», но «миротворение» наиболее эффективно только при личных встречах. Риторический же закон таков: симпатии возникают в результате многократных и регулярных устных встреч. Если их отменить, то объединение людей становится, в сущности, невозможным.

2.2. Письменная речь

Исчезают ли сегодня письменная речь и письменная словесность? Не исчезают, но только преобразуются и обогащаются с помощью новых технологий. Так, не может исчезнуть потребность в письме рукой и если сегодняшние преобразователи образования пренебрегают обучением письменной речи в ее классическом виде, т. е. чисто-писании и каллиграфии, то именно это является стопором в психофизическом и умственном развитии личности современного человека. Очевидный педагогический факт: полноценное развитие личности школьника возможно только тогда, когда он владеет моторикой письменной речи, когда задействован весь организм в создании текста, когда человек сосредоточен на «выведении» буквочек, развивая способность выражать мысль в распространенном сочинении. Именно письменная речь позволяет сформировать стиль мысли и стиль языковой личности, унифицированная же компьютерная панель-клавиатура, как правило, нивелирует человеческую личность, создает «одинаковых человечков» – подобно тому, как нам сегодня предлагают писать статьи в «скопусовских» журналах по одной и той же композиции, сформулированной редакционной политикой журнала.

Письменная речь продолжает существовать в развернувшейся и «расцветшей» системе бюрократических документов как в экономике, так и в образовании. Способствуют этому, конечно, компьютеризация и цифровизация документальной сферы, и только незнание законов риторики и неумение их применять сделало нашу жизнь тягостной вследствие того груза бессмысленно размноженных документов, которые обрушиваются на каждого специалиста. Можно ли сделать что-то в бюрократической системе, например, школьного или вузовского образования? Безусловно. Но для этого необходимо иметь творческую мысле-речевую смелость (риторическую!) принимать новаторские решения и преобразовывать действительность. А как может отказаться современный бюрократ, например, в сфере написания документов в нашей филологической профессии, если это – оправдание его существования? Между тем, такая «риторическая» реформа документации назрела давно и все о ней говорят. Например, что

мешает отказаться от заполнения преподавателями ежедневной посещаемости, если это может делать староста группы? Что заставляет нас в наших программах УМК повторять содержание дисциплины сначала в плане, затем – в разделах, затем – в подробном описании? Вопрос: кого мы обманываем имитацией деятельности? Виной всему – риторическая невоспитанность делового сообщества.

2.3. Печатная словесность

Цифровизация активно вторглась в печатную словесность: научную, литературно-художественную и газетно-журнальную. Последняя все более преобразуется в массовую информацию и Интернет, поэтому скажем более подробно о важнейших первых двух.

2.3.1. Научная словесность

Мы все ощущаем блага-достоинства и недостатки новой научной словесности, принявшей компьютерно-цифровую форму. С одной стороны, увеличился доступ к информации и книгам, которые раньше были просто недостижимы, с другой стороны, постижение информации и работа над ней, результаты самой деятельности стали более формальными и поверхностными.

В настоящее время в рамках национального проекта «Наука» реализуются три федеральных проекта, направленных на создание передовой инфраструктуры для проведения научных исследований, единой цифровой платформы научного и научно-технического взаимодействия, организации и проведения совместных исследований в удаленном доступе, в том числе с зарубежными учеными. Сформирована государственная программа «Научно-технологическое развитие Российской Федерации», разработанная с учетом целей и целевых показателей национальных проектов «Наука», «Образование» и «Цифровая экономика». В рамках госпрограммы, в частности, ожидается широкое внедрение онлайн-технологий в систему высшего образования и непрерывного образования благодаря созданию и развитию платформенных, сервисных и интеграционных решений.

Да, сейчас никто не будет возражать против активного внедрения он-лайн-технологий, но существует множество реальных препятствий

на пути их внедрения. Работа мозга приобретает иной характер при он-лайн-образовании. Так, никто не будет спорить с тем фактом, что чтение книги и чтение с экрана существенно различны.

В 2015 году была основана Ассоциация «Национальная платформа открытого образования» (НПОО) и при поддержке Минобрнауки России был запущен одноименный образовательный портал, где сейчас размещено более 350 онлайн-курсов от лучших преподавателей страны. Мы знаем по результатам обучения риторике: много ли удаётся научить специалистов при он-лайн-курсах? Совершенно очевидно, что он-лайн-обучение открывает большие возможности для знакомства с предметом, но оно должно подкрепляться общением с реальным преподавателем.

Вот что относят к плюсам и минусам цифровизации в школьном он-лайн-образовании (приводим сначала аргументы «за», взятые нами из Интернета с сайта <https://plusminusi.ru>, а затем поставим вопросы):

- **Приучение к самостоятельности.** *Так как будущая система подразумевает самостоятельную работу, ребенок с детства понимает, что он сам должен стремиться к знаниям. Такое воспитание в дальнейшем сделает характер человека более твердым. Без излишней заботы педагогов ученик добьется более высоких результатов.* Вопрос: можно ли воспитать и образовать будущую личность без непосредственного общения с учителем? И не ждет ли ученик прежде всего встречи с хорошим учителем, а он-лайн-технологии должны быть только подспорьем в обучении?
- **Отсутствие бумажной волокиты.** *Школьникам приходится носить сразу несколько учебников и тетрадок, которые занимают значительное место и много весят в сумке. Нагрузка может быть такой сильной, что у ребенка будет болеть тело. Цифровое образование избавляет человека от горы бумаг и книг. В компьютере вместятся все учебники и пособия, а планшет заменит рабочие тетради.* Вопрос: можно ли выучить школьника без «учебников и тетрадок», в которых «надо «буквы разные писать тонким перышком в тетрадь»? Мы уже замечаем бедность и тупость интеллекта новых школьников, не воспитанных творческой

работой написания сочинений в «тетрадках» и любви к чтению книг. «Чтение – вот лучшее учение» – говорят русские. «Чтобы стать мудрым, надо перетаскать пять возов книг», – говорят китайцы. Значит «цифра» должна стать только помощницей, а не доминантой.

- **Экономия.** *Так как цифровизация избавляет от бумажных версий, родителям не придется тратить деньги на тетради, учебники, ручки и прочую канцелярию. Тем более, школьные принадлежности очень дорогие. Электронные версии необходимо будет заменять на новые только в случае поломки старой техники.* К сожалению, пока родители никакой «экономии» не чувствуют, тем более что планшеты, телефоны и новые компьютеры тоже «денег стоят».
- **Упрощение работы педагогов.** *«Профессия учителя считается одной из самых сложных. На воспитание юных умов тратится много энергии и нервов. В цифровой системе работа учителя подразумевает лишь помощь. Педагог задает направление, по которому развиваются ученики. Школьники обращаются к нему лишь в спорных ситуациях.»* Эти тезисы вообще «катастрофичны» для образования, поскольку говорят об отсутствии необходимости в учителе в будущем. Да, профессия учителя «нервная», но превращать школу в автоматическо-цифровую систему, где учитель только оказывает «компьютерную» помощь, безнравственно и бессмысленно. Однако такие идеи рождаются и будоражат умы некоторых перестройщиков образования.
- **Шаг в будущее.** *Переход к цифровому образованию – это значимый этап к созданию Интернет-технологий. Сейчас наука развивается с большой скоростью, каждый день появляются новые структуры. Цифровизация обучения поможет школьникам лучше ориентироваться в информационном мире в будущем. С этим трудно поспорить и все пользователи ценят возможности Интернета, например, в поиске информации, но очевидно также, что исследователю (или студенту) уже не требуется сосредоточенная память («вынашивание в себе русского слова», как рассказывают о феноменальной памяти академика В. В. Виноградова), массовый*

коммуникант-цифровик надеется на то, что он всё найдёт в Интернете. Вопрос: находит ли и ЧТО находит?

Недостатки онлайн-образования

- **Риск отрицательного результата.** *Эти изменения будут кардинальными. Нет возможности точно сказать: будет ли такое новшество положительным. Данная система применится впервые, поэтому сравнить с чем-то подобным не получится.* На это замечание у автора статьи одно историческо-ассоциативное воспоминание рассказа Л. А. Олдыревой, ученицы проф. Ю. В. Рождественского. Незадолго до кончины Ю. В. Рождественский со свойственным ему просветленным юмором заметил: «Вы еще не знаете, что вам ждать от цифровой экономики. Слава Богу, я до этого не доживу...» Мы «дожили» и помним советы Учителя творчески, а не слепо применять все технологические новшества.
- **Отсутствие творчества.** *Ученые доказали, что цветковое оформление помогает человеку лучше запомнить информацию. Даже взрослым людям рекомендуется создавать свои записи с небольшими корректировками. Это также способствует развитию творческих способностей. Однако информационные технологии исключают возможность проявить себя. Электронные версии носят «сухой» характер. Детское творчество заметно страдает.* Это замечание парадоксально, ибо все мы замечаем, как красивые картинки привлекают внимание любого человека, но как верно замечено, творческие способности не развиваются при пассивном восприятии. Отсюда – **снижение умственной активности**, поскольку человеку нет нужды размышлять о чем-то, он перестал самостоятельно добывать информацию. Достаточно иметь доступ в Интернет, чтобы узнать необходимые сведения.

Другими трудностями на пути цифровизации являются **плохая социализация** ученика, **проблемы с физическим развитием**, **абсолютный контроль**, который относится не только к школьникам, но и к родителям и учителям.

Безусловно и то, что принципиально меняется в современном образовании функция педагогов, когда на роль профессионала-учителя

будут претендовать электронные машины с записями лекций и виртуальные системы. Странно, что кто-то говорит об этом с радостью, но совершенно очевидно, что никто не заменит работу реального педагога. Поэтому вопрос о том, что педагога в будущем могут заменить компьютерные устройства, должен быть исключен из обсуждения в обществе. Вопрос «нужен ли будет преподаватель в будущем вузе, если его может заменить он-лайн-курс?» бессмыслен с позиций **культуры как творческого развития лучших достижений и традиций**. Преподаватель-учитель в непосредственном взаимодействии с учениками (студентами) – обязательная фигура в будущем научно-педагогическом процессе развития общества.

Вне всякого сомнения, цифровизация образования может идти только параллельно с живым учебным процессом, с сохранением тех культурных традиций в образовании, которые наработаны нашими предшественниками – классиками науки и педагогики. Тогда преподаватели и студенты, учителя и школьники будут чувствовать интеллектуально-эмоциональное обогащение от результатов учебного процесса.

2.3.2. Художественная литература

Цифровизация в художественной литературе привела к массовости писательской продукции, когда любой более или менее честолюбивый автор может написать и опубликовать свой опус. В Интернете трудно отличить профессионала-художника слова от любителя. Стирается грань профессионализма и любительщины, когда любой рифмоплёт может утверждать своё равенство с хорошим поэтом, а технические возможности сформировали целый пласт желающих опубликовать личные произведения и биографии с фотографиями и претензией на «бессмертие». Впрочем, это как раз и замечал Сократ: «Нет большей заботы у человека, чем обессмертить себя. Обыкновенно люди воплощают свое бессмертие в детях, но лучшие их них – в произведениях искусства». Теперь таких лучших – много... Возможно, это и неплохо, только как воспитать вкус у пользователей Интернета? Раньше говорили: вот классика, вот образец. Сейчас образец выбирается произвольно: «а мне нравится!...»

Несмотря на такое усреднение вкусов и кажущееся падение требований массовой публики к текстам художественной литературы, апокалиптические утверждения о ликвидации **литературоцентричности как основного феномена русской словесной культуры** преувеличены и наше глубокое убеждение состоит в том, что это принципиально не так. Более того, элитарность подлинного вкуса, философской глубины и высокого художественного совершенства доказывается произведениями целого ряда современных поэтов, мало известных широкой публике и потому нераспространенных в массовой культуре, которой привержено современное телевидение, радио и массовая пресса. Тем не менее, современный поэт (или писатель), опираясь на традиции прошлого, создает новые мысли и образы, воплощая их в слове, а возможности для творчества не только не уменьшились, но увеличились. Сошлюсь на два имени (А. В. Белова и В. В. Коллегорский), которые, возможно, известны читающей публике, тем более что оба профессиональные филологи. Оба пишут о Слове и его непреходящей ценности, являясь достойными преемниками и творческими продолжателями традиций восприятия слова Ахматовой, Заболоцким, Тарковским:

Пусть всё прейдёт, всё – тлен, но Слово не сгорит,
и быть ему, как купине, нетленным,
свободным, тайным, боговдохновенным
вовек, как древний псалмопевец говорит...
[Белова 2014, с. 121]

У В. В. Коллегорского имеется целый цикл стихов о Слове, достойных того, чтобы быть исследованными в продолжающихся размышлениях над сущностью «словесной» природы человека и сущностью самого Слова. В стихах В. В. Коллегорского звучат и иронические, и философические ноты:

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СЛОВА

Не ищи определения слову: его нет.
Ибо чем определишь ты то, что само всё определяет?
Слово – везде и во всём, и всё, что ни есть – это слово.

И то – слово, и это – слово, но слово – ни то и ни это.
Слово – ни то, ни другое, ни пятое, ни десятое.
Слово – это слово.

СЛОВО

Серп времени нас жнет по одному.
Блеснет он – и во прахе всё коснеет.
А слово не подвластно и ему –
Оно как дух: где хочет – там и веет.
[Коллегорский 2019: 18]

2.4. Массовая коммуникация и Интернет

Стиль современной жизни определяют риторика массовой коммуникации и Интернета. Современный молодой человек получает информацию не из газет (тиражи падают!), а из новостных сайтов (телевидение становится приоритетом только пожилой аудитории). И это заставляет серьезно задуматься над образовательной подготовкой современного специалиста. **Медиакоммуникация** – это общезначимый современный текст, в создании которого принимают участие новейшие технико-электронные средства, формирующие принципиально новые виды речевых коммуникаций. Тексты современной медиакоммуникации кардинально изменили жизнь современного общества и каждой личности, образующих теперь «новое информационное сообщество». Термин **медиакоммуникация** смешивают сегодня с **масс-медиа**, или с текстами **массовой коммуникации**. На наш взгляд, медиакоммуникация – более широкое понятие, включающее все возможные средства коммуникации с помощью технико-электронных средств. **Медиакоммуникация** охватывает сегодня все сферы жизни: *бытовую* (современное бытовое общение невозможно представить без телефоно-коммуникаций в самых разных видах), *профессионально-деловую* (речевая перегрузка, повышение вала документов, информационная «усталость» в большинстве профессий – все это следствие неумения управиться с новыми видами возможностей, которые предоставляет электронно-компьютерная техника), *общественно-политическую и культурно-развлекательную*, которая и со-

ставляет в разнообразных формах **массовую коммуникацию (масс-медиа)**.

Цель массовой коммуникации – организация политической, экономической, социальной и культурной деятельности общества с помощью электронно-технических средств. Специфика текстов МК состоит в том, что они являются на сегодняшний день самыми авторитетными и значимыми текстами, предлагающими обществу стиль жизни, в то же время эти тексты (как и большинство текстов медиакоммуникации) не хранимы в культурной памяти, поэтому их содержание и стиль подвержены сменам. Отношение данных текстов к культуре – особая проблема, поскольку, именуемые «культурой массовой коммуникации», они содержат лишь поверхностные, общепонятные, не-глубинные пласты культуры, подверженные идеологическо-стилевым переменам. Цель филолога – отслеживание и управление этими процессами, способность быть грамотными консультантами в направлении мысле- и слововыражения при создании и восприятии данных текстов и организации медиакоммуникации в целом.

3. Заметки о влиянии цифровизации на основные сферы общения

Цифровизация затронула и принципиально изменила качество и стиль жизни во всех сферах общения. Затронем наиболее актуальные, ибо каждая сфера заслуживает отдельного описания и хотелось бы сделать это с точки зрения традиционных форм культуры и современного положения дел:

1. Семья и быт. В каждой семье теперь – компьютеры, телевизоры, телефоны, но нравственно-культурное основание семьи остается прежним, и заповеди, т. е. основные законы семейной жизни и семейного общения, остаются прежними. Они только «обогащаются» в связи с новыми формами, которые предлагает именно компьютерно-цифровая цивилизация, диктующая новые формы и стиль жизни. Но всякая семья – это творчество, поэтому риторика семейного диалога основывается на прежних постулатах: «любите друг друга в роскоши взаимного общения». Теперь – в разных речевых формах:

по скайпу, по телефону, в письмах, эсэмэсках, интернет-переписке, но ничто не заменит естественной устной коммуникации, когда можно, например ... просто помолчать, молчание же, как известно, также вид «сердечной» коммуникации (хотя «женщины любят ушами»). Языковое существование современного человека в семье (как отдельных ее членов, так и семьи в целом) – нетронутая тема, как, впрочем, не изучена до сих пор риторика семейно-бытового диалога. Из первичных глубоких наблюдений можно сослаться лишь на главы «Теории риторики» Ю. В. Рождественского, где дается описание эволюции разных типов семьи с позиций речевого общения [Рождественский 2015, с. 143-148].

2. Документация. Риторика документа в нынешнем цифровом исполнении крайне несовершенна. Она не способствует «удобству» и эффективности общения, а бременем ложится на каждого исполнителя, если не соответствует требованиям разумной достаточности, оперативности, краткости. Мы все чувствуем бюрократическую перегруженность документации во врачебном кабинете, когда врач вместо того, чтобы говорить с пациентом, смотрит в компьютер и должен ТАМ написать ТЕКСТ, а что он произнесет ВАМ как пациенту – для него часто второстепенно. Увы, он поставлен в такие условия. О бюрократизации научно-педагогической деятельности надо говорить отдельно – и это проблема недоработки риторики документа.

3. Деловое общение. Риторика делового общения строится на культуре, а культура – это традиции коллектива, психологическая атмосфера, стиль работы, общения, «взаимоуважения» и творческих решений. Эффективность работы коллектива зависит от того, каковы образцы общения в лице руководства и насколько коммуникабельны сотрудники коллектива. Стиль их жизни и работы должен быть переориентирован на **отечественные** традиции эффективного речевого общения.

4. Политическая риторика кардинально меняет свои ориентиры в связи со сменой приоритетной жанристики в век цифровизации. Это важно, потому что жанр, место, время речи формируют последующее содержание и восприятие текста. В советский период

политическое мировоззрение формировалось с помощью письменных текстов и дублировалось, обсуждалось в политических семинарах, в которых содержались ясные идеологические установки; в 1990-е годы приоритетным рупором политической речи стало телевидение, показывавшее бурные ораторские споры – на первое место вышел оратор-трибун, часто с манипулятивной аргументацией, которую было трудно распознать даже опытному слушателю. Сегодня политический бомонд формируется как на телевидении в политических ток-шоу (а их содержание всегда противоречиво, оно не закрепляется в сознании слушателей, потому что это «скоро-мимо-ходящая» устная речь) и выступлениях ярких политических блогеров, которые обучены вести манипулятивную пропаганду в интересах определенной партии или страны.

Риторическими методами информационной войны, к сожалению, у нас никто не занимается серьёзно – по крайней мере, новостные сайты говорят о том, как часто мы проигрываем в риторическом ведении психологической войны, способы и приемы которой остались, в сущности, прежними. Из теоретических работ укажем лишь на монографию о «лингвистике информационно-психологической войны» [Лингвистика 2017], хотя, конечно, речь должна идти о риторике как более широком поле исследования как внешних правил словесности, так и внутренних правил (аргументации, композиции, стиле речи).

5. Научную словесность цифровизация изменила в последние несколько лет **неузнаваемо**. Задачи, поставленные в проектах «Наука» с целью ее цифровизации, предполагают вхождение в мировую науку и вот уже вместо того, чтобы развивать отечественную науку, мы пишем статьи в скопусовские журналы, а в свои журналы пишем на английском языке, хотя едва ли каждый пятый ученый-педагог владеет английским языком настолько, чтобы читать по-английски.

Научная словесность изменилась принципиально в ее жанристике. Так, основным способом обмена достижениями стали конференции, но этот основной сегодняшний мегажанр в сущности не описан. А как быть с тем, что монографии теперь не в фаворе, а писать требуется статьи – и в каждом журнале свои правила публикации?

Особого обсуждения требует новая ситуация с защитами диссертаций. В сущности именно цифровизация предъявляет новые требования к созданию текста не рекомендуется «много цитировать» (хотя цитирование обязательно в научно-филологическом тексте, желательно не иметь в диссертации текста, который вы опубликовали в статье, ибо его отметит «антиплагиат»). Правда, не всякий научный руководитель, или диссертант, знают, что всё это допустимо – необходимо только пояснить ученому совету, что это «корректные заимствования». Однако риторика принятия диссертаций к защите предпочитает «запугать» диссертанта (чатсо вместе с научным руководителем), что сохранить «страх – начало премудрости»... И ведь всё это «цифровые» революции...

Безусловно, требуется честно описать риторику научной дискуссии с противостоянием научных школ, приемами «судебной» аргументации, эпидейктического стиля, предполагающего, по Аристотелю, «похвалу или хулу». Все мы занимаемся наукой, но никто не описал риторику научной речи (дискуссии) в ее реальных формах.

6. Средства массовой информации и влияние на них компьютерно-цифровых технологий надо обсуждать с точки зрения формирующейся в них «философии жизни», которая не может не претендовать на новизну, «потрясение» зрителя от увиденного или услышанного и которая всегда будет проигрывать, если не будет учитывать законы предшествующей нравственной и интеллектуальной культуры.

Приведем наглядный пример «чохового» стиля (выражение В. В. Виноградова), когда новая стилевая идея овладевает телевизионными «массами». В последние два-три года стали модными (популярными) передачи о личной жизни авторитетных деятелей культуры (особенно театра и кино). Сами деятели искусства и литературы охотно раскрывают личные семейные тайны и секреты, и эта новопоказываемая «жизнь», вне всякого сомнения, есть следствие возможностей, которые предоставляет массовая культура и ее последующее детище – цифровизация. Жаль, «деятелями» не прочитано письмо Пушкина к «жёнке», где записан классический нравственно-стилевой принцип семейного бытия (можно назвать: семейной риторики):

«Никто не должен знать, что может происходить между нами; никто не должен быть принят в нашу спальню. Без тайны нет семейственной жизни. Я пишу тебе, не для печати; а тебе нечего публику принимать в наперники. Но знаю, что этого быть не может; а свинство уже давно меня ни в ком не удивляет» [Пушкин 2019, с. 75].

Можно ли что-то сделать с тем, что Пушкин назвал столь выразительным словом? Безусловно. Но для этого необходимо иметь риторическое дерзновение, творческую необычную мысль, «смелость выражений» (Пушкин), т. е. получить должное риторическое образование, основанное на нравственно-культурных принципах отечественной культуры.

Итак, новое «цифровизированное» общество должно иметь – всего лишь – следующие основания:

- нравственно-этическое** (чтобы жить без обмана – известно, какие новые формы обмана предоставляют новые компьютерные технологии);
- культурно-историческое** (без опоры на традиционные ценности невозможно никакое «цифровое» творчество);
- инновационно-творческое** (творческая мысль рождается из истинно добрых побуждений как результат интеллектуальной сосредоточенности, эмоционально-волевого стремления);
- словесно-риторическое**, ибо без умения выразить мысль в эффективном, подлинном, истинно красноречивом слове, которое и «было в начале», невозможно существование ни в каком обществе, в том числе, «цифровом».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белова А. В. О дни мои... М., 2014.
- Коллегорский В. В. Верлиброслов многоцветный. М., 2016.
- Лингвистика информационно-психологической войны: монография / [А. А. Бернацкая, И. В. Евсева, А. В. Колмогорова и др.] ; [Под ред. А. П. Сковородникова]. – Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2017. – 486 с.

Пушкин А. С. Письма А. С. Пушкина к жене. Составление, статья и комментарий Я. Л. Левкович. – СПб., Издательство «Пушкинского фонда», 2019. – 314 с.

Рождественский Ю. В. Образ автора в семейно-бытовой речи // Теория риторики: учеб. пособие. Под ред. В. И. Аннушкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2015. – С. 143–148.

REFERENCES

Belova A. V. About my days ... Moscow, 2014.

Collegarsi V. Varlibaslar multicolor. Moscow, 2016.

Linguistics of information and psychological warfare: a monograph / [A. A. Bernatskaya, I. V. Evseeva, A.V. Kolmogorova, etc.]; [edited by A. P. Skovorodnikov]. – Ministry of education and science of the Russian Federation, Siberian Federal University. – Krasnoyarsk: SFU, 2017. – 486 p.

Pushkin A. S. Letters of A. S. Pushkin to his wife. Preparation, article and review J. L. Levkovich. – SPb., Pushkin Foundation publishing house, 2019. – 314 p.

Rozhdestvensky Yu. V. Image of the author in family and household speech // Theory of rhetoric: studies. stipend. Edited by V. I. annushkin. – 5th ed., Rev. and DOP. – М.: Flinta: Nauka, 2015. – Pp. 143–148.

УДК 378

Абрамова Наталья Анатольевна

кандидат педагогических наук, доцент

доцент кафедры философии и социологии

Московского государственного юридического университета

имени О. Е. Кутафина, Москва, Россия

abramova-natalja@yandex.ru

МЕТАПРЕДМЕТНЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ РИТОРИКИ В ЮРИДИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Практическая деятельность юриста, независимо от того, в какой среде он будет применять свои познания, связана с интенсивным речевым общением. В настоящее время чрезвычайно возрос уровень требований, предъявляемых к речевой подготовке будущих специалистов. Что должен уметь грамотный выпускник юридического вуза? Вести переговоры, консультировать клиентов, выступать в суде, уметь находить действенные аргументы, улаживать юридический спор, не доводя его до суда, то есть владеть навыками медиации, быстро схватывать суть проблемы, ясно и правильно излагать её, создавать юридические документы. На формирование этих навыков, без которых невозможна профессиональная деятельность юриста, и нацелены описываемые в статье лингвориторические курсы.

Ключевые слова: профессиограмма юриста, речевые навыки, юридический документ, профессионально ориентированный риторический курс, переговорные навыки, навыки медиации, судебная речь.

Abramova Natalia Anatolyevna

PhD of pedagogical Sciences, associate Professor

Associate Professor of the Department of philosophy and sociology

of the Moscow state law University

named after O. E. Kutafin, Moscow, Russia

abramova-natalja@yandex.ru

INTERDISCIPLINARY APPROACH TO THE STUDY OF RHETORIC IN LAW SCHOOL

The practical activity of a lawyer, regardless of the environment in which he will apply his knowledge, is associated with intensive speech communication. Currently, the level of requirements for speech training of future specialists has increased enormously. What should a competent graduate of a law school be able to do? Conduct negotiations, advise clients, appear in court, be able to find effective arguments, settle a legal dispute without bringing it to court, that is, possess mediation skills,

quickly grasp the essence of the problem, clearly and correctly state it, create legal documents. The language courses described in the article are aimed at developing these skills, without which the professional activity of a lawyer is impossible.

Keywords: lawyer's professionogram, speech skills, legal document, professionally oriented rhetorical course, negotiation skills, mediation skills, judicial speech.

Юристу, для которого слово является основным профессиональным инструментом, как никому необходимо знание о формах проявления речевой активности в юриспруденции, различных видах профессиональной коммуникации, их реализации. От навыков речевого общения юриста зависит качество оказываемой юридической помощи, а само речевое воздействие является её неотъемлемой частью.

В Федеральном государственном образовательном стандарте определены компетенции, которыми должен обладать юрист, и ключевой, «ядерной» компетенцией, которая пронизывает все, является коммуникативная компетенция, без которой невозможно осуществление ни правотворческой; ни правоприменительной; ни правоохранительной; ни экспертно-консультационной; ни организационно-управленческой; ни научно-исследовательской; ни педагогической видов профессиональной деятельности.

Говоря о формировании компетенций у студентов, необходимо помнить, что никакого развития не произойдет, если у них не будет ясного представления о том, к чему им нужно стремиться. Поэтому уже с первого курса надо акцентировать внимание обучающихся на том перечне знаний, умений и навыков, ценностных установок и качеств, которые составляют так называемую профессиограмму юриста, то есть идеальную модель юриста – профессионала. Профессиональные требования к юристам предъявляет государство в форме законов, государственных образовательных стандартов, должностных инструкций и др.; требования предъявляют и профессиональные корпорации в своих уставах и кодексах профессиональной этики; большую роль играет и мнение работодателей, потенциальных клиентов. Именно так формируется тройной социальный заказ: от государства, от общества, от профессиональной корпорации юристов.

Система подготовки юридических кадров должна быть адаптирована к изменившимся внешним условиям их профессиональной деятельности, [Далецкий 2018] все больше нацеливая обучение на формирование конкретных речевых навыков.

В современном юридическом мире приводится топ 10 ключевых навыков юриста. Думается, что эти навыки, действительно, универсальны:

1. Уметь хорошо говорить и выступать публично.

Речь – ключевой, важнейший инструментарий, который использует юрист в своей профессиональной деятельности. Его визитная карточка, благодаря которой юрист себя презентует, демонстрирует свой уровень интеллекта. Помимо того, что юрист должен уметь говорить, он обязан слушать и слышать клиентов, оппонентов, судей.

2. Уметь создавать документы.

Умение грамотно, ясно, точно и доступно изложить информацию на бумаге – один из важнейших навыков профессионала. Не менее (если не более) важно – это постараться, чтобы текст поняли не только коллеги, но и клиенты. Правое регулирование в большинстве случаев равно сотням страниц сложного для восприятия текста. И юрист должен довести суть до клиента, судей, присяжных, экспертов, других участников дела и процесса.

3. Уметь работать с клиентом.

В клиентоориентированной юридической отрасли честная и квалифицированная работа с клиентами имеет решающее значение для успеха специалиста и фирмы. У юриста должен быть опыт работы с клиентами, а также развитые коммуникационные навыки (устные и письменные).

4. Уметь искать и анализировать информацию, применять логику.

Юристам приходится иметь дело с огромным количеством сложной информации, в большинстве случаев написанной специфическим языком. Чтобы эффективно с ней работать юристу просто необходимы аналитические и логические навыки, развитое логическое мышление, умение структурировать и оценивать аргументы.

5. Уметь проводить правовое исследование на основе изучения судебной практики.

В самом широком смысле это умение анализировать правовую проблему и находить возможные способы её решения после изучения законодательных актов, прецедентного права, судебных мнений, уставов, положений и другой информации. Юрист должен овладеть: основными техниками поиска информации, навыками определения фактических обстоятельств дела, искусством интерпретации, анализом (оценкой) правовой квалификации дела, навыком определения применимой нормы права, ссылок на законы, навыком работы с базами данных (поисковиками) судебных инстанций, справочных систем и пр.

6. Уметь использовать современные технологии.

Технология стремительно меняет юридический ландшафт. Сегодня это неотъемлемая часть юридических услуг. Поэтому профессионал должен быстро разбираться в программном обеспечении, оптимизирующим работу юристов (презентации, поисковые базы данных и пр.); знать и владеть навыками работы с электронной почтой, системами голосовых сообщений, видеоконференциями; обладать навыками интернет-сёрфинга, чтобы быстро и эффективно проводить поиск и анализ правовой информации.

7. Уметь применять знание основных законов и правовых процедур.

Все юристы, даже те, кто находится на дне юридической карьеры, должны обладать базовыми знаниями о материальном праве и юридической процедуре. Специалисты по правовым вопросам должны иметь общие знания о местных и федеральных органах госуправления; о правилах и процедурах обращений, подачи ходатайств и пр.; об основополагающих принципах права в тех областях практики, в которых они работают; соответствующей юридической терминологии.

8. Уметь управлять временем (тайм-менеджмент).

В профессии, основанной на бизнес-модели «оплата за час» и связывающей производительность с финансовой выгодой, юристы

постоянно находятся под прессом времени. Большие нагрузки, таймлайны и дедлайны – всё это, увы, привычные атрибуты работы юриста. Поэтому немаловажными навыками будут: развитие навыков многозадачности; планирования, расстановки приоритетов; умение работать в ограниченные сроки.

9. Уметь организовать деятельность коллектива.

Навык, который поможет организовывать работу рабочей группы, департамента, компании: навык анализа, обработки, структурирования и управления больших объемов информации: документов, файлов и др.; умение определять цели, эффективно структурировать дело из огромного количества несвязанной информации; навыки работы с приложениями, помогающими управлять данными.

10. Уметь работать в команде.

Юристы не работают в вакууме. Даже адвокатам-солистам приходится полагаться на секретарей и вспомогательный персонал, общаться с консультантами и экспертами. Может случиться и так, что дело потребует коллективных усилий нескольких адвокатов или адвокатских фирм. Поэтому юристу не обойтись без навыков работы в коллективе ради общей цели; координации и обмена информацией и знаниями; развитием коммуникативных навыков, чтобы более эффективно общаться с коллегами, сотрудниками, клиентами, экспертами, публичных выступлений и участия в командных мероприятиях, встречах и конференциях.

Таким образом, большая часть вышеперечисленных навыков – речевые, развитию которых и посвящается работа в рамках лингвориторических курсов, преподаваемых в нашем Университете.

«Риторика» изучается как «метапредмет», как пролонгированный цикл лингвориторических дисциплин, направленных на формирование коммуникативных навыков,:

1. «Русский язык в деловой документации» / «Юридическое делопроизводство» / «Юридическое письмо»
2. «Риторика для юристов»
3. «Юридическая диалогика»
4. «Судебное красноречие»

Речемыслительная деятельность и приемы действенного речевого поведения юристов в профессиональной сфере являются предметом специального изучения в рамках этих курсов.

Общество, в котором свобода слова стала осознаваться как одна из высших ценностей, пришло к пониманию того, что владение родным языком, умение общаться, вести гармоничный диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации – важные составляющие профессиональных умений в различных сферах деятельности. В какой бы области ни работал специалист с высшим образованием, он должен быть интеллигентным человеком, свободно ориентирующимся в быстро меняющемся информационном пространстве. И культура речи – это не только непременная составляющая профессионально подготовленных деловых людей, но и показатель культуры мышления, а также общей культуры. Известная лингвист Т. Г. Винокур очень точно определила речевое поведение как «визитную карточку человека в обществе».

Поэтому цель учебного курса «Русский язык в деловой документации» [Абрамова 2019] – повысить уровень практического владения современным русским литературным языком у специалистов юридического профиля, укрепить и расширить знания по русскому языку, научиться практически применять их для построения юридических и иных устных и письменных текстов в соответствии с коммуникативными задачами. Это подразумевает расширение круга языковых средств и принципов их употребления; систематизацию этих средств в соответствии с функциональным стилем и жанром речи, освоение норм письменной и устной речи, международных и национальных стандартов деловых документов.

Учебный курс состоит из трех частей. В первой части представлена стилистическая система современного русского языка и дана подробная характеристика его функциональных стилей. Особое внимание уделяется научному и официально-деловому стилям; рассмотрены история формирования и интернациональные свойства официально-делового стиля; описаны реквизиты делового письма, речевой этикет официальной переписки, стандарты, принятые в официально-деловом стиле.

Вторая часть посвящена характеристике лексических, морфологических и синтаксических особенностей официально-делового стиля, изучению норм и трудностей русского языка. Недостаточная речевая культура заметно снижает рейтинг делового человека, а его речевые оплошности нередко становятся мишенью для насмешек. Как показывает жизнь, это может пагубно сказаться и на оценке профессиональной деятельности человека.

Третья – носит практикоориентированный характер и знакомит со структурой и содержанием, способами составления различных видов официальных писем, служебных и юридических документов.

Знание основных правил юридического письма необходимо для юриста. Это может помочь, во-первых, при анализе документа с точки зрения юридической техники и определения правовых последствий использования документа, а во-вторых, при составлении юридического документа с учетом правил юридического письма. Быть хорошим юристом – значит понимать юридический язык и правильно его использовать в юридических документах.

По направлению подготовки 40.03.01 «Юриспруденция» (уровень бакалавриата) преподается другая дисциплина – «Юридическое дело-производство» [Абрамова 2019].

Деятельность любой организации неизбежно требует создания многих видов документов, без которых невозможно решить задачи планирования, оперативного управления, финансирования, кредитования, бухгалтерского учёта и т. п. Все работающие и в сфере управления, и в сфере юриспруденции имеют дело с документами. Одни их готовят, другие оформляют, обрабатывают, третьи – визируют, подписывают. От того, насколько грамотно составлен и оформлен документ, часто зависит решение вопроса и, следовательно, общий результат деятельности. Помимо того, правильно оформленный документ является дополнительной рекламой, составной частью имиджа юриста, организации.

Документы закрепляют производственные отношения как внутри предприятия, так и с другими организациями. Они нередко служат письменным доказательством того или иного факта при решении споров.

Независимо от того, традиционным способом или с помощью современных безбумажных технологий ведётся работа с документами, она должна осуществляться по установленным правилам.

Данный курс обобщает требования к оформлению документов в соответствии с действующими стандартами, дает краткую характеристику основных видов документов и правила их составления.

Основная цель курса – научить грамотно и успешно вести деловую документацию.

В рамках этой дисциплины мы даем экскурс в историю делопроизводства в России, рассматриваем этапы становления официально-деловой письменной речи. Также уделяем серьезное внимание понятию «документ», его функциям, классификациям, законодательной базе, описываем требования к оформлению реквизитов документа, показываем способы составления и оформления организационно-распорядительной документации: организационно-правовых, распорядительных и информационно-справочных документов, даем классификацию деловых писем, реквизитов делового письма, стандартов, принятых в официально-деловом стиле, кроме того разбираем особенности написания некоторых видов юридических документов.

Несмотря на все достижения эпохи цифровизации, справедливо высказывание античного мудреца Платона: «Красноречие – это искусство покорять умы».

Особое значение риторика имеет для юриста, так как язык – это инструмент его профессиональной деятельности. Любое правовое явление, будь то закон или судебный процесс, есть явление речевой коммуникации. И поэтому формированию образцового коммуниканта должно быть уделено первостепенное значение.

В предлагаемом курсе «Риторика для юристов» [Абрамова 2020]. ставится задача помочь в формировании коммуникативной компетентности обучающихся по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция (уровень бакалавриата).

На занятиях обучающиеся оказываются в захватывающем мире риторики: знакомятся с историей античной и древнеримской риторики, русским судебным красноречием, с основными понятиями, категориями и принципами риторики, риторическим аспектом общения,

узнают о специфике речевого взаимодействия в юридической практике, учатся теории аргументации и аргументативным навыкам, являющимся частью профессиональной компетенции юриста. Постигают речевое мастерство: особенности ораторской речи, ее композицию и форму; ораторские приемы в монологической и дискуссионной речи.

В ходе изучения курса «Юридическая диалогика» [Абрамова 2017] студенты должны не только актуализировать полученные ранее базовые риторические знания по курсу «Риторика для юристов», но и научиться практически применять их для построения диалогических высказываний в процессуальных (производство допроса, очной ставки, других следственных действий, требующих диалогического общения) и непроцессуальных ситуациях профессиональной деятельности (интервьюирование, консультирование, беседа с клиентом, переговоры, медиация).

Учебный курс также состоит из двух частей. В первой части изучается история европейского и русского полемического мастерства; особенности эристики; этические правила полемической деятельности; виды споров; стратегии и тактики споров; тактические и полемические приемы; виды аргументации, ее структура; логические и психологические уловки в споре.

Вторая часть рассматривает характеристику особенностей служебно-делового общения, специфику вопросно-ответной формы в процессе судопроизводства, барьеры и коммуникативные ошибки в речи, виды бесед, разновидности и методику проведения совещаний, альтернативные способы разрешения правовых споров, виды и характеристику альтернативных способов: переговоров, медиации; цели, задачи и этапы интервьюирования и консультирования.

В ходе освоения курса студенты имеют возможность научиться определять предмет спора, свою позицию в споре, подбирать убедительные аргументы для обоснования своей позиции, избегать логических ошибок, точно и ясно отвечать на поставленные вопросы, профессионально задавать вопросы, эффективно вести полемику, убеждать оппонента, завоевывать доверие слушающих, устанавливать контакт с клиентом, анализировать фактическую информацию, выявлять альтернативы действий клиента для достижения его целей, достигать коммуникативного успеха речевой деятельности.

Но, как говорится, образование нельзя дать, его можно только получить, поэтому основной упор в ходе изучения данного курса делается на самостоятельную, творческую работу студента, которая проявляется в интерактивных формах проведения 80 % семинарских занятий.

Курс «Судебное красноречие» [Абрамова 2009] – это объединение всех ранее полученных риторических знаний в важнейшем виде профессиональной коммуникации юриста – выступлении с речью в судебном заседании.

Россия всегда славилась блестящими судебными ораторами. Речи выдающихся русских юристов обладали огромной силой воздействия, приковывали внимание широкой общественности. Поэтому одной из главных задач риторического образования юриста сегодня является изучение и возрождение традиций школы русского судебного красноречия, осознание ценности отечественного риторического идеала.

Мастерство публичного выступления юриста – это ясно сформулированная идея, убедительная аргументация, соразмерное сочетание рациональных и эмоциональных элементов и постоянный контакт с аудиторией. Это, наконец, правильная, живая и образная речь. Красноречие – это искусство устной речи, способность говорить убедительно, интересно, выразительно, на высоком уровне культуры. Оно достигается в результате длительного самосовершенствования, специального обучения.

Владеть словом в равной степени должны судья, прокурор, адвокат, следователь, эксперт, выступающий в суде, – все сотрудники правоохранительных органов, носящие высокое звание юриста. И сегодня, в условиях быстро меняющейся лингвокультурной ситуации в современной России и очень низкого уровня лингвистической осведомлённости носителей языка важнейшей задачей является расширение базы речевой деятельности обучаемых, повышение их речевой культуры, формирование навыков и умений рационального речевого поведения в различных ситуациях профессионального общения.

В рамках данного курса кратко рассматривается история судебного красноречия в России. В конце 19 века профессор А. Г. Тимофеев, всесторонне исследовавший судебное красноречие в России и его

историю, высказал интересную мысль: «Ценность истории красноречия обуславливается не одними специальными соображениями, она является частью общей истории культуры человечества...». В истории российского судопроизводства накопился богатейший опыт словесного состязания при произнесении обвинительных и защитительных речей. Из него мы черпаем сегодня основы практических приёмов судебных ораторов, имеем возможность увидеть в них восприимчивых и чутких наблюдателей, тонких психологов, безупречных логиков, просвещённых юристов, блестящих ораторов. Знаменитые русские судебные ораторы были всесторонне образованными людьми, высочайшими профессионалами. Их речи отличались исключительной убедительностью, безупречной чёткостью, ясностью, последовательностью, изяществом выражения мысли и остроумием. Всё это позволяло им выигрывать, казалось бы, безнадежные дела.

В процессе преподавания утверждаются нравственные основы профессиональной деятельности: честность, порядочность, уважительное отношение к личности оппонента и его взглядам, поэтому в курсе определены основные требования, предъявляемые к этике судебного оратора и её речевому проявлению.

Немалое внимание уделяется процессам доказывания и убеждения в суде, ибо, как писал А. Ф. Кони: «В основании судебного красноречия лежит необходимость доказывать и убеждать». Подробно рассматриваются логические и психолого-риторические аспекты убеждения.

Серьёзное внимание уделяется вопросам подготовки и произнесения судебных речей. Важнейшую часть подготовки судебной речи составляет, конечно, работа над её содержанием. Работа над формой заключается в отыскании наиболее соответствующего содержанию речи плана расположения материала, подборе наиболее доходчивых и впечатляющих средств убеждения и выразительности. Произнесение же речи – кульминация в осуществлении обвинения или защиты. Можно активно участвовать в судебном следствии, подготовить прекрасную речь, но если она будет плохо произнесена, то не будет внимательно выслушана и, следовательно, не окажет на слушателей никакого воздействия.

Часть занятий посвящена характеристике видов судебных речей: обвинительной, защитительной речи, реплике, напутственному слову председательствующего в суде присяжных, показываются наиболее целесообразные способы и методы конструирования отдельных частей речи, отмечаются те ошибки и упущения, которые встречаются на практике, высказываются соображения и рекомендации по повышению профессионального уровня судебной речи, и, конечно же, каждый обучающийся во время игровых судебных процессов произносит свою, подготовленную в соответствии с фабулой, судебную речь.

Большая часть занятий по всем представленным курсам проходят в интерактивной форме. Поэтому роль преподавателя значительно меняется: он становится организатором деятельности, соучастником процесса обучения, советчиком, вдохновителем, консультантом, компетентным спикером, внимательным слушателем, наблюдателем, экспертом, который оценивает результаты общения и направляет его в профессиональное юридическое русло. Изменяется и роль студента. Повышается его ответственность за свое обучение: он активно участвует во всех видах деятельности, делится с однокурсниками своим опытом, знаниями, идеями; учится уважать чужую личность, принимать замечания, обсуждать проблемы, предлагать решения, оценивать результаты и стимулировать речемыслительную деятельность в профессиональном общении.

Каждое высшее учебное заведение по-своему формулирует учебные задачи и изменяет обучение по мере приобретения опыта, но решить основную образовательную задачу – сформировать выпускника, соответствующего квалификационным характеристикам, готового к решению задач в профессиональной сфере, возможно только организовав обучение студентов в действии, в сотрудничестве, в социальном контексте.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Абрамова Н. А.* Русский язык в деловой документации. М., Проспект, 2019.
Абрамова Н. А. Юридическое делопроизводство: учебное пособие для бакалавров. М., Проспект, 2019.

Абрамова Н. А., Володина С. И., Никулина И. А. Риторика: учебное пособие для бакалавров. М.: Проспект, 2020.

Абрамова Н. А. Юридическая диалогика: учебное пособие. М., Норма, 2017.

Абрамова Н. А. Судебная речь: учебное пособие, М., 2009.

Далецкий Ч. Б. Риторическая культура юриста в условиях современного российского права // В книге: Современное российское право: взаимодействие науки, нормотворчества и практики. Московская юридическая неделя материалы XIII Международной научно-практической конференции (Кутафинские чтения): в 3 частях. Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА); Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова. 2018. С. 207–210.

REFERENCES

Abramova N. A. Russian in business documentation. Moscow, Prospect, 2019.

Abramova N. A. Legal office work: a textbook for bachelors.- Moscow, Prospect, 2019.

Abramova N. A., Volodina S. I., Nikulina I. A. Rhetoric: a textbook for bachelors. Moscow: Prospect, 2020.

Abramova N. A. Legal dialogics: a textbook. Moscow, Norma, 2017.

Abramova N. A. Judicial speech: textbook, Moscow, 2009.

Daletsky Ch. B. Rhetorical culture of the lawyer in the conditions of modern Russian law // In the book: Modern Russian law: interaction of science, norm-making and practice. Moscow legal week materials of the XIII International scientific and practical conference (Kutafin readings): in 3 parts. Moscow state law University named after O. E. Kutafin (MSAL), Moscow state University named after M. V. Lomonosov. 2018. Pp. 207–210.

УДК

Бережная Татьяна Михайловна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры «иностранный язык как иностранный»
института современных образовательных программ
Московского государственного лингвистического университета
tatjana339@mail.ru

АМЕРИКАНСКАЯ РИТОРИКА: ИСТОРИЯ, ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Статья посвящена истории становления и современному состоянию традиционного для США направления исследований, связанных с проблемами речевого воздействия как в массовой, так и в межличностной коммуникации. Анализируются связи современной американской риторики с такими дисциплинами, как коммуникология, социополитическое влияние, теория рекламы и т. д., а также с лингвостилистикой, теорией композиции и иными исследованиями по лингвистике текста. При этом одним из основных направлений в современной американской теории и практике риторики является традиционная теория ораторской (публичной) речи, ядром которой остаются вопросы убеждающего воздействия в процессе речевой коммуникации во всех ее видах и формах.

Ключевые слова: *американская риторика, science and arts?, речевое воздействие, убеждающее воздействие, ораторская речь, неориторика.*

Berezhnaya Tatyana Mikhailovna

PhD of philological Sciences, associate Professor,
Associate Professor of the Department “foreign language as a foreign language”
of the Institute of modern educational programs of Moscow state linguistic
University
tatjana339@mail.ru

AMERICAN RHETORIC: HISTORY, FEATURES OF MODERN THEORY AND PRACTICE

The article deals with the history and contemporary state of rhetoric which is one of the most traditional linguistic disciplines in the USA.

Keywords: *American rhetoric, science and arts, public speaking, persuasive speech, neorhetoric.*

Риторика – традиционная в США область теоретических и прикладных исследований языковой прагматики, изучающая коммуникативные возможности речи в широком спектре ее форм и разновидностей.

Интерес к американской риторике, ее истории и современному состоянию обусловлен той ролью, которую данное направление теоретических и прикладных исследований играет в различных сферах общественной и политической жизни Америки. Сегодня риторика в Соединённых Штатах – одна из ведущих теоретических и практических дисциплин в комплексе исследований, связанных с речевой коммуникацией, наряду с такими, как коммуникология, политическая коммуникация, социо-политическое влияние и др. Именно риторика, одна из традиционных дисциплин, связанных с проблемами речевого воздействия как в массовой, так и межличностной коммуникации, является основой воспитания личности как «человека говорящего», способного достичь успеха в самых различных сферах и жизненных ситуациях. Изучение риторики, знание и понимание ее законов и принципов является неотъемлемой частью искусства управления в деловой, политической и других значимых для общества и жизненного успеха индивида областях.

Именно поэтому в системе среднего и высшего образования в США риторике, как и прежде, отводится значительное место. Большинство университетов и колледжей США имеют специализированные кафедры и отделения, на которых ведутся исследования различных аспектов коммуникации и речевого воздействия. Среди исследовательских проблем, – выявление условий и факторов эффективности речевого воздействия, в частности изучение различных типов аудитории, определение типов сообщений, наиболее эффективных для конкретных условий и типов аудитории, изучение воздействия различных форм речи в определенных условиях на определённые типы аудитории, выявление роли и параметров личностного влияния источника сообщения (коммуникатора) в убеждающем воздействии речи и т. д. Характерной чертой современной американской риторики является широкий междисциплинарный подход к изучению явлений, входящих в понятие «воздействующей коммуникации» с привлечением данных,

теорий и методов современной социальной психологии, антропологии, лингвистической семантики, и т. д., основанных на бихевиористском подходе к вопросам человеческого поведения. При этом одним из основных направлений в современной теории и практике риторики является традиционная теория ораторской (публичной) речи, ядром которой остаются вопросы убеждающего воздействия в процессе речевой коммуникации во всех ее видах и формах.

В течение длительного времени американская риторика развивалась под влиянием античных теорий красноречия, прежде всего, классической «Риторики» Аристотеля. Следы этого влияния прослеживаются в ней и сегодня. «То, что у нас сегодня есть, – пишет известный исследователь В. Томпсон, – это классическая риторика, элементы которой приспособлены к современным условиям, плюс дополнения, отражающие достижения современного мышления, современной психологии, социологии и теории коммуникации». [6, с.16]

Многочисленные современные информационные модели коммуникативного акта, составляющие основу теоретических трудов по риторике, представляют собой разработку и усложнение общей схемы Аристотеля, описывавшего коммуникативный процесс как систему, состоящую из трех основных элементов: *оратор – сообщение – аудитория*. Как известно, анализ каждого из этих элементов и их взаимодействие составляют классическую теорию ораторской речи. Убеждение, по Аристотелю, возникает в результате благоприятного взаимодействия характеристик говорящего (оратора), слушателей (прежде всего их эмоционального состояния), а также качеств самой речи. «Доказательство достигается с помощью нравственного характера говорящего в том случае, когда речь произносится так, что внушает доверие к человеку, ее произносящему, потому что вообще мы более и скорее верим людям хорошим... И это должно быть не следствием ранее сложившегося убеждения, что говорящий обладает известными нравственными качествами, но следствием самой речи. Доказательство находится в зависимости от самих слушателей, когда последние приходят в возбуждение под влиянием речи, потому что мы выносим решения под влиянием удовольствия и неудовольствия, любви и ненависти... Наконец, самая речь убеждает нас в том случае, когда оратор

выводит действительную или кажущуюся истину из доводов, которые оказываются в наличности для каждого данного вопроса» [1. с. 19–20]. Именно эти положения «Риторики «Аристотеля лежат в основе классической американской теории убеждения.

Помимо Аристотеля и других античных авторов на развитие американской риторики оказали значительное влияние концепции английских элоквенциалистов Хью Блэра, Дж. Кэмбэлла, Р. Уотли, по книгам которых изучалась риторика в первых американских университетах XVII–XVIII вв.

Во второй половине XIX века в США появляются многочисленные школы ораторского искусства, публикуются книги и учебники. Список работ по риторике, созданных за пятьдесят лет – с 1850 по 1900 годы включает 224 наименования, которые можно найти в издании «*A Bibliography of Rhetoric in American Colleges. 1850–1902*». Помимо работ, дублирующих в известной мере труды названных авторов, появляются и оригинальные исследования, одним из которых можно считать «Принципы аргументации» Г. Бейкера, положившее начало так называемому «логическому» направлению в американской риторике.

Наряду с этим уже к концу 19 века формируется и так называемое «психологическое направление», ориентированное на проблемы управления эмоциональным состоянием аудитории на основе учета психологических особенностей восприятия речи слушателями. Начало этому направлению положили труды Дж. Уинанса, ознаменовавшие качественно новый этап в развитии риторической теории в США.

Ориентация исключительно на проблемы ораторской речи наблюдалась в американской риторике достаточно долго. Однако в конце XIX – начале XX века риторика постепенно расширяет границы своего объекта, захватывая достаточно обширную область, связанную с проблемами качества различных видов литературного текста и превращается в нормативную филологическую дисциплину, вокруг которой строится обучение родному языку в американских школах. [2] И сегодня риторика в США – общее учение о целесообразном построении речи – включает в себя также исследования по вопросам нормативности речи – грамматике, орфоэпии, орфографии и т. д.

До настоящего времени риторика во многих школах, колледжах и университетах остается центральным предметом в обучении родному языку.

В начале XX столетия в США возникает целый ряд новых направлений в риторике, отразивших изменения в жизни общества и состоянии американской науки о языке. Разработка этих направлений связана с именами Ч. Волборта – автора риторических исследований в духе бихевиоризма; Х.Ч. Уичелнса, разрабатывавшего проблему разграничения риторики как теории убеждающего воздействия устной речи и теории литературоведческого анализа; Дж. Ричардса, изучавшего вопрос о роли языковой семантики в убеждающей коммуникации и др. Особую популярность в 30-е годы XX века приобретает направление «Общей семантики», развитие которой в рамках риторики связано с именами А. Коржибского и С. Хаякавы.

Появление многочисленных направлений и школ привело к тому, что наиболее характерной чертой современного состояния американской риторики как теоретической дисциплины, получившей название «новой риторики», или «неориторики», можно считать отсутствие единого объекта и единства в подходах специалистов к ее изучению. Об этом прежде всего свидетельствует многообразие определений риторики в современной литературе, на что указывают сами американские авторы. Так, анализируя состояние теории, Е. Корбет отмечает, что наиболее распространенными в современных источниках являются: классическое определение Дж.Кэмбэлла, характеризующее риторику как «искусство построения текста (дискурса)...»; определение ее (на основе Британской энциклопедии) как «искусства использования языковых средств для оказания нужного воздействия на слушателей»; (на основе словаря Вебстера) как «свода принципов и правил создания письменных текстов «а также целый ряд других определений, например: « наука, изучающая проблему выбора средств для построения дискурса», «искусство воздействующей прозы», а также « искусство продвигаться в обществе, способ находить себе друзей и оказывать влияние на людей» [5, с.16]

Анализируя и сопоставляя эти и другие подобные определения, можно видеть, что диапазон выбора конкретного объекта дисциплины

достаточно широк – от проблем композиции, создания различных видов письменных и устных текстов, до общих проблем убеждения, которым в большинстве определений риторики по-прежнему отводится ведущее место. Теория убеждения остается по-прежнему одним из основных направлений современной риторики.

Уже в первой половине XX века термин «риторика» в американской литературе имеет двойное значение : он употребляется одновременно для обозначения теории использования языковых средств для создания текстов различного вида и назначения, в частности убеждающего воздействия (риторика как science), и соответствующей ей практики (риторика как arts) .

В современной американской теории риторики ведущими можно считать два направления: традиционное (или «Аристотелева риторика»), связанное с проблемами убеждающей публичной (ораторской) речи, и современное (или так называемая «новейшая риторика») – пестрый список направлений исследований, отличающийся отсутствием единого объекта. Эти исследования тесно связаны, с одной стороны, с современной коммуникологией, с другой – теорией и практикой управления, теорией политической пропаганды, теорией и практикой рекламы, и др.

В связи со сказанным необходимо подчеркнуть, что сегодня американская литература по проблемам риторики чрезвычайно многообразна как по определению объекта исследований, так и по методам решения основных проблем. Среди этих направлений особого внимания заслуживают три: риторика как теория и практика речевого общения; риторика как теория и практика создания письменных литературных текстов; риторика как теория и практика убеждающей публичной речи.

Первое направление представляет собой наиболее «современный вариант» классической риторики, в котором она тесно смыкается – порой до полной идентификации – с современными теориями массовых коммуникаций, такими, как коммуникология, теория речевого общения, теория убеждения и т. д. Кроме того, данное направление связывается с формированием речевых навыков широкого круга специалистов, представляющих «деловую Америку». Как известно,

речевые навыки считаются в США одним из наиболее важных критериев оценки способности личности к управленческой и административной деятельности. В русле данного направления создаются многочисленные пособия и руководства, предназначенные для формирования навыков «эффективного общения» в таких сферах, как, например, «социальное влияние», «педагогическое общение», «общение в системе средств массовой коммуникации», «телевизионное общение», «общение в малых группах» и т. д. Соответствующие курсы преподаются в средних и высших учебных заведениях Соединенных Штатов.

Второе направление, также широко представленное учебниками и пособиями для средних и высших учебных заведений, дающих практические рекомендации по искусству письменного изложения мыслей, тесно смыкается с лингвостилистикой, теорией композиции и иными исследованиями по лингвистике текста. В центре внимания подобного рода изданий находятся проблемы создания различных видов дискурса, реализующего те или иные практические задачи. Помимо проблем создания целостных текстов, разрабатываются вопросы «теории предложения», «риторики абзаца», «риторической грамматики» и т. д.

На третьем направлении, наиболее широко представленном в монографиях, коллективных сборниках, а также ряде периодических изданий, таких, как “Quarterly Journal of Speech”, “Speech monographs” и др., в основном рассматриваются проблемы убеждающего воздействия речи, в частности ораторской речи как специфической формы воздействия на массовую аудиторию, имеющей, как подчеркивают американские авторы, ярко выраженную политическую ориентацию, поскольку ораторство «есть важнейший инструмент политики и демократии».

При всех своих различиях указанные направления объединяются единством функционального подхода к изучению вопросов использования речи в заданных прагматических целях, вследствие чего современная американская риторика предстает как комплексная многоаспектная дисциплина, связанная с разработкой проблем создания сообщений в различных видах устной и письменной коммуникации

в соответствии с замыслом коммуникатора (говорящего, пишущего) и учетом характеристик получателя (читателя, слушателя, массовой аудитории).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Античные риторика. М.: изд-во МГУ, 1978.

Дорошенко Е. В. Об американской школьной риторике начала XX века. В кн. «Некоторые филологические аспекты современной американистики». – М., 1978.

A Bibliography of Rhetoric in American Colleges. 1850–19002. – Denver, 1954.

Hedde W.G. The New American Speech. – Philadelphia, Lippincott, 1968.

Rhetoric: Theories for application. Papers Presented at the 1969. Convention of the National Council of Teachers of English.

Thompson W. Quantitative Research in Public Address and Communication. – New York, Randomhouse, 1967.

REFERENCES

Ancient rhetoric. Moscow: MSU publishing house, 1978.

Doroshenko, E. V. On American school rhetoric of the early twentieth century. In the book. “Some philological aspects of modern American studies”. – Moscow, 1978.

A bibliography of rhetoric in American colleges. 1850–19002. – Denver, 1954.

Hedde W. G. The New American Speech. – Philadelphia, Lippincott. One thousand nine hundred and sixty eight.

Rhetoric: theories for application. Reports presented at the Congress of the National Council of teachers of English in 1969 .

Thompson W. Quantitative research in the field of public address and communication. – New York, random house, 1967.

УДК 820

Бондарев Александр Петрович

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой отечественной и зарубежной литературы
Московского государственного лингвистического университета
e-mail: literatura_mglu@mail.ru

ЭТИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

Цель предлагаемой статьи состоит в описании исторической диалектики диверсификации (установления разнообразия в совокупности) этического понятия личности.

На протяжении веков, от раннего Возрождения до нашего времени, философская антропология искала смысловой центр личности, изнутри формирующий ее ценностную позицию. Этапы исторического поиска попеременно выявляли во внутреннем человеке духовного (Лютер), просвещенного (Э. Роттердамский), эмпирического (Ф. Бэкон), рационального (Р. Декарт), естественно нравственного (Д. Юм, Ж.-Ж. Руссо), героического творца истории (Т. Карлейль), взрослого ребенка (А. Шопенгауэр, Ч. Диккенс), маленького человека (А. С. Пушкин, Н. В. Гоголь), демонического (Ф. М. Достоевский), животного (Р. Л. Стивенсон, Г. Гессе), массового (Ж. Бодрийяр). Интенсивное взаимодействие дифференцированных психических функций способно активизировать творческий потенциал нашего современника, однако при условии подавления его созидательной инициативы оно чревато расщеплением его психики, подрывающим консолидирующее единство сознательного «Я».

Ключевые слова: личность; внутренний человек; маленький человек; моральный императив; естественные добродетели; демонический человек; человек массы;

Bondarev Alexander Petrovich

Doctor of Philology Science, Professor,
Head of the Department of Domestic and Foreign Literature,
Moscow state linguistic University;
e-mail: literatura_mglu@mail.ru

ETHICAL COMPONENTS OF A LANGUAGE PERSONALITY

The purpose of this article is to describe the historical dialectic of diversification (the establishment of diversity in the aggregate) of the ethical concept of personality.

Throughout the centuries, from the early Renaissance to our time, philosophical anthropology has been looking for the semantic center of the personality, from the inside forming its value position. The stages of historical search alternately revealed in the inner man spiritual (M. Luther), enlightened (E. Rotterdam), empirical (F. Bacon), rational (R. Descartes), naturally moral (D. Hume, J.-J. Rousseau), heroic creator of history (T. Carlyle), adult child (A. Schopenhauer, C. Dickens), small person (A. S. Pushkin, N. V. Gogol), demonic (F. M. Dostoevsky), animal (R. L. Stevenson, H. Hesse), mass man (J. Baudrillard).

The intense interaction of differentiated mental functions is able to activate the creative potential of our contemporary, however, if his creative initiative is suppressed, it is fraught with a split in his psyche that undermines the consolidating unity of his conscious "I".

Keywords: personality; inner man; small man; moral imperative; natural virtues; demonic person; mass man;

Постановка вопроса

Личность – базовый концепт аналитической психологии – актуализируется по мере пробуждения «самости» (Das Selbst). Согласно аналитико-психологическим работам К. Г. Юнга, такие функции как *мышление, чувство, ощущение и интуиция* упорядочиваются самостью – топографическим центром психики.

В работе «Русский язык и языковая личность» (2003) Ю. Н. Караулов сформулировал коммуникативный контент языковой личности, отметив, что порождаемые носителем языка высказывания характеризуются «определенной целевой направленностью».

Семиотический *смысл* высказывания складывается из триединства референциального, синтагматического и прагматического значений. Прагматика выступает в этой триаде как этическая категория, оценивающая референциальное содержание с помощью риторических средств выражения.

Цель предлагаемой статьи заключается в описании исторической диалектики диверсификации (установления разнообразия в совокупности) этического понятия «внутренний человек», феноменологизирующего идею человека.

Вера и свобода выбора

Предложенный Мартином Лютером термин «внутренний человек» описал содержательную реальность *духовного* человека, противостоящего внешнему человеку – «телесному и ветхому». В трактате «О свободе христианина» (1520), сопоставляя две ипостаси, – духовную и физическую – идеолог немецкой Реформации отдал приоритет *духовной*: «Человек имеет двойственную природу – сущность духовную и сущность физическую. Соответственно своей духовной сущности, на которую люди ссылаются как на душу, он называется духовным, внутренним или новым [обновленным] человеком» [Лютер 1994, с. 24]. Духовная ипостась, благодаря своей восприимчивости к «Слову Божественного Обетования и Милости», избавляет от порчи и служит залогом спасения от нравственной и телесной гибели.

Сюжет романа Гартмана фон Ауэ «Бедный Генрих» ретроспективно иллюстрирует тезисы Лютера, согласно которым христианин жив верою и любовью. Христова вера подвигла непорочную деву принести себя в жертву во имя спасения пораженного проказой рыцаря. И Бог наградил ее счастливым браком с возродившимся для новой праведной жизни Генрихом.

В «Диатрибе, или Рассуждении о свободе воли» (1524) Эразм Роттердамский вступает с Лютером в дискуссию по вопросу соотношения веры и знания. Согласно Эразму, Лютер «придает очень мало значения просвещенности и очень много духу, который иногда окропляет более невежественных людей тем, в чем отказывает мудрым». [Роттердамский 2000, с. 195].

Оставаясь в пределах аргументации Священного Писания, Эразм приводит слова Господа, обращенные к Моисею: «“Я положил перед лицом твоим путь жизни и путь смерти. Избери, что есть добро, иди за ним”». Можно ли было сказать понятнее? – с воодушевлением подхватывает Эразм. – Бог показывает, что хорошо и что плохо, показывает награду за то и за другое: смерть и жизнь. Он оставляет человеку свободу выбора. Смешно, если говорят “избери” тому, у кого нет возможности обратиться в ту или иную сторону» [Там же, с. 195].

Эмпиризм и рационализм

Для Ф. Рабле, врача по профессии и автора романизованного фольклорного эпоса «Гаргантюа и Пантагрюэль», внутренний человек – носитель инстинктивного разума, тождественного управляющему Вселенной мировому закону.

Секуляризация европейской культуры перестраивает схоластическое познание, перенаправляя его на индуктивное построение «эмпирического органа». Согласно взглядам Френсиса Бэкона, изложенным в трактате «Новый Органон» (*Novum Organum scientiarum*, 1620), гносеологическая модель сознания внутреннего человека формируется в труде систематизации данных эмпирического опыта.

Р. Декарт, основоположник рационализма Нового времени, возрождает лютеранский концепт духовного человека, но не на теологическом, а на интеллигибельном основании. Познавательное и этическое содержание внутреннего человека образует *cogito*, «мыслящую субстанцию», противостоящую телу – «протяженной субстанции». В «Размышлениях о первой философии» (1641) Декарт обосновал свой знаменитый силлогизм «*cogito – ergo sum*»: «Поскольку <...> у меня есть ясная и отчетливая идея самого себя как вещи только мыслящей и не протяженной, я убежден, что я поистине отличен от своего тела и могу существовать без него». [Декарт 1994, с. 63].

Умозаключение Декарта от мышления к бытию послужило философской базой для европейского классицизма. Пьер Корнель, создатель жанра героической трагедии XVII века, открыл во внутреннем человеке, участвующем в борьбе за создание национальной государственности, проводника нравственного долга. Моральный императив, подпитываемый эмоциональной энергией, риторически поддерживал аргументы картезианской логики в ее борьбе с центробежными силами феодального сепаратизма.

По мере укрепления абсолютизма властная агрессивность королевской власти трансформирует картезианского человека в эмотивного героя любовных трагедий Жана Расина.

Драматический переход от феодальных междоусобиц к абсолютизму, отразившийся в перипетиях трагедийных сюжетов европейского

классицизма, дифференцировал во внутреннем человеке должностующего (рационального) и вожделеющего (эмпирического). В «Трактате о человеческой природе» (1739–1740), в главе I Части III «О происхождении естественных добродетелей и пороков» Дэвид Юм утверждает, что совершение добродетельного поступка сопровождается чувством удовольствия, а порочного – неудовольствия. Так этический сенсуализм Юма приходит на помощь эмпирическому человеку, отдающему предпочтение удовольствию и уклоняющемуся от неудовольствия. Юм превращает добродетель в чувственную категорию, освобождая разум от непосильного для него выбора между долгом и страстью.

Развивая учение Юма о «естественных добродетелях», Ж.-Ж. Руссо приходит к убеждению, что внутренний человек – это нравственный от рождения ребенок. Правильное воспитание призвано поощрять в нем естественные наклонности и уберечь от разрушающего влияния искусственной цивилизации. Полемизируя с рационализмом Декарта, умозаключавшего от *мышления* к бытию, и сенсуализмом Юма, умозаключавшего от *чувства* к мышлению, Руссо постулировал *тождество* бытия и чувства: “*exister, pour nous, – c’est sentir*” – «существовать для нас значит чувствовать». Выявление во внутреннем человеке естественно доброго ребенка поощряет полемический пафос воспитательной педагогики Руссо, изложенной им в романизированном трактате «Эмиль, или О воспитании» (1762).

Возрастная педагогика Руссо подвела теоретическое основание под эстетизацию непорочного детства. Образ малыша, путто (итал. *putto* – «младенец»), спонтанно вдохновлял художников Ренессанса, барокко и рококо. В отличие от эрота (амура), путти не украшались крыльями, воплощая *земной* благодетельный дух. Мягкая женственность Керубино, пажа герцога Альмавивы из комедии Бомарше «Свадьба Фигаро», обозначила момент перехода от отрочества к юности.

Микромегас

Для Томаса Карлейля внутренний человек – это мужественный созидатель жизни. Вопрос о роли личности в истории Томас Карлейль решал в духе романтизма, противопоставлявшего гения толпе.

В трактате «Герои, почитание героев и героическое в истории» (1840) Карлейль утверждал, что всемирная история это история великих людей: «Они, эти великие люди, были вождями человечества, воспитателями, образцами и, в широком смысле, творцами всего того, что вся масса людей вообще стремилась осуществить, чего она хотела достигнуть. История этих последних составляет поистине душу всей мировой истории». [Карлейль 2008, с.7].

Несравненно более диалектического взгляда на соотношение активного (экстравертного) и пассивного (интровертного) типов деятелей мировой культуры придерживался Артур Шопенгауэр. Противопоставляя большому по социальным меркам человеку маленького, он утверждал, что если большой человек в своей преобразовательной деятельности руководствуется законом основания, важного для устройства внешнего мира, неприметное присутствие в нем безосновного «маленького человека» поучительно «своей внутренней значительностью», «глубиной прозрения в идею человечества» [Шопенгауэр 1998, с. 424].

Антигуманным амбициям волевых личностей Ч. Диккенс противопоставлял безгрешность детей и взрослых чудаков. Внутренний человек для Диккенса это ребенок, уклоняющийся от конкурентной борьбы за социальное самоутверждение. Таков, в частности, доктор Стронг, посвятивший жизнь составлению словаря греческих корней, а также бедный «приживал» Дик, трудящийся над историческим трактатом о Короле-Мученике Карле I. «Мне кажется, – растроганно фантазирует рассказчик романа «Дэвид Копперфилд», – что, если бы они могли вечно прогуливаться взад и вперед, мир стал бы лучше и что тысячи вещей, о которых так много шумят, приносят меньше пользы и миру и мне, чем прогулки Дика и доктора». По представлениям Диккенса, замечает М. Тугушева, чудачество – «качество, которым должен обладать нормальный человек». [Тугушева 1979, с. 196].

Поэтизация «святой русской литературой» (Т. Манн) маленького человека прозвучала ответом на эгоистические претензии честолюбцев, возомнивших себя хозяевами жизни. А. С. Пушкин иронично высказался в их адрес в XIV строфе второй главы «Евгения Онегина».

Все предрассудки истребя,
Мы почитаем всех нулями,
А единицами – себя.
Мы все глядим в Наполеоны;
Двуногих тварей миллионы
Для нас орудие одно;
Нам чувство дико и смешно.

Пушкин увидел в маленьком человеке жертву, искупающую жестокость как социальных, так и природных законов. Трагическим символом общечеловеческой судьбы стал станционный смотритель Самсон Вырин – овнешненный внутренний человек: «Что такое станционный смотритель? Сущий мученик четырнадцатого класса...», – сочувственно констатирует Иван Петрович Белкин. Дуня, миловидная дочь смотрителя, убежав с ротмистром Минским, принесла отца в жертву страстной потребности дать сбыться своей женской судьбе. И сознание «бедного Евгения», героя поэмы Пушкина «Медный всадник. Петербургская повесть», надломилось, не пожелав признать себя жертвой надличной силы истории, направляемой могучей геополитической волей царя реформатора.

Заданную Пушкиным типологическую парадигму маленьких людей, воплощающих идею человечности, продолжает Акакий Акакиевич Башмачкин. Как языковая личность, он вызывает к состраданию, поражающему впечатлительного юношу в самое сердце: «“Оставьте меня, зачем вы меня обижаете?” – и в этих проникающих словах звенели другие слова: “Я брат твой”».

«Вечные дети» трилогии И. А. Гончарова – Сашенька Адуев, Илюша Обломов и Борис Райский – занимающие промежуточное положение между маленькими и лишними людьми, безнадежно пытались уклониться от рокового конфликта с разрушительной историей. Их роднят размышления автора над «последними вопросами» о всемирном значении исхода конфликта между аграрным космосом России с индустриальной геополитической экспансией Запада.

Демоническая метаморфоза

В повести «Шинель» Гоголь вскрыл психологический механизм гротескной метаморфозы маленького человека в демонического. Униженный грабителями, а затем морально уничтоженный высокомерием «значительного лица», Акакий Акакиевич заболевает от ужаса, панические масштабы которого не в силах пережить его душа. Низ и верх сословного общества сплотились, чтобы смертельно оскорбить в его лице незащитного ребенка и бесправного чиновника. Карнавальная кончина Башмачкина гротескно преобразила его в демона, мстящего «значительным лицам» за земное пренебрежение. Он выступил посланцем дикой природной силы – Вяя, низкого божества праславянской мифологии, стихийного разрушителя социального миропорядка.

Продолжатель гоголевской традиции Ф. М. Достоевский вскрыл логику социально-психологических законов, преображающих доброго маленького человека в мизантропа. Герой-рассказчик «Записок из подполья» поддался роковому призыву этой завораживающей диалектики: «Да я за то, чтоб меня не беспокоили, весь свет сейчас за копейку продам. Свету ли провалиться иль мне чаю не пить? Я скажу, что свету провалиться, а чтоб мне чай всегда пить».

Реагируя на драматически обостряющуюся социальную конкуренцию, философский витализм XX века констатировал трансформацию «глупости и слепоты» воли А. Шопенгауэра в ницшеанскую «волю к власти». Внутренний человек индустриального общества пал жертвой искушений своей животной природы. Роман Р. Л. Стивенсона «Странная история доктора Джекила и мистера Хайда» (1886) описал метаморфозу окултуренного европейца в дикаря. Под гнетом законов социального дарвинизма «естественное» начало в душе доктора Джекила инкарнировалось в обезьяноподобное существо – мистера Хайда.

«Волчья» ипостась Гарри Галлера, интеллектуального героя романа Германа Гессе «Степной волк» (1927), борется за победу над «человеческой». Волк, поселившийся во внутреннем человеке Гарри и претендующий на место этического человека, опровергает теологический постулат Мартина Лютера о божественной сущности

внутреннего человека: «Дьявол – это дух, и мы его несчастные дети, – с горечью в сердце признает Гарри. – Мы выпали из природы и висим в пустоте».

ИТОГИ

Анализ дилеммы, в средоточие которой вовлекается Гарри Галлер, позволяет подвести предварительный итог диалектике этического смысла социально-психологических трансформаций внутреннего человека. Инстинкт социального самоутверждения, обусловленный инстинктом самосохранения, побуждал его соответствовать требованиям социальной адаптации.

Во внутреннем человеке Лютера обнаружился обыватель – существо, пресмыкающееся «по ту сторону добра и зла». Неспособный на пожизненное интеллектуальное и духовное напряжение, он поклонился хлебу земному, перепоручил совесть земному авторитету и пошел в услужение к современному «кесарю» – глобальному «универсальному государству». «Спокойствие и даже смерть человеку дороже свободного выбора», – пророчествовал Великий инквизитор, притчевый герой романа Достоевского «Братья Карамазовы».

В работе «В тени молчаливого большинства, или конец социального» (1982) Жан Бодрийяр констатировал осуществление инквизиторского пророчества. Уклонившись от процесса индивидуации – становления своей личности – внутренний человек выродился в человека массы: «Безразличие масс, – констатирует Бодрийяр, – относится к их сущности, это их единственная практика». [Бодрийяр 2000, с. 19].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бодрийяр Ж.* В тени молчаливого большинства, или Конец социального. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2000. – 96 с.
- Декарт Р.* Размышления о первой философии, в коих доказывается существование Бога и различие между человеческой душой и телом. Соч.: в 2 т. М.: Мысль, 1994. Т. 2. С. 63. С. 3–72.
- Лютер М.* Трактат Мартина Лютера о свободе христианина (Свобода христианина) // Избранные произведения. СПб: Андреев и согласие, 1994. С. 16–54.

-
-
- Роттердамский Эразм.* Диатриба, или Рассуждения о свободе воли // Похвала глупости: Сочинения. М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2000. С. 173. – С. 169–256.
- Тугушева М.* Чарлз Диккенс. Очерк жизни и творчества. М.: Детская литература, 1979. С. 196. – 223 с.
- Шопенгауэр А.* Мир как воля и представление. Минск: Литература, 1998. С. 49–704.

REFERENCES

- Baudrillard J.* In the shadow of the silent majority, or the End of the social. – Yekaterinburg: Ural University Press, 2000. – 96 p.
- Descartes R.* Reflections on the first philosophy, which proves the existence of God and the difference between the human soul and body. Op.: in 2 vols. М.: Thought, 1994. Vol. 2. P. 63. Pp. 3–72.
- Luther M.* Martin Luther's Treatise on the freedom of the Christian (Freedom of the Christian) // Selected works. St. Petersburg: Andreev and Concord, 1994. Pp. 16-54.
- Erasmus Of Rotterdam.* Diatribe, or Discourse on free will // The Praise of folly: Essays. Moscow: EKSMO-PRESS, 2000. Pp. 173. – Pp. 169–256.
- Tugusheva M.* Charles Dickens. Essay on life and creativity. Moscow: Children's literature, 1979. Pp. 196. – 223 p.
- Schopenhauer A.* the World as will and representation. Минск: Literatura, 1998. Pp. 49–704.

УДК: 372.881.161.1

Вершинина Галина Борисовна

доктор педагогических наук

профессор кафедры русского языка и литературы

филологического факультета Новокузнецкого института (филиал)

Кемеровского государственного университета

e-mail: timoryaz@rambler.ru

**ИСКУССТВО В РЕЧИ УЧИТЕЛЯ РУССКОЙ СЛОВЕСНОСТИ
(ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ ЖАНРОВ
В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ВУЗЕ)**

В статье характеризуется комплекс жанров речи учителя русского языка и литературы об искусстве и предлагается методика их изучения в системе вузовской подготовки к профессиональной деятельности.

Ключевые слова: жанры речи учителя об искусстве; методика изучения жанров педагогической речи об искусстве.

Vershinina Galina Borisovna

doctor of pedagogy

professor of the Department of Russian language and literature of Faculty

of Philology of Novokuznetsk Institute (branch) of Kemerovo state University

e-mail: timoryaz@rambler.ru

**ART OF TEACHER'S SPEECH OF RUSSIAN LITERATURE
(THEORY AND METHODS OF STUDYING GENRES
IN PEDAGOGICAL UNIVERSITY)**

The article describes the complex of genres of speech of the teacher of Russian language and literature about art. The article proposes a method of their study in the system of University training for professional activity.

Keywords: genres of teacher's speech about art; methods of studying genres of pedagogical speech about art.

ВВЕДЕНИЕ

Деятельность современного учителя русского языка и литературы немислима без высокого уровня коммуникативной культуры, компонентом которой является владение жанровым спектром слова об искусстве [Вершинина 2018; Вершинина 2019; Коммуникативная культура педагога 2019; Риторика 2006]. Цель статьи – обосновать

потребность в формировании готовности педагогов – филологов использовать искусствоведческие монологи в профессиональной деятельности и предложить вариант речеведческой подготовки.

Актуальность исследования

Наша научная позиция определяется следующими положениями:

1. Профессиональный стандарт педагога вменяет в его обязанности быть готовым поощрять словесное творчество учащихся, воздействовать на их морально-этические и художественно-эстетические представления¹. Это требует от учителя – филолога организации целесообразной работы не только с произведениями литературы, но и музыки, живописи, театра, кино и другими видами искусства как средствами обучения, воспитания, развития и предметами детской речи. Ключевое место в такой социономической деятельности занимает мастерски созданное и вдохновенно произнесенное учителем слово об искусстве как посредник между гениями – авторами, их художественными шедеврами и учениками.

2. Анализ научных работ Н. А. Ипполитовой, В. И. Капинос, Т. А. Ладыженской, В. Н. Мещерякова, Е. И. Никитиной, М. С. Соловейчик, Л. Е. Туминой, Л. А. Ходяковой и др. подтверждает, что педагогические монологи, диа- и полилоги, предметом речи которых является искусство, предусмотрены в методике школьного филологического образования как прием и средство обучения [см., например, Вершинина 1996; Вершинина 2016; Никитина 2000; Тумина 2006; Ходякова 2018]. Это вызвано, в первую очередь, тем, что деятельность музыканта, живописца, иллюстратора, кино- и театрального режиссера, хореографа, актера, танцовщика как современников писателей, их друзей, соавторов, «переводящих» художественный текст на язык других видов искусства, становится центральным эмоциональным уроком словесности, источником ярких детских впечатлений

¹ Профессиональный стандарт «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 18 октября 2013 г. № 544н) с изменениями и дополнениями от 5 августа 2016 г. – Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] / НПП «Гарант-Сервис».

и образных высказываний, раскрывает произведение литературы с новых сторон уже как историческое явление определенной художественной эпохи. Обучая русскому языку и формируя связную детскую речь, учитель использует фрагменты научных, публицистических, художественных текстов об искусстве, его создателях, организует наблюдение над лексико-грамматическими средствами первоисточника, его структурно-композиционной формой. В таких учебных ситуациях монолог педагога служит образцом для детской речи. Именно он может открыть для школьников тот факт, что многие мастера слова и деятели искусства, входившее в их коммуникативное окружение, пришли в художественное творчество из других профессий: писатели – врачи (Ф. Рабле, Дж. Свифт, Ф. Шиллер, В. И. Даль, А. П. Чехов, М. А. Булгаков, В. В. Вересаев, Г. И. Горин и др.), юристы (А. С. Пушкин, Ш. Перро, О. де Бальзак, П. Мериме, М. Метерлинк, Е. Шварц), журналисты (К. Чуковский), профессиональные офицеры (М. Ю. Лермонтов, Л. Н. Толстой), дипломаты (А. С. Грибоедов), инженеры (Ф. М. Достоевский), математики (Л. Кэрролл); гениальные мультипрофессионалы (Леонардо да Винчи, М. В. Ломоносов). Свое место в речи учителя могут занять сведения о творческих личностях, любящих и знающих литературу, воплотивших ее шедевры в изобразительно-выразительную систему своего искусства. Это композиторы – военные (А. А. Алябьев, Ц. А. Кюи, М. П. Мусоргский, Н. А. Римский-Корсаков, А. Н. Скрябин и др.), композиторы – химики, врачи (А. П. Бородин), художники – священники (В. М. Васнецов), юристы (И. Я. Билибин) и др. Эти гении – полноценные соавторы писателей, дающие литературным образам право на новую жизнь в другой эстетической форме. Биографические и искусствоведческие сведения о таких деятелях, воплощенные в качественную поликодовую «матрицу» жанров речи учителя, расширяют информационный и морально-этический кругозор учеников, стимулирует познавательный интерес к личности и творчеству писателя, его месту в истории лингвистики и художественной литературы.

3. Изучение научных, научно-методических источников и профессиональной коммуникации креативных учителей – филологов свидетельствует, что включение слова об искусстве в учебный процесс школы является потребностью даже в эпоху «засилия» и «всесилия»

ЕГЭ. Мы выяснили, что к началу XXI века в *систему жанров* речи об искусстве вошли разнообразные структурно-смысловые *формы повествования, описания, убеждения*, их моно-, полисемантические и стилистические гибриды: *характеристика* эпохи, творчества, внешности, речевой манеры автора; биографический юмористический или реалистический *рассказ* о случае из его жизни; *энциклопедическая справка, статья; отзывы* современников о творчестве деятеля искусства; материалы *личного архива* (дневниковые записи; фотографии, рисунки, черновики, эскизы, письма); опубликованные *мемуары* автора, его коммуникантов; элементы *родословной* (родовое древо, поколенная роспись, геральдика, семейные предания, исторические байки и анекдоты; автобиографический рассказ, подпись под фотографией, история родовой реликвии, профессии и др.); *справочно-информативные и рекламные жанры* (анонс, афиша, аннотация, предисловие, послесловие, либретто); *жанры журналистики* (хроника, информационная заметка, интервью, репортаж, обозрение; путевые заметки; путевой, портретный, проблемный очерк и др.); *жанры оценки* (критическая статья, отзыв, рецензия, похвальная речь и др.); эссе, этюд, экскурсионная речь и др. [Вершинина 2010]. Особое место в такой системе занимает *творческий портрет*, чья жанровая «матрица» имеет комплексный художественно-эстетический характер [Вершинина 2015; Вершинина 2019]. В монологе органично сочетаются *вербальный* компонент (учебно-научная речь учителя, словесная цитата) и *поликодовый* – элементы *искусства*: произведения *живописи* (в слове о живописце, иллюстраторе, писателе – художнике), *музыки* (в слове о композиторе, писателе – музыканте), *балета* (в слове о танцовщике / танцовщице, отзыве о хореографической версии художественного текста), *театра* как синкретичного вида искусства, который объединяет эмоционально-эстетические возможности драмы, живописи, музыки и пр. (в слове о драматурге, режиссере, актере, танцовщике как соавторов писателя, его единомышленников, интерпретаторов – переводчиков на «язык» других искусств). *Главное условие* использования жанра – *уместность* слова о талантливой личности в системе изучения русского языка и произведений литературы, его целесообразное и органичное вхождение в процесс освоения художественной литературы.

Вместе с тем анализ более двухсот открытых (в том числе курсных республиканских и региональных) уроков русского языка / развития речи / риторики и литературы, где педагоги использовали искусствоведческую информацию, выявил, что репертуар типичных монологов об искусстве ограничивается кратким ординарным биографическим повествованием, страдающим жанровой размытостью и нарушением категориальных признаков текста (цельности, связности, завершенности и пр.). Наиболее частотным является так называемый «рассказ о жизненно-творческом пути» писателя или художника (в связи с подготовкой к сочинению о картине). В такой «рассказ» в виде языковых и семантических «заплат» включаются элементы так называемой «чужой» (репродуктивной) речи: разрозненные факты биографии, фрагменты литературоведческих статей, отзывов и мемуаров современников, реже – материалы личного архива писателя, где он пишет о своей деятельности. Как правило, в речи учителей отсутствуют сведения о других создателях искусства, чье творчество могло стать органичным предметом речи на уроке (например, не только дар художника, но и музыкальный профессионализм М. Ю. Лермонтова – пианиста, Б. Л. Пастернака – скрипача; актерский и режиссерский талант А. А. Блока, В. В. Маяковского, А. П. Чехова; «судьбы скрещенье» А. П. Чехова, И. И. Левитана и П. И. Чайковского, М. Горького и Ф. И. Шаляпина и др.). Педагоги объясняли это дефицитом учебного времени, перегруженностью программы предмета и т. п. Однако мы считаем, что они не в полной мере осознают, что моноаспектная информации создает у школьников иллюзию, что мастер слова жил вне времени скудной жизнью отшельника, без друзей, единомышленников, врагов, завистников, в исторической и эстетической «пустоте» и его единственным занятием было писательство. Это подтверждают, например, данные анкетирования учителей и студентов – первокурсников филологического факультета¹. Основной

¹ Анкета для учителей: 1. Говорите ли Вы с учениками об искусстве и его создателях при изучении русского языка и литературы? С какой целью? В связи с чем? В каких педагогических ситуациях? 2. О каких видах искусства Вы говорите с учениками? Какие сведения используете? 3. Назовите темы, при изучении которых Вы включаете информацию о деятелях искусства. 4. Какие жанры речи Вы используете? Назовите их. 5. Какие затруднения Вы испытываете, говоря об

набор *затруднений*, названных педагогами, включает: 1) дефицит аспектных методических и искусствоведческих знаний; 2) отсутствие представлений о комплексе жанров педагогической речи об искусстве и их специфике; 3) незнание экстралингвистических, структурно-смысловых и речевых особенностей использования художественной цитаты (роль которой играет произведение искусства, входящее в монолог на правах поликодового компонента) в «иноязычной» учебно-научной среде; 4) ритмико-интонационная и лексико-грамматическая невыразительность устной речи учителя, неразвитость риторических свойств его голоса как паралингвистического канала трансляции художественно-эстетической информации. Таким образом, есть потребность в специальном вузовском изучении теоретических и методических основ создания и использования монологов о деятелях искусства на уроках словесности. Такую работу мы осуществляем в системе дисциплин, формирующих коммуникативную культуру и методическую компетенцию бакалавров – педагогов.

Аспектная характеристика системы изучения в вузе монологов учителя о деятелях искусства

Кратко охарактеризуем *универсальные особенности сведений и вузовской методики изучения* высказываний о создателях искусства и их произведениях, которые могут быть уместно, методически оправданно, органично включены в содержание уроков словесности.

«Информационное ядро» знаний и коммуникативных компетенций будущих учителей словесности составляют следующие понятия: искусство как форма художественной деятельности; виды искусства;

искусстве? Чем, на Ваш взгляд, они вызваны? 6. Проанализируйте предложенные фрагменты текстов. Какую информацию можно включить в урок русского языка и литературы? Предложите и обоснуйте вариант компоновки сведений в Вашем монологе. 6. Считаете ли Вы необходимым для учителя русского языка и литературы владеть разнообразными жанрами речи об искусстве и его авторах? Обоснуйте свое мнение. Анкета для студентов: 1. О каких видах искусства и их создателях (художниках, композиторах и др.) сообщал вам учитель при изучении творчества писателя? Назовите их. 2. О каких деятелях искусства Вы узнали на уроках? Назовите их. 3. Использовали ли учителя произведения других видов искусства при изучении художественных текстов? Назовите их. 4. Интересны ли были Вам такие сведения? Обоснуйте свой ответ.

деятель искусства (писатель, композитор, хореограф и др.) и специфика его творчества; эстетические чувства, эстетические переживания как детская реакция на восприятие произведения искусства; типология жанров монолога об искусстве, ее репродуктивно-продуктивные разновидности; рамочные и внутренние жанры; комплексный речевой жанр, его факторы; особенности характеристики личности, биографических фактов и творчества автора в речевых жанрах; критерии отбора информации о деятеле искусства для школьного урока русского языка и литературы; полиинтенциональность и поликодовый (семиотически разнородный) характер информации в слове об искусстве; художественно-эстетическая цитата в монологе о деятеле искусства, ее специфика (в зависимости от вида искусства) [Вершинина 2019]; педагогические зачин и концовка как структурно-композиционные микротемы слова об искусстве; средства текстовой когезии, опорные фразы – скрепы.

Отбор теоретических сведений определяют: тематический материал урока словесности; личность – предмет речи (писатель, живописец, художник – иллюстратор, композитор, режиссер, танцовщик и др.), специфика ее деятельности и изучаемых произведений; жанр речи учителя.

Система изучения искусствоведческих монологов учителя может включать:

1. *Констатирующий срез* (письменные ответы на вопросы анкеты и выполнение творческого задания: выявить жанровые особенности образца, оценить его информацию и предложить вариант ее использования на уроке словесности). Цель опроса – выявить опорные компетенции обучающихся для сопоставления с итоговым контрольным срезом.

2. *Вводное слово преподавателя*: об актуальности изучаемых сведений для педагогической деятельности; об уникальных дидактических и художественно-эстетических возможностях искусствоведческого монолога, о его месте в профессиональной речи учителя русского языка и литературы.

3. *Сообщающее слово преподавателя* (или *беседа*) об особенностях вида искусства, в котором творил его деятель – современник или соратник писателя.

4. *Репродуктивная или проблемная беседа* о том, какие жанры монолога об искусстве, его создателях и в какой степени известны обучающимся.

5. *Риторический анализ* – характеристика изучаемого жанра (на примере дидактических образцов).

На этом этапе формируется представление о комплексной интенции *жанра* (активизировать познавательный интерес школьников, углубить их знания об эпохе, сформировать систему культурологических знаний и др.); специфике *предмета речи* – одаренных людях, чья уникальность раскрывается через своеобразие отражения реального мира в созданных ими произведениях искусства, через взаимоотношения друг с другом и современниками, оценочные высказывания критиков. *Комплекс микротем* объединяется на основе категориальных признаков текста и жанровой формы. *Внешние «рамки» жанра* зависят от цели урока, его дидактической формы и содержания этапов работы. Роль «обрамления» могут играть моно- или поликодовые высказывания: репродуктивная / проблемная лекция, экскурсионная речь, инсценировка, предметный детектив, сценарий, жанры биографического повествования (например, элементы родословной). В систему *внутренних жанров* входят «ядерные» (характеристика исторической эпохи, художественного направления творчества; фрагменты произведений, критических статей, история знакомства персоналий и пр.); б) *факультативные* (история первой публикации, выставки, концерта, спектакля и пр.; оперное или балетное либретто в сравнении с оригиналом – первоисточником и др.). Стиливая организация монолога подчиняется интенциям урока и слова учителя

6. *Конгруэнтный анализ* ключевых фактов биографии и творчества писателя и деятеля искусства.

Так, организовав изучение образа Наташи Ростовской, учитель может сравнить ее литературный портрет (в эпизоде первого появления в романе) с ее же изображением в иллюстрациях Д. А. Шмаринова и Нади Рушевой; с образом девочки на картине И. И. Репина «Стрекоза»; с музыкальными «портретами» сверстниц в пьесах П. И. Чайковского «Резвушка» и М. П. Мусоргского «Шалунья». В этом случае в диалог включаются сведения об авторах, организуется показ

репродукции, иллюстраций, рисунков и слушание фрагментов пьес [Вершинина 1996, с.187 – 189].

7. *Актуализация сведений (слово, беседа)* об особенностях вида искусства как формы отражения мира в произведении творца. *Анализ работ деятеля искусства (их фрагмента)*, которые в слове учителя о писателе или художественном тексте выполняют функцию *поликодовой цитаты*.

Такая цитата – прямой «свидетель» мастерства автора. Она популяризирует, «украшает» речь педагога, фокусирует внимание учеников на наглядном образце творчества, создает представление о художественной манере, мировоззрении автора, его взаимоотношениях с современниками, обществом, государством [Коммуникативная культура педагога 2019, с.110 – 118]. Органично вплетаясь в «ткань» монолога, цитата становится основным ярким представителем «чужой речи» в структуре и композиции речевого жанра, делает его содержание многоплановым, эмоционально заряженным.

8. *Индивидуальное (или коллективное, в микрогруппах) освоение жанровой формы искусствоведческих монологов*, актуальных для данного этапа вузовского обучения: а) *лингвометодический анализ образцов (позитивных, негативных)*; их структурно-композиционное и языковое редактирование, восполнение информации на основе дополнительных дидактических материалов; *анализ поликодовых компонентов* (репродукций картин, фрагментов музыкальных пьес, спектаклей, кинофильмов), их *обсуждение* с точки зрения уместности использования в монологе; *конструирование* педагогического зачина и концовки, фраз – скреп для объединения микротем монолога в единый текст; *выполнение* интерактивных коммуникативных заданий [Федосеева 2009; Федосеева 2016]; *подготовка и произнесение высказывания* (с использованием видеокамеры); *коллективный риторический анализ, рецензирование* монолога, *редактирование; произнесение итогового варианта* в реальных условиях педагогической практики в школе; *риторический и методический самоанализ* результатов работы на уроке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Названные особенности жанров речи учителя об искусстве и компонентах процесса их изучения в педагогическом вузе не исчерпывают специфику такой работы. Риторические и методические «нюансы» имеют слово о режиссере и актере драматического театра, танцовщике, хореографе, коллективные портреты (поэтов, музыкантов, живописцев, входивших в творческие союзы), монологи о писателях – журналистах, художниках и музыкантах (например, о И. С. Тургеневе, Н. А. Некрасове, Н. А. Добролюбове; Б. Л. Пастернаке, ученике Р. М. Глиэра и А. Н. Скрябина, и многих других). Вместе с тем, наш опыт убеждает: включая в предметные уроки слово о гениях – творцах, педагог – словесник расширяет представление школьников о них как многогранно одаренных личностях, о мире искусства и истории человечества в целом, активно формирует детские художественно-эстетические чувства, эмоциональную чуткость, отзывчивость, дефицитные в современной коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вершинина Г. Б.* «...Вольна о музыке глаголить» (Музыка на уроках развития речи): пособие для учителя. М.: Новая школа, 1996. 192 с.
- Вершинина Г. Б.* Проблемы классификации педагогических жанров // Школа профессора Т. А. Ладыженской. Коллективная монография. Выпуск 2 / под ред. Н. А. Ипполитовой, З. И. Курцевой. – М.: Баласс, 2010. С. 45–51.
- Вершинина Г. Б.* Творческий портрет режиссёра драматического театра в профессиональной речи педагога – словесника // Научная школа проф. Т. А. Ладыженской: коллективная монография. Выпуск 3. // под ред. Н. А. Ипполитовой. М.: Экзамен, 2015. С. 82–90.
- Вершинина Г. Б.* Музыка на уроке словесности // Актуальные проблемы коммуникативного образования в XXI веке: сб. науч. ст. / под ред. Л. В. Гордеевой, Т. Ю. Зотовой, А. П. Сурковой, Т. А. Федосеевой. Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2016. С. 63–67.
- Вершинина Г. Б.* Коммуникативная культура учителя – словесника в XXI веке: лингвометодические основы формирования. // Русский язык в поликультурном мире: II Международный симпозиум / отв. ред. Е. Я. Титаренко: сб. науч. статей. В 2-х т. Том 2. Симферополь: ИТ «Ариал», 2018. С. 38–44.

- Вершинина Г. Б.* Творческий портрет деятеля искусства в речи учителя – филолога // Проблемы современного педагогического образования. Ялта, 2019. Вып. 63. Часть 3. С. 25–29.
- Коммуникативная культура педагога (в речевых тактиках и жанрах)* / под ред. Г. Б. Вершининой. Новокузнецк: Полиграфист, 2019. 163 с.
- Никитина Е. И.* Русская речь. 8 класс. М.: Дрофа, 2000. 240 с.
- Никитина Е. И.* Русская речь. 9 класс. М.: Дрофа, 2000. 272 с.
- Риторика* / под ред. Н. А. Ипполитовой. М.: Проспект, 2006. 448 с.
- Тумина Л. Е.* Сочини сказку. – М.: Дрофа, 2006. 223 с.
- Федосеева Т. А.* Задания коммуникативного характера в профессиональной подготовке будущего учителя // Педагогическое образование и наука. 2009. № 9. С. 76–79.
- Федосеева Т. А.* Задания коммуникативного характера как интерактивная форма обучения русскому языку // Проблемы современного педагогического образования. Сер.: Педагогика и психология: сб. статей. Ялта: РИО ГПА, 2016. Вып. 53. Ч. 4. С. 283–290.
- Ходякова Л. А.* Методика речевого развития творческой личности школьника в контексте культуры: теория и практика. М.: МПГУ, 2018. 188 с.

REFERENCES

- Vershinina G. B.* «...Vol'na o muzyke glagolit'» (Muzyka na urokakh razvitiya rechi): posobiye dlya uchitelya. M.: Novaya shkola, 1996. 192 s.
- Vershinina G. B.* Problemy klassifikatsii pedagogicheskikh zhanrov // Shkola professora T. A. Ladyzhenskoy. Kollektivnaya monografiya. Vypusk 2 / pod red. N. A. Ippolitovoy, Z. I. Kurtsevoy. – M.: Balass, 2010. S. 45–51.
- Vershinina G. B.* Tvorcheskiy portret rezhissora dramaticheskogo teatra v professional'noy rechi pedagoga – slovesnika // Nauchnaya shkola prof. T. A. Ladyzhenskoy: kollektivnaya monografiya. Vypusk 3. // pod red. N. A. Ippolitovoy. M.: Ekzamen, 2015. S. 82–90.
- Vershinina G. B.* Muzyka na uroke slovesnosti // Aktual'nyye problemy kommunikativnogo obrazovaniya v XXI veke: sb. nauch. st. / pod red. L. V. Gordeyevoy, T. YU. Zotovoy, A. P. Surkovoy, T. A. Fedoseyevoy. Novokuznetsk: NFI KemGU, 2016. S. 63–67.
- Vershinina G. B.* Kommunikativnaya kul'tura uchitelya – slovesnika v XXI veke: lingvometodicheskiye osnovy formirovaniya. – Russkiy yazyk v polikul'turnom mire: II Mezhdunarodnyy simpozium / otv. red. Ye. YA. Titarenko: sb. nauch. statey. V 2-kh t. Tom 2. Simferopol': IT «Arial», 2018. S. 38–44.
- Vershinina G. B.* Tvorcheskiy portret deyatelya iskusstva v rechi uchitelya – filologa // Problemy sovremennoy pedagogicheskogo obrazovaniya. Yalta, 2019. Vyp. 63. Chast' 3. S. 25–29.

- Kommunikativnaya kul'tura pedagoga (v rechevykh taktikakh i zhanrakh)* / pod red. G.B. Vershininoy. Novokuznetsk: Poligrafist, 2019. 163 s.
- Nikitina Ye. I. Russkaya rech'. 8 klass.* M.: Drofa, 2000. 240 s.
- Nikitina Ye. I. Russkaya rech'. 9 klass.* M.: Drofa, 2000. 272 s.
- Ritorika* / pod red. N. A. Ippolitovoy. M.: Prospekt, 2006. 448 s.
- Tumina L. Ye. Sochini skazku.* – M.: Drofa, 2006. 223 s.
- Fedoseyeva T. A. Zadaniya kommunikativnogo kharaktera v professional'noy podgotovke budushchego uchitelya* // *Pedagogicheskoye obrazovaniye i nauka.* 2009. № 9. S.76–79.
- Fedoseyeva T.A. Zadaniya kommunikativnogo kharaktera kak interaktivnaya forma obucheniya russkomu yazyku* // *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya.* Ser.: *Pedagogika i psikhologiya: sb. statey.* Yalta: RIO GPA, 2016. Vyp. 53. CH. 4. S. 283–290.
- Khodyakova L. A. Metodika rechevogo razvitiya tvorcheskoy lichnosti shkol'nika v kontekste kul'tury: teoriya i praktika.* M.: MPGU, 2018.

УДК

Воробьев Владимир Васильевич

доктор филологических наук, профессор
профессор кафедры мировой культуры Института гуманитарных
и прикладных наук Московского государственного лингвистического
университета

ryss_yur_rudn@mail.ru

РИТОРИЧЕСКАЯ ЛИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В АСПЕКТЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ¹

В докладе речь идет о необходимых качествах современного российского преподавателя-гуманитария – транслятора русской речевой культуры, на которого возложена особая миссия – быть полномочным представителем русской интеллигенции, русской культуры.

Ключевые слова: лингвокультурология, русская риторическая личность, педагогическое общение, межкультурная коммуникация, интеллигент, речевая культура.

Vorobiev Vladimir Vasilievich

Doctor of Philology, Professor

Professor of Department of World Culture of Institute of Humanities and Applied
Sciences of Moscow State Linguistic University

ryss_yur_rudn@mail.ru

THE ORATORICAL PERSONALITY OF CONTEMPORARY RUSSIAN TEACHER IN THE ASPECT OF LINGUOCULTUROLOGY

The report deals with the problem of the qualities which are necessary for contemporary teacher of the subjects related to humanities as a transmitter of Russian speech culture with the mission of being a plenipotentiary representative of Russian intelligentsia, Russian culture.

Keywords: linguoculturology; russian oratorical personality; pedagogical communication; intercultural communication; intellectual; speech culture.

Современный этап развития лингвогуманитарного знания характеризуется обновлением научного языка описания, усилением междисциплинарных связей, выявлением новых тенденций, в частности, при описании взаимодействия языка-культуры-личности. Также в рамках лингвокультурологической парадигмы [В. В. Воробьев 1996]

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке грантов РФФИ №18-012-00395/А 20-12-00136 А, 19-012-0430 А.

осуществляется процесс образования, поэтому целесообразно акцентировать внимание на проблемах межкультурного взаимодействия в сфере образования, что способствует изменению поведения личности, связанному с пониманием и принятием культурно-специфических форм поведения представителей разных культур.

Современный российский вуз, коим также является МГЛУ, – это поликультурное пространство, в котором происходит диалог культур представителей разных национальностей, поэтому педагоги должны владеть знаниями об особенностях современного межкультурного общения и взаимодействия людей во всех сферах жизнедеятельности, в том числе, и в образовательной сфере. Взаимодействие – ключевое слово в популярных ныне терминах и понятиях «межкультурная коммуникация», «межкультурное общение», «диалог культур», по которым, однако, не выработано еще единой точки зрения. «Быть – значит общаться диалогически» [М. М. Бахтин 1979].

Суть моего доклада состоит в следующем: если языковая личность современного педагога будет обладать межкультурной компетентностью и элитарной языковой и риторической культурой, то она сможет эффективно воздействовать и взаимодействовать с аудиторией в процессе межкультурного общения своим словом, нравом, образом, т. е. быть элитарной риторической личностью [Колесникова Л. Н. 2013]. Ее структура модели представляет собой трехчастное единство, основанное на одновременно предъявляемых современной аудиторией требованиях к соблюдению межкультурных, аксиологических и риторических норм общения, включающее следующие уровни: нравственно-этический уровень (характеризуются требуемые этические нормы, нравственные качества риторической личности); интеллектуально-речевой уровень (характеризуется требуемая риторическая культура личности, включающая риторику монолога и диалога, межкультурную и аксиологическую компетентность); образно-эстетический уровень (характеризуется требуемый эстетический образ риторической личности и должное эстетическое исполнение речи).

Сегодня все мы живем в режиме риторического мышления, потому что во главу угла поставлена важнейшая функция языка – коммуникативная. Однако в социокультурном пространстве России утерян

«риторический идеал» русского интеллигента – человека знающего, понимающего, обаятельного и говорящего культурно. От этого умения во многом зависят и личные успехи, и успехи общества в целом.

Личностно-профессиональные качества преподавателя, его аксиологическая и межкультурная компетенция, риторическая культура, его образ (облик) выстраивают стиль его речевого поведения, гармонизируют общение, снимают агрессию, повышают нравственный, интеллектуальный и эстетический уровень межкультурного общения студентов. В идеале современный преподаватель гуманитарного вуза – это элитарная языковая и риторическая личность. А современное педагогическое общение в поликультурной среде следует рассматривать как диалог культуры учащегося и культуры педагога, как межкультурное общение, для эффективности и успешности которого требуется: учитывать языковую картину мира, ценностные ориентации и специфику национального менталитета учащихся; деликатно транслировать учащимся особенности русского речевого этикета, русской речи, русской культуры; быть медиатором культур; развивать и совершенствовать межкультурную компетентность и компетенцию учащихся, их творческие речеповеденческие способности для их личностной самореализации в социуме.

Скажем утвердительно, что от правильно организованного межкультурного общения между педагогом и его учениками зависит будущее России и всего мира. Грамотное межкультурное общение между педагогом и его учениками будет способствовать не только совершенству каждой личности, но и установлению реальной дружбы, взаимопониманию и взаимодействию между народами, способными «в мире жить – с миром жить».

Сегодня российский преподаватель-гуманитарий – представитель и транслятор русской речевой культуры. На него возложена особая миссия – быть полномочным представителем русской интеллигенции, русской культуры. Важнейшей сферой профессиональной и социальной межкультурной коммуникации стало образование в целом, и педагогическое общение, в частности. Педагогическое общение – это многоплановый процесс организации, установления и развития коммуникации, взаимопонимания и взаимодействия между учащимися

и педагогами, порождаемый целями, характером и содержанием их совместной деятельности. Только в процессе педагогического общения может успешно осуществляться формирование общей и профессиональной культуры учащихся, системы жизненных целей и ценностей, нравственных норм и принципов.

Под средствами общения понимается то, каким образом человек реализует содержание общения и достигает его цели. Преподаватель использует для этого, прежде всего, разумеется, русский педагогический речевой этикет. Русский речевой этикет педагога – это установленные правила русского речевого поведения, система стереотипных, устойчивых формул общения, принятых в педагогической сфере деятельности.

Принципы современного профессионального педагогического этикета еще не вполне изучены и описаны в научной литературе, однако, исходя из научно-педагогического опыта считаем, что основными принципами современного профессионального педагогического этикета являются следующие: гуманность: вежливость, тактичность, доброжелательность, точность; целесообразность – говори и поступай, как требует ситуация; эстетический принцип – соблюдай красоту, культуру речи и речевых поступков; соблюдение национальных традиций в речевом поведении.

Педагогам, следует всегда помнить, что его аудитория – это, образно говоря, «общество в миниатюре», и, следовательно, так, как учащиеся привыкнут общаться на занятиях, так же будут общаться и в дальнейшей жизни. Все зависит от умений педагога организовать культурный диалог, т. е. взаимодействие с учениками. Педагог и его речь, как правило, являются образцом для подражания. Характер аудитории связан с тем, что речь педагога направлена на коллективные действия и потому ее главная задача – достичь совместного действия через культуру общения, используя, прежде всего, русский речевой этикет.

Современный риторический идеал российского преподавателя вуза рассматривается, прежде всего, с позиций слушателя, глазами студентов. Прежде чем говорить о восприятии современными студентами образа преподавателя вуза в его речевой деятельности,

вспомним о знаменитом «Трактате» Феофана Прокоповича [Десять книг об искусстве риторики 1706–1707], который содержит фундаментальный свод риторических знаний. Рассматривая образ оратора, Ф. Прокопович формулирует главный признак совершенного оратора: «если оратор речью удерживает слушателей и не надоедает им». Это положение иллюстрируется с помощью градации: большой оратор – тот, во время речи которого сохраняется тишина, более великий – если его слушают с особым вниманием, величайший оратор – если о нём можно сказать словами Сенеки о Крассе: «*timent, nedesinat*» («боятся, как бы он не перестал говорить») [Прокопович 1982, 25].

Следовательно, определяющим критерием мастерства оратора Ф. Прокопович справедливо считает реакцию адресата речи, реакцию аудитории. Поэтому и мы решили [Воробьев В. В., Колесникова Л. Н. 2019] определить риторический идеал преподавателя, используя реакцию студентов – адресатов речи. Как именно сегодня студенты воспринимают образ современного преподавателя вуза? Интересно, что представляет для них особую ценность? В результате письменных ответов-отзывов на тему: «Идеальный преподаватель вуза глазами студентов» мы получили такие типичные ответы российских студентов: гармоничный образ, светлая аура, душа, доброта, красота, обаяние, талант, ум, интеллигентность, открытость, справедливость, совесть, забота, равнодушие, отзывчивость, чувство юмора, понимание студентов. Студенты отметили, что идеальный преподаватель должен быть «красивый, улыбочивый, обаятельный, «крутой», «кле-вый», стильно одевающийся, «современно одетый», «молодо выглядящий», «не стареющий душой», «веселый и умный», артистичный. Для студентов важно эстетическое оформление внешнего вида и душевная красота преподавателя, проявляющаяся в общении и во внешности.

Студенты высоко ценят умение преподавателей демократично общаться со студентами: «Вы общаетесь с нами на равных, как друг». «Вы можете свободно и искренне с нами говорить обо всем, что происходит в мире». «Педагог должен отвечать за свои слова, знать, о чем он говорит, должен быть настроен на партнерство, быть лояльным и проявлять снисхождение, когда это необходимо». «Важно чувство-

вать, что преподаватель искренне желает поделиться тем, что знает сам, а не просто отработать свои часы».

Итак, мы выяснили, что студентам нравятся спокойные, уравновешенные, гармоничные натуры, «видящие в студентах личность». Студенты ценят в преподавателе доброту, терпеливость, умение понять человека, помочь ему, дать мудрый совет, умение быть им другом и помощником.

Таким образом, современный преподаватель вуза, получивший лингвокультурологическое и риторическое образование, осознает ценность классического риторического идеала (гармонизация личности через речевое общение) с ценностями истины, добра, красоты, которые оформлялись в речи сложившейся системой акустических средств.

Многие отзывы были посвящены профессиональным качествам преподавателя: «Вы замечательно проводите семинары и лекции», «Ваши лекции всегда очень интересные и занимательные», «На вашем предмете я очень комфортно себя чувствую». Следовательно, современный вузовский преподаватель-профессионал воспринимается студентами как явление в аудитории. Профессиональная лекция та, после которой студенты выходят обновленными и вдохновленными.

Итак, критерии оценки речи и образа преподавателя: студентам нравится культурная речь преподавателя, четкость и доступность изложения мысли, приятный голос, который «прекрасно воздействует на сознание», богатая мимика, улыбка, добрый взгляд; гендерные качества («Вы настоящая женщина» или «Вы настоящий мужчина»); артистизм, обаяние, интеллигентность, мудрость, чувство юмора, остроумие, оптимизм и веселый, добрый нрав, умение «учить, радовать, побуждать».

Итак, проанализировав наши наблюдения и отзывы мы пришли к выводу, что риторический идеал – представление об идеальном образе современного русского (российского) преподавателя вуза в сознании студентов – это образ культурного, знающего, гармоничного, обаятельного, мудрого, интеллигентного, доброго человека, преподавателя, обладающего обширными знаниями и умениями прекрасно рассказывать, беседовать со студентами, эстетически воздействовать

на них своим словом, нравом, образом, пробуждая в них добрые чувства и мысли, побуждая их к самостоятельной работе и самосовершенствованию.

Если сравнить отзывы студентов XIX–XX веков об академическом красноречии и идеальных образах профессоров, приведенные выше, с отзывами студентов начала XXI века, то можно заметить, что, в основном, студенты оценивают речевое поведение преподавателей вуза по одним и тем же критериям, соответствующих риторическим категориям: этосу, логосу, пафосу. Однако современные студенты отмечают еще и гендерные качества преподавателей, и персональное положительное воздействие на них риторической личности преподавателя вуза, положительное влияние на развитие их риторической культуры и межкультурной компетентности, их творческих способностей, социализации и совершенствовании их личности.

Современные студенты, также, как и студенты прошлых веков, ценят в преподавателе вуза целостное единство нравственных и профессиональных качеств: любовь к аудитории и предмету речи, красоту и мелодию звучащей речи, улыбку, доброту и обаяние, ум, эрудицию, талантливость, интеллигентность, артистизм и аристократизм, умение зажечь аудиторию своим словом, нравом, образом.

Отзывы современных русских студентов отражают их русскую ментальность в представлениях о русском риторическом идеале преподавателя вуза – идеале доброго, знающего и интеллигентного человека, сочетающего в себе ум и красоту, обаяние, искренность, справедливость в поисках истины и гармонии, способность к диалогичности в общении. Отзывы иностранных студентов также отражают их ментальность и общечеловеческие ценности: преподаватель должен быть знающим, добрым, справедливым, ответственным, обаятельным, интеллигентным и артистичным.

Итак, образ идеального преподавателя вуза, возникающий у разных студентов, связан с их национальными и общечеловеческими представлениями об идеале преподавателя, и, естественно, является результатом их обучения в конкретном вузе, у конкретных преподавателей.

Подтвердим это интересным обобщающим фактом. Современные студенты разных вузов в интернете показали три типа современных

преподавателей: «1. «Преподаватель – крикун». По мнению многих студентов, данный тип преподавателя очень распространён в университетах. Они считают, что повторные разъяснения – это не их забота, ведь они слишком гордые, чтобы разъяснять по нескольку раз один и тот же материал. 2. «Преподаватель – пофигист» (лексика студенческая). Подобный типаж преподавателя также очень сильно распространён в университетах. Такие преподаватели любят разговаривать на парах о жизни, о политике. Такое поведение студенты называют либеральным. 3. «Преподаватель – рационалист». Как ни печально, но подобный тип (вид) преподавателя встречается весьма редко. Видимо, практически все рационалисты уже покинули высшие учебные заведения по причине отсутствия дальнейших перспектив. Однако в ВУЗах всё ещё остаётся небольшой процент подобных преподавателей – верных своей науке. Даже если вам что-то непонятно, то преподаватель данного типажа всегда рад прийти вам на помощь и разъяснить непонятный для вас момент лекции» [Интернет-сайт совет студенту. Рф].

Студенты, в целом, правы, и к их мнению надо прислушаться, ибо «устаами студентов тоже глаголет истина». Действительно, культурных, благородных и интеллигентных преподавателей, «рационалистов», по определению студентов, преподавателей, обладающих риторической и межкультурной компетентностью, пока еще не очень много, но хорошо, что они есть.

Таким образом, приходим к выводу, что современный идеальный преподаватель тот, кто обладает риторической культурой и межкультурной компетенцией, кто любит и знает тех, кому преподает, и любит и знает то, что преподает, кто умеет передать свои знания и любовь в процессе успешного академического межкультурного общения с аудиторией.

В связи с вышеизложенным понятие риторической личности мы рассматриваем как видовое понятие языковой личности и даем такое определение: Риторическая личность – это видовое понятие языковой личности. Риторическая личность – это языковая личность, риторически образованная, обладающая риторической культурой, эффективно воздействующая и взаимодействующая с аудиторией своим словом, нравом, образом.

Вследствие этого сегодня целесообразно изучать риторическую личность комплексно, целостно, а именно: этические качества личности человека говорящего, включающие его менталитет, личную, национальную и профессиональную культуру; интеллектуальные качества личности, проявляющиеся в способах риторического воздействия и взаимодействия, а также риторическую культуру общающегося, включающую в себя риторику монолога и диалога, риторическую и межкультурную компетентность; эстетические качества личности, проявляющиеся в содержании и исполнении речи, в создании образа ратора, и особенности его восприятия аудиторией. Указанные качества личности воздействуют одновременно на аудиторию, ибо нельзя отделять образ человека от содержания и исполнения его речи.

Заметим, что любая речевая и коммуникативная деятельность возможна только на основе языкового сознания, знания языка и владения языком вербального и невербального общения. Поэтому основным, базовым, универсальным, родовым понятием, характеризующим современную речевую, коммуникативную и риторическую личность, считаем понятие «языковая личность». В связи с этим мы рассматриваем классификацию языковой личности в виде многоуровневой иерархической родовидовой модели русской языковой личности, в которой понятие языковая личность является родовым, образующим свои видовые понятия речевой, коммуникативной и риторической личности. Мы полагаем, что риторическая личность – это высший уровень в иерархической родовидовой модели языковой личности.

Отметим, что вторичная языковая личность, так же как словарная языковая личность, элитарная языковая личность, этносемантическая, кооперативная и т. д. не рассматривается нами в иерархической родовидовой модели русской языковой личности, поскольку они представляют собой определенные типологии, типы, но не виды языковой личности. Понятие вид шире, чем понятие тип.

Следовательно, в настоящее время иерархическая родовидовая модель русской языковой личности, с позиции риторического знания (род, вид, разновидности), может быть представлена таким образом: родовой уровень – языковая личность, и три видовых уровня модели – виды языковой личности: а) речевая личность; в) коммуникативная

личность; с) риторическая личность – высший уровень иерархической родовидовой модели языковой личности.

Преподавателей, знающих лингвокультурологию, риторiku, обладающих риторической культурой и межкультурной компетентностью, в настоящее время еще недостаточно, однако изучение риторической личности уже сегодня будет разумно и целесообразно. Риторическая личность (как и любая языковая личность) всегда этнически, социальнo, гендерно, профессионально маркирована.

Русскую риторическую личность преподавателя рассматриваем как личность, прекрасно владеющую русским литературным языком, обладающую русским менталитетом и ментальностью, думающую и говорящую по-русски, владеющую русской риторической культурой и межкультурной компетентностью. Русский язык – часть русской культуры, которая делает общение людей осмысленным и одухотворенным. Культура всегда элитарна и аристократична, ибо предполагает обор, выбор лучшего. Речь интегрирована в культуру – личную, национальную, профессиональную и риторическую.

Риторическая культура личности современного профессионального преподавателя вуза – это нравственно-эстетическая и интеллектуальная культура его эмоционально-чувственной мыслеречевой деятельности, направленной на постижение истины и гармоничное развитие личности студента.

Риторическая культура личности преподавателя заключаются в следующем: «говорящий творит собеседника» (следовательно, преподаватель создает свою аудиторию, формирует личность студента); «в диалоге рождается истина» (поэтому преподаватель предлагает аудитории не готовые мысли, а вместе с аудиторией, включая ее в мыслительный процесс, приходит к определенным выводам); «в речи совершенствуется весь человек», как главная цель воспитания и образования. Совершенствуя свою речь, человек совершенствует себя как личность.

Образ современного преподавателя вуза складывается из всей совокупности черт внешнего облика, качеств личности, умения говорить и общаться с аудиторией. Разумеется, образ преподавателя, возникающий у студентов, является результатом их обучения в конкретном вузе и у конкретных преподавателей.

В России живет более 180 наций и национальностей. Преподаватели российских вузов – это представители разных народов, населяющих Россию, но все они, как правило, проникнуты русской культурой, говорят и общаются на русском языке, они являются носителями не только родного им языка, но русского языка и русской культуры, и, следовательно, по «духу» своему являются русскими. Имея это в виду, а также с учетом особенностей русской риторики, лингвокультурологии и межкультурной коммуникации, необходимо рассматривать роль русской риторической личности преподавателя вуза в академическом межкультурном общении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бахтин М. М.* Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – С. 237–341.
- Воробьев В. В.* Лингвокультурологическая парадигма личности. – М., 1996.
- Феофан Прокопович.* Десять книг об искусстве риторики 1706–1707.
- Воробьев В. В., Колесникова Л. Н.* Русское академическое красноречие: традиции и современность. М. РУДН. 2019.
- Колесникова Л. Н.* Лингвокультурология, Языковая личность в аспекте диалога культур. Изд. 2-е с грифом УМО. – Орел: ОГУ. – 2013. – 356 с.

REFERENCES

- Bakhtin M. M.* The problem of speech genres // Aesthetics of verbal creativity. – М., 1979. – S. 237–341.
- Vorobiev V. V.* Linguocultural paradigm of personality. – М., 1996.
- Foofan Prokopovich.* Ten books on the art of rhetoric 1706–1707.
- Vorobiev V. V., Kolesnikova L. N.* Russian academic eloquence: traditions and modernity. М. RUDN. 2019.
- Kolesnikova L. N.* Linguoculturology, Language personality in the aspect of the dialogue of cultures. Ed. 2nd with the stamp of UMO – Eagle: OSU. – 2013. – 356 p.

УДК 81-139

Горожанов Алексей Иванович

доктор филологических наук, доцент
профессор кафедры грамматики и истории немецкого языка
факультета немецкого языка, заведующий Лабораторией
фундаментальных и прикладных проблем виртуального образования
e-mail: a.gorozhanov@linguanet.ru

МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБУЧЕНИЯ УСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ОБУЧАЮЩЕЙ ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Рассматриваются две модели обучения устной коммуникации и иностранным языкам в целом в условиях виртуальной среды. Первая модель предусматривает массовость, исключая из процесса обучения прямое взаимодействие обучающегося и обучающего. Вторая модель представляет собой равносторонний треугольник, вершинами которого являются обучающий, обучающийся и обучающая система. Делается вывод о том, что вторая модель является оптимальной для достижения цели высокого качества обучения устной коммуникации.

Ключевые слова: устная коммуникация; обучающая виртуальная среда; иностранные языки; дистанционное обучение.

Gorozhanov Aleksey Ivanovich

Ph.D., Professor in the Department of German Language Grammar and History at the Faculty for German Language, Head of Laboratory for Fundamental and Applied Issues of Virtual Education
e-mail: a.gorozhanov@linguanet.ru

MODEL FOR PROVIDING QUALITY IN TEACHING ORAL COMMUNICATION IN A VIRTUAL ENVIRONMENT

Two models of teaching oral communication and foreign languages in particular in a virtual environment are considered. The first model provides for massiveness, excluding from the learning process the direct interaction between the student and the teacher. The second model is an equilateral triangle, the vertices of which are student, teacher and virtual environment. It is concluded that the second model is optimal for achieving of high quality in teaching oral communication.

Keywords: oral communication; virtual learning environment; foreign languages; E-learning.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях виртуального образования, а именно – глобального роста популярности массовых открытых онлайн-курсов (англ. MOOC, а также варианты: сMOOC, xMOOC, H-MOOC [Горожанов 2018, с. 79–80]), в качестве одного из достижений которых декларируется способность обучать одновременно тысячи и десятки тысяч человек силами нескольких преподавателей и технических специалистов, контроль за качеством обучения фактически перекладывается с преподавателя на обучающегося и на обучающую систему. Роль преподавателя сводится, по сути, к роли специалиста, который подготавливает образовательный контент для его последующей загрузки. При этом эффективность MOOC с точки зрения качества обучения была и остается невысокой [Martín-Monje 2014, с. 53]. На популярных массовых онлайн-платформах, например, на Coursera® можно найти и курсы обучения устной коммуникации, например: “Dynamic Public Speaking”, “Introduction to Public Speaking”, “Storytelling and influencing: Communicate with impact”, “Presentations: Speaking so that People Listen” и др. [Coursera 2020]. В этих курсах контроль за сформированностью коммуникативной компетенции также возложен на самих обучающихся, что заставляет сомневаться в достижении успеха обучения.

Непосредственно сам процесс обучения в виртуальной среде предусматривает наличие трех основных «компонентов»: преподавателя (обучающего), обучающей системы (узла обучающей виртуальной среды [Горожанов 2016, с. 225]) и обучающегося. Именно от применяемой модели взаимодействия этих «компонентов» зависит, на наш взгляд, качество результата.

Рассмотрим первую модель, предусматривающую массовость обучения (см. Рисунок 1):

Здесь обучающий и обучающая система связаны между собой двусторонней связью таким образом, что обучающий подготавливает контент и загружает его при помощи технического специалиста в обучающую систему, получая из последней статистические данные для того, чтобы улучшать этот контент. Обучающийся взаимодейст-

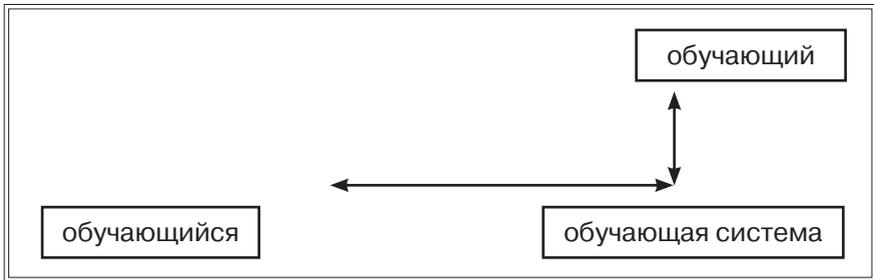


Рисунок 1. Модель количества

вует с обучающей системой, получая от нее обратную связь в виде автоматического контроля, например, проверки тестовых заданий, а также использует систему как средство организации процесса взаимной проверки (англ. peer-to-peer assesment) и площадку для общения с такими же обучающимися. Непосредственного взаимодействия между обучающимся и преподавателем не происходит. Такая модель применяется сегодня в большинстве массовых открытых онлайн-курсов. Она позволяет обучать одновременно большое количество слушателей, поскольку высокая степень автоматизации процессов исключает непосредственный контакт обучающего со студентами. Модель потенциально может существовать и оффлайн, в случае если обучающий с помощью технических специалистов разрабатывает отдельное приложение, которое далее передается обучающему в пользование (например, популярные некоторое время назад самоучители иностранного языка на компакт-дисках).

Рассмотрим далее модель, преследующую цель достижения высокого качества обучения и представляющую собой равносторонний треугольник (см. Рисунок 2, с. 108):

Все вершины треугольника одинаково важны и взаимосвязаны друг с другом. Как и в предыдущей модели, обучающий является автором контента, загружаемого в обучающую систему и получает от обучающей системы обратную связь для улучшения качества этого контента. Обучающийся также выполняет в системе определенные задания с автоматической проверкой, а также использует ее для взаимодействия с другими обучающимися. Главное отличие состоит в том,

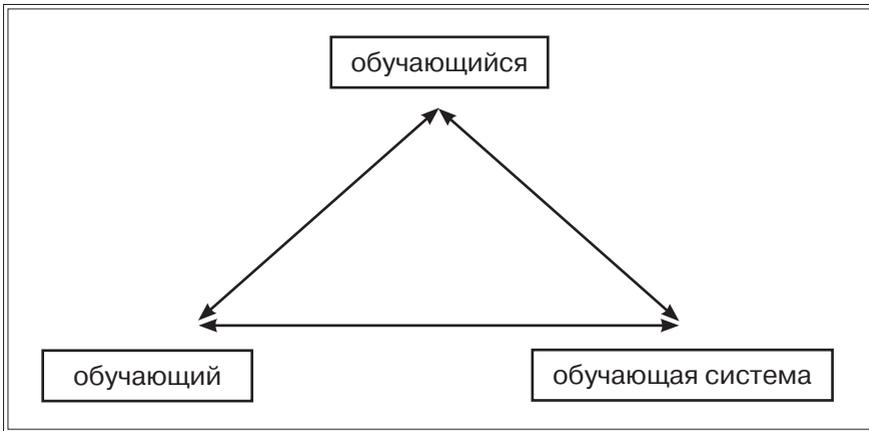


Рисунок 2. Модель качества

что в этом случае неотъемлемой частью обучения является процесс взаимодействия преподавателя со студентом, пусть даже и посредством элементов обучающей системы (синхронно или асинхронно). Именно преподаватель как эксперт определяет уровень сформированности коммуникативной компетенции у обучающегося, корректирует и индивидуализирует его образовательный маршрут. Взаимодействие обучающихся между собой служит больше цели общения и обмена мнениями, чем получения друг от друга знаний.

Модель 2 не может претендовать на массовость, поскольку требует увеличения количества преподавателей пропорционально росту количества студентов, но является, на наш взгляд, оправданной для обучения иностранным языкам, а тем более – такому виду речевой деятельности как говорение. На практике она применяется для обучения слушателей по образовательным программам дополнительного образования, реализуемым на базе Лаборатории фундаментальных и прикладных проблем виртуального образования ФГБОУ ВО МГЛУ в дистанционном формате. Особенность этих программ состоит в реализации схемы «один студент – один преподаватель». Это позволяет максимально индивидуализировать процесс обучения, приближая его к очному обучению по достигаемому уровню качества, однако при этом обучение возможно только на коммерческой основе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы кратко рассмотрели две модели организации процесса дистанционного обучения. Первая применяется в массовых открытых онлайн-курсах и не предусматривает контакта преподавателя и обучающегося, что сказывается на качестве получаемого результата. Вторая модель не является массовой, но предоставляет слушателю возможность получать консультации от преподавателя-эксперта, а не от других студентов. В случае обучения иностранным языкам, в частности устной коммуникации, успешной, по нашему мнению, может быть исключительно вторая модель, в которой в равных долях используются усердие студента, знания преподавателя и технические возможности обучающей виртуальной среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Горожанов А. И.* Формирование обучающей виртуальной среды в контексте новых информационных технологий / дисс. ... д-ра филол. наук. М.: МГЛУ, 2018. 535 с.
- Martín-Monje, E., Bárcena, E.* Language MOOCs: providing learning, transcending boundaries. De Gruyter Open: Warsaw/Berlin, 2014. 168 p.
- Coursera: Learning speaking* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org/search?query=speaking&> (дата обращения: 11.02.2020).
- Горожанов А. И.* Пример разработки узла обучающей виртуальной среды для формирования лингвистической компетенции / Вестник Моск. гос. лингв. ун-та. Вып. 5(744). М.: МГЛУ, 2016. С. 224–233. eISSN 2500-347X.

REFERENCES

- Gorozhanov A.I.* Formation of a learning virtual environment in the context of new information technologies / Diss. ... Dr. Filol. sciences. M.: MGLU, 2018. 535 s.
- Martín-Monje, E., Bárcena, E.* Language MOOCs: providing learning, transcending boundaries. De Gruyter Open: Warsaw / Berlin, 2014. 168 p.
- Coursera: Learning speaking* [Electronic resource]. URL: <https://www.coursera.org/search?query=speaking&> (accessed: 02/11/2020).
- Gorozhanov A. I.* An example of developing a node for a learning virtual environment for the formation of linguistic competence / Vestnik Mosk. state lingva un-that. Vol. 5 (744). M.: MGLU, 2016. S. 224–233. eISSN 2500-347X.

УДК 009; 130.2

Далецкий Чеслав Брониславович

доктор философских наук, профессор

Директор института гуманитарных и прикладных наук

Московского государственного лингвистического университета

chdalecki@linguanet.ru

КОММУНИКАТИВНЫЙ ДИСКУРС КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РИТОРИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ

Накопилось желание поделиться своими наблюдениями, размышлениями о современном состоянии риторики, о методике проведения занятий со студентами по риторике, о способах речевого воздействия на развитие процесса образования в эпоху цифровизации.

Ключевые слова: дискурс; коммуникативный дискурс; риторика; риторическая активность; законы риторики.

Daletsky Cheslav Bronislavovich

Doctor of Philosophical sciences, Professor

Director of the Institute of Humanities and applied Sciences,

Moscow state linguistic University

chdalecki@linguanet.ru

COMMUNICATIVE DISCOURSE AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF STUDENTS' RHETORICAL ACTIVITY

The article is devoted to the desire to share observations and reflections on the current state of rhetoric, on the method of conducting classes with students on rhetoric, on the ways of speech influence on the educational process development in the digitalization era.

Key words: discourse; communicative discourse; rhetoric; rhetorical activity; laws of rhetoric.

Прежде всего, необходимо уточнить исходные понятия, обозначенные в названии. Дискурс, как понятие, используется для обозначения всех типов текстов. С учетом особенностей риторических процессов придерживаться определения «дискурса», рассматриваемого Н. Д. Арутюновой, как «речь, погруженная в жизнь» – как речевого продукта, текста порождаемого в контактном общении и формируемого с ориентацией на конкретного получателя информации. [Арутюнова 1990, с. 136; Бахтин 1995]. Появляется возможность выделить типы дис-

курса – диалог (непосредственное контактное общение) и монолог (одностороннее речевое обращение одного человека к аудитории). Диссипация мнений свидетельствует о множественности смыслов в понимании термина и приблизительности при его использовании. Среди ученых, чьи интересы связаны с риторикой, больше всех филологов и лингвистов. Их деятельность ориентирована на производство текстов. Более пяти веков мы отождествляли себя с представителями книжной культуры. Элитарное образование было книжным, а следовательно, производство текстов постепенно переориентировалось на создание письменных текстов. Такие тексты хранились в письменной форме, а письмо было наиболее сложным видом речевой деятельности. Требования к письменным текстам предъявлялись самые высокие, с обязательными украшениями и витийством. Конструкция письменных источников привела к использованию в театре и кино суфлеров, а в телевидении бегущей строки. Это привело к психологическим затруднениям соответствовать лучшим, якобы риторическим идеалам, а на самом деле образцам художественного чтения. Главное, чтобы был результат в умении говорить прилюдно, даже с использованием готовых текстов.

Коммуникативный дискурс – в самом широком понимании рассматривается как обмен речевыми актами – репликами, мнениями, суждениями, речевыми сообщениями, монологическими текстами – и результативным пониманием. Коммуникативный дискурс воспринимается как плеоназм, но при детальном анализе словосочетания становится ясным сознательное использование, якобы плеоназма, для семантического усиления эффекта высказывания. В данном сочетании не происходит дублирования смыслов, предлагается осуществить поиск различий как терминов, так глубинного содержания. Опрос студентов и преподавателей и последующий анализ ответов и рассуждений свидетельствует о контекстном использовании обоих понятий без осмысления их содержания. Дать определение этим понятиям смогли только опытные руководители диссертационных исследований в области теории лингвистики.

Дискурс может быть и некоммуникативным – в случае, если один из общающихся не в состоянии понять другого по причине незнания

(непонимания) языка или лексики. Примером некоммуникативного дискурса может служить общение профессора и студентов с использованием недоступной для восприятия лексики, когда после первого такого занятия студенты пропускают занятия по причине непонимания содержания основных понятий, смысл которых очевиден для преподавателя, но остается за рамками языковой личности обучающегося. Некоторые педагоги, используя недоступную лексику, провоцируют некоммуникативный диалог, который порождает непосещаемость занятий. Это приводит к сетованиям профессуры по отношению к студентам, сопровождающимися неудовлетворительными оценками на экзамене только лишь за пропуски занятий. Здесь не обходится без неостепененных репетиторов, чья лексика более доступна для понимания смыслов и содержания профессорских текстов. Возвращение к коммуникативному дискурсу возможно через исполнение требований, предъявляемых к лексике: каждое вновь вводимое в активный процесс общения слово требует разъяснения с использованием образов и эмоций, описательных оборотов с известными смыслами. Коммуникативный дискурс выступает важным компонентом формирования риторических компетенций, способности прилюдного порождения и формирования устной речи. Риторическое суждение, как контактное речевое действие осуществляется в устном высказывании без использования записей или заранее подготовленных текстов.

Риторическая активность – понятие, по смыслу противоположное пассивному речевому поведению; процесс контактного общения, основанный на теории устной речи. Последовательное формирование риторических компетенций осуществляется в процессе коммуникативной практики. Примером риторической активности служит опыт публичного ответа в классе, участия в риторических конкурсах школьников, студентов, учителей и преподавателей. Последние получают возможность продемонстрировать образцы своей личной активности, организованности и готовности к коммуникативному дискурсу в новой обстановке и незнакомой аудитории.

Меняется время, изменяется язык, а соответственно и речь, прежде всего – устная речь. Изменяется традиционная система трансляции знаний в образовательном учреждении с информационными коррек-

тировками на «Современную цифровую образовательную среду», которая постепенно исключает возможность устного общения партнеров образовательного процесса с переходом на информационные образовательные платформы. Уменьшение времени контактного общения ведет к усилению модальной составляющей от преподавателя к обучающемуся, доминированию насильственного речевого воздействия и желанию немедленного риторического результата. Всякий диалог воспринимается односторонним процессом побудительной речи с использованием технологий «победы в споре», даже если и спор отсутствует. Преобладает тенденция всякий диалог воспринимать как спор или как переговоры, в ходе которых обязательно необходимо победить. Вспомним названия книг: «Как победить в споре!», «Переговоры без поражения», «Правила дискуссии и уловки спора», «Искусство словесной атаки». Отдается предпочтение таким способам воздействия на собеседника как совет, назидание, заклинание, обещание, обязательство, упрёк, намёк, укор, уговор, завет, заповедь, проповедь, благословение, завещание, клятва, проклятие. Студенты по-прежнему заинтересованы в контактном общении с педагогом, особенно в условиях дефицита внимания родителей к своим детям в семье. По опросам около (по 6 часов в день) 50 % свободного времени дети погружены в гаджеты и электронные устройства. Надо использовать стремление молодежи к гаджетам при выполнении домашних заданий и произвести процедуру замещения времени игр на поиск полезной учебной информации.

Риторика в образовательном смысле не содержит системности, нет ни научной, ни учебной специальности. В. И. Аннушкиным предложена классификация направлений исследований в области риторики, но поддержки и дальнейшего развития не получила. Инертность философского осмысления риторических проблем оправдывается низким интересом специалистов по причине отсутствия корреляции с номенклатурой специальностей научных работников. Однако, жесткая регламентация научных специальностей не способствует развитию риторики по причине отсутствия синергетических объединенных диссоветов, и даже учетных данных по статьям риторического содержания. Пора задуматься о включении в номенклатуру научных специальностей

«Риторика». Лингвистика не всегда затрагивает культурологическую сторону проблемы несмотря на очевидную лингвофилософскую связь языка и культуры. Риторическое образование отстало от запросов бизнеса. Бизнес создает корпоративные университеты (скорее это профучилища) с ориентацией на конкретные функциональные речевые действия. Выход за рамки заученных текстов – слоганов затрудняется отсутствием содержания общей риторики.

Первое Риторическое проявление в гуманитарном вузе начинается со знакомства в группе, а затем с первого высказанного суждения на семинаре, умозаключения на практическом занятии. Невысокая ответственность за качество выполняемых заданий по риторике по причине мнимой убежденности в собственной риторической компетентности. Это объясняется отсутствием навыка критически анализировать свои устные тексты и попыткой использования записей, но не прилюдно формирование высказывания. Задание записать свое выступление на видео с обязательным просмотром приводит одних студентов к многократным дублям, а других деморализует необходимость репетиций. Примером риторической активности служит опыт участия в риторических конкурсах школьников, студентов, учителей и преподавателей. Участники получают возможность продемонстрировать образцы своей личной речевой активности, организованности и готовности к коммуникативному дискурсу в новой обстановке и незнакомой аудитории.

Формированию риторической активности способствует знание и исполнение технологичных законов или требований риторики, последовательное выполнение которых обеспечивает формирование коммуникативных компетенций. Риторика как наука об устной речи использует законы, определяющие необходимую и повторяющуюся связь явлений, процессов и последовательность обучения устному речевому искусству. Особенно полезно знать и использовать эти законы студенту, публично провозглашающему свою точку зрения при изучении гуманитарного знания. Говорящему важно соответствовать ожиданиям слушающих, оправдать их доверие и доказать, что он достоин их уважения. Слово меняет отношение окружающих к говорящему. «Заговори, и я скажу кто ты» – утверждал древнегреческий философ Сократ.

Первый из законов риторики – «Не говори, пока тебя не слушают!» – это закон для говорящего. Выход в незнакомую аудиторию всегда связан с проблемой привлечения внимания. Универсальным приемом является «самопредставление», во время которого звучат «Имя», «Фамилия» и тема предстоящего общения. Опытные ораторы используют в качестве зачина стихи, содержательную цитату, цифры, информативное представление ведущим, яркий и запоминающийся имидж, рекламную презентацию. «Мы слушаем не речь, а человека, который ее говорит», – обращал внимание Аристотель на важность формирования общего представления о речи и говорящем. Ф. И. Тютчев эмоционально выражал свою обеспокоенность словами: «Как сердцу высказать себя? Другому как понять тебя? Поймет ли он, чем ты живешь?» Отсутствие активного слушания ведет к потере коммуникативного дискурса.

Устная речь разворачивается в социальном пространстве. Становление речи зависит не только от говорящего, но и от слушающего. Потеря интереса со стороны слушающего ведет к сворачиванию речи. Эмпатическая поддержка аудиторией способствует развитию монолога. Эффективность устной речи – в слушании. Смысл не в произнесенном (сказанном), а – в услышанном, понятом. Не горячись, не повышай голоса, не спорь, не доказывай, не убеждай – главное помочь услышать и понять с использованием методики активизации внимания. Важно избежать модального требования слушать. Стоит задуматься, почему тебя не слушают. Перескажи, повтори, достигай точности и краткости. Пройдет немного времени – партнер по общению поймет содержание и будет ждать новую порцию информации. Если текст не услышан, то и понят не будет – «реципиенту нужно уметь понять его как знаковую упорядоченность смыслов, соотнести текст с реальностью, со своими знаниями и представлениями о реальности». [Валгина 2003] Смысл не в произнесенном (сказанном), а – в услышанном, понятом. Не теряют актуальности слова Булата Окуджавы «Давайте делать паузы в словах».

Второй закон риторики распространяется на слушающего – «Слушай, когда тебе говорят», иначе можно пропустить самое важное, а возможность переспросить возникает не всегда. Усилим воли

сосредоточить направленность сознания, мышления на содержание высказывания партнера по общению. В отличие от письменного текста устная речь не дает возможности перевернуть страницу назад и вернуться в начало прозвучавшего фрагмента. Многим слушателям присуща ошибка обдумывания ответной реплики во время говорения собеседника, а в споре допускают перебивы, якобы отстаивая свою правоту, не слыша говорящего, даже если он говорит примерно о том же самом, но несколькими другими словами. Успех речевой коммуникации во многом зависит от умения слушать собеседника и слышать партнера по общению. Результаты исследований свидетельствуют о потере информации в процессе общения до 90 %, если отсутствуют условия говорения и слушания. В условиях дефицита времени и высокой динамики жизни возникают трудности для слушания, связанные: с многословием говорящего, что приводит к отвлечению от предмета разговора; с несоответствием скорости говорения (80–120 слов в минуту) и способности восприятия устной речи (до 400 слов), что ведет к рассеиванию внимания и обдумыванию других тем. Формированию слушательского навыка способствуют приемы и техники: поддакивание, отзеркаливание и продолжение слов и фраз, уточняющие вопросы, эмоциональное восприятие, резюмирование и расспрашивание. Народная поговорка свидетельствует о том, что «Человеку даны два уха, чтоб слушать, и один язык, чтоб говорить», но главное – понимать услышанное [Михельсон 1912].

Третий закон можно сформулировать следующим образом: «Прочитал – перескажи, услышал – перескажи, увидел – расскажи!» Это простая методика совершенствования риторических компетенций. Огромный объем информации и современный ритм жизни мешает возможности пересказать событие. На место еще не до конца осмысленного и лексически неоформленного события, приходит свежая новость и напластовывается без закрепления в лексиконе. Информированность как благо вредит развитию наших речевых способностей. Вчерашняя новость о мощном землетрясении сменяется утренними жертвами от цунами, а вечером наши сердца сотрясены страданиями пассажиров рухнувшего авиалайнера. Наши эмоции и чувства не находят словесного выражения и не оседают в лексиконе через много-

кратное повторение. Завтрашние события могут переключить наше внимание на решение других проблем. Динамика жизни меняет наш эмоционально – чувственный и нравственный менталитет.

Ларри Кинг – вспоминал о своих речевых тренировках, когда его пересказ увиденного футбольного матча длился ровно девяносто минут. «Я сидел на дешевых местах в сторонке от всех, брал программку и начинал «комментировать» игру. Потом я приходил домой и рассказывал друзьям о прошедшем матче во всех подробностях – я не шучу: именно так, во всех подробностях. Герб и сейчас любит вспоминать: «Если матч на Эббетс Филд, который видел Ларри, продолжался два часа десять минут, столько же длился и рассказ Ларри об этом матче» [Кинг 2006].

Современные средства аудио – и видеозаписи дают возможность фиксации и редактирования своих устных текстов. Прижился опыт выполнения домашних заданий на тему «Самопрезентация», «Поздравительная речь», а затем и зачетное выступление с записью на видео с последующей отправкой преподавателю по почте или через соцсети. Для закрепления используемой лексики и социальной ориентации на собеседника способствует прием запоминания и пересказа притчи – «Дома, на учебе, на работе, на отдыхе», с изменением обстановки и состава слушателей.

Многократный пересказ событий формирует привычку говорить кратко, что требует выполнения закономерности, выявленной ученым – психологом Джорджем Миллером, и закрепляется **в четвертом законе риторики: «Семь плюс (минус) два» – количество слов в предложении устной речи**». Кратковременная человеческая память, как правило, может запомнить и повторить не более 7 ± 2 элементов. Эта закономерность была изложена в его работе *The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on our Capacity for Processing Information* в 1956 году в журнале *Psychological Review* которая была опубликована [Психологический Обзор URL].

Автор монолога в состоянии выучить и запомнить сколь угодно длинное предложение, но у слушателей нет никаких шансов воспринять такую информацию из-за переизбытка смыслов (образов и эмоций, возникающих в ответ на услышанное). В ходе проведения

семинарских занятий по гуманитарным дисциплинам можно наблюдать случаи использования студентами, подготовленных к озвучиванию текстов из письменных источников (книг, статей, интернета) и распечатанных на трех – четырех страницах. В предложениях этих текстов используется до тридцати – пятидесяти слов. При заслушивании таких, якобы устных, сообщений интерес теряется на втором предложении. Просьба пересказать содержание даже трех прослушанных предложений не дает положительных результатов. Более того, аналогичная просьба, обращенная к читающему, не ведет к пересказу смыслов текста. Только разделение текста на смысловые блоки объемом до воспринимаемого семантического концепта дает надежду на установление коммуникативного дискурса. Эффективным оказалось упражнение «Преобразование письменных текстов в устную речь публицистического стиля» на практическом занятии по риторике по теме «Трансформация письменного текста в устное высказывание». Тексты выбираются студентами самостоятельно из научных статей соответствующих направлению и профилю подготовки с заданием выступить с целью профориентации выпускников. Выступления записываются на диктофон, анализируются студентами учебной группы и редактируются до уровня восприятия высказываний на слух с первого предъявления. Учитывается требование доступности, предъявляемое к лексике устной речи. Устная речь должна звучать проще, нежели написанная и заготовленная речь. Это требование предъявляется к каждому докладчику на зачете по риторике, который проводится в форме конференции. Риторическая конференция предполагает заслушивание докладов продолжительностью до трех минут по темам дидактических единиц общей и частных риторик без использования записей.

Формированию компетентностного навыка логически верно, аргументировано и ясно строить устную речь способствует **выполнение пятого закона риторики – «Каждый день по двадцать минут в течение трех лет говорить прилюдно»**. Важно использовать любую возможность для высказывания своей точки зрения по любой проблеме. М. В. Ломоносов в «Кратком руководстве к красноречию» писал о необходимости «о всякой данной материи красно говорить

и тем преклонять других к своему об одной мнению...» [Ломоносов 1952]. Регулярные выступления дают возможность психологического преодоления страхов и барьеров в процессе прилюдного порождения и формирования высказывания. Привычка говорить ежедневно доминирует над внутренними сомнениями в случае возникновения кажущегося ухудшения качества устной речи и формирует навык монологической речи. Введение в обиход малознакомой лексики создает опасность возникновения лексических и грамматических ошибок. Многократное повторение текстов в различных социальных ситуациях постепенно формирует готовность реактивного речевого реагирования и способствует формированию коммуникативного дискурса в форме диалога и переговоров.

Вовлечение студентов в активную речевую практику обеспечивает их устойчивую коммуникативную компетенцию, которая обеспечивает дискурсивную способность создавать публичное высказывание с опорой на требования и законы современной риторики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арутюнова Н. Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
- Бахтин М. М.* Человек в мире слова. М.: Изд-во Российского открытого университета, 1995. 140 с.
- Валгина Н. С.* Теория текста. М.: Логос, 2003. 173 с.
- Кинг Л.* Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Ларри Кинг; пер. с англ. М., 2006. 213 с.
- Ломоносов М. В.* Полное собрание сочинений. Том седьмой. Труды по филологии (1739–1758 гг.) М., Л., Издательство Академии наук СССР, 1952.
- Миллер Дж.* Магическое число семь, плюс-минус два / Психологический Обзор. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Магическое_число_семь_плюс-минус_два (дата обращения: 04.03.2020).
- Михельсон М. И.* Русская мысль и речь. Свое и чужое. Опыт русской фразеологии. Сборник образных слов и иносказаний. Т. 1–2. Ходячие и меткие слова. Сборник русских и иностранных цитат, пословиц, поговорок, пословичных выражений и отдельных слов (иносказаний). СПб., тип. Ак. наук, 1896–1912. 2208 с.

REFERENCES

- Arutyunova N. D.* Discourse // Linguistic encyclopedic dictionary. Moscow: Soviet encyclopedia, 1990. Pp. 136-137.
- Bakhtin M. M.* Man in the world of words. Moscow: Publishing house of the Russian open University, 1995. 140 PP.
- Valgina N. S.* Theory of the text. Moscow: Logos, 2003. 173 c.
- King L.* How to talk to anyone, anytime, anywhere/ Larry king; TRANS. from English. Moscow, 2006. 213 PP.
- Lomonosov M. V.* Complete works. Volume seven. Works on Philology (1739–1758) M., L., Publishing house Of the Academy of Sciences of the USSR, 1952.
- Miller J.* The magical number seven, plus or minus two, Psychological Review. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/magicnumber_family-minus_dva (accessed: 04.03.2020).
- Mikhelson M. I.* Russian thought and speech. Your own and someone else's. Experience of Russian phraseology. Collection of figurative words and parables. T. 1– 2. Walking and apt words. Collection of Russian and foreign quotations, Proverbs, sayings, proverbial expressions and individual words (parables). SPb., type. AK. Sciences, 1896–1912. 2208 PP.

УДК 81.11

Добросклонская Татьяна Георгиевна

доктор филологических наук, профессор
профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации
факультета иностранных языков и регионоведения Московского
государственного университета имени М. В. Ломоносова
tatdobro@mail.ru

КАТЕГОРИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ВЕЩАТЕЛЬНОГО СТИЛЯ В СИСТЕМЕ МЕДИАРИТОРИКИ

Рассматриваемая в статье категория информационно-вещательного стиля вводится автором для обозначения особого тона общения с аудиторией, который наиболее заметно проявляется в электронных СМИ – радио и телевидении. Информационно-вещательный стиль конституируется на основе соотношения компонентов трёх уровней – контента, вербалики и собственно медийных, определённое соотношение которых характеризует каждое конкретное СМИ как коллективного медиаритора. Особое внимание уделяется актуализации информационно-вещательных стилей в новостном дискурсе.

Ключевые слова: медиариторика; информационно-вещательный стиль, коллективный медиаритор; медиатекст; новостной дискурс; информационная модель.

Dobrosklonskaya Tatyana Georgievna

Doctor of Philology, Professor
Professor, Department of Linguistics, Translation and Intercultural
Communication, Faculty of Foreign Languages and Regional Studies,
Moscow State University named after MV Lomonosov
tatdobro@mail.ru

CATEGORY OF INFORMATION AND BROADCASTING STYLE IN THE MEDIA SYSTEM SYSTEM

The category of information and broadcasting style considered in the article is introduced by the author to indicate the special tone of communication with the audience, which is most noticeable in electronic media – radio and television. The information and broadcasting style is constituted on the basis of the ratio of the components of three levels – content, verbalics and the actual media, a certain ratio of which characterizes each particular media as a collective mediator. Particular attention is paid to updating the information and broadcast styles in the news discourse.

Keywords: media rhetoric; information and broadcasting style, collective mediator; media text; news discourse; information model.

ВВЕДЕНИЕ

Одним из главных признаков информационного общества является стремительная медиатизация всех сторон индивидуальной и общественной жизни, которая понимается как тесное переплетение всех видов человеческой деятельности со средствами массовой информации, сопровождающееся всё более активным переносом всех видов речевых практик, как устных, так и письменных, в сферу массовой коммуникации. Наблюдая процессы, происходящие в мировом медиапространстве, можно сказать, что сегодня информационное общество перешло на новый этап развития – этап всеобъемлющей всепроникающей коммуникации, когда сам факт медиаопосредованного общения, освещения в СМИ, присутствия в социальных сетях становится важнее, чем содержание распространяемых сообщений, иначе говоря, коммуникация становится важнее, чем контент.

В этих условиях особую актуальность приобретают исследования, непосредственно связанные с областью интересов медиариторики, анализ безграничной полифонии современного медиапространства во всём богатстве и разнообразии его голосов, социокультурных тональностей и политико-идеологических обертонов. Тот стиль, которым каждое средство массовой информации, будь то радиостанция, телевизионный канал, печатное издание или интернет сайт, обращается к своей аудитории, тон, которым оно «разговаривает», и составляет основу для понимания и определения категории «информационно-вещательного стиля».

Категория информационно-вещательного стиля в новостном дискурсе

Хотя понятие «информационно-вещательный стиль» применимо для всех типов медиатекстов – от информационной аналитики и новостей до публицистики и рекламы, наибольшее значение данная категория приобретает при изучении новостного дискурса электронных СМИ (радио, телевидение). Именно новости формируют информационную картину мира, структурируя сетку вещания и представляя собой своего рода становой хребет, несущую конструкцию, которая придаёт устойчивость всему массмедийному дискурсу. По мнению

швейцарского философа Алана де Ботона, те информационно-образовательные и разъяснительно-идеологические функции, которые до недавнего времени выполняла для человека и общества религия, сегодня перешли к средствам массовой информации, и поэтому «новости в какой-то мере можно считать религией нового времени». [Алан де Боттон, 2014]

Ведущая роль новостей в условиях информационного общества подтверждается также активной борьбой за информационное влияние в мировом медиа пространстве: за последнее десятилетие практически все крупные страны в противовес британскому каналу BBC World и американскому CNN запустили собственные проекты англоязычных новостей, цель которых декларируется как «освещение мировых событий с точки зрения национальных интересов того или иного государства». К наиболее значимым проектам подобного рода относятся такие, как Al Jazeera International, France 24, Deutsche Welle English, CCTV (Chinese Central Television), CGTN (Chinese Global Television Networks), российские проекты Sputnik и RT (Russia Today).

В такой ситуации научное осмысление процессов создания, распространения и восприятия новостей, всесторонне изучение всех составляющих новостного дискурса, включая разнообразие информационно-вещательных стилей, приобретает огромное значение.

Информационно-вещательный стиль: определение понятия и составляющие его компоненты

Понятие «информационно-вещательный стиль» неразрывно связано с речевой коммуникацией в масс медиа и, следовательно, может применяться в рамках всех дисциплин, изучающих тот или иной аспект современного речепользования в СМИ – медиалингвистики, медиастилистики, медиариторики, соотносясь с такими ключевыми для данных областей понятиями как медиастиль [Клушина 2014] и риторический стиль. В англоязычной традиции изучения языка СМИ к понятию информационно-вещательный стиль наиболее близок термин *broadcasting style, news style*. [Thompson 2010]

В контексте медиариторики термин «информационно-вещательный стиль» используется для обозначения того особого стиля общения

с аудиторией, который свойственен каждому конкретному средству массовой информации, преимущественно электронному – радио и телевидению, которые и осуществляют «вещание» в буквальном смысле, и образ коллективного медиаритора приобретает здесь первостепенное значение. Даже поверхностного анализа достаточно для того, чтобы понять, что каждый телевизионный и радиоканал «разговаривает» со своей аудиторией определённым тоном, используя для обращения и текстовой коммуникации устойчивые медиастилистические и риторические средства, определённое сочетание которых придаёт медиавещателю характерные черты, узнаваемый «голос».

Информационно-вещательные стили могут быть приподнято-официальными, как, например, в случае телевизионных новостей советского периода или современной Северной Кореи; откровенно агрессивными, как известный своей антироссийской риторикой американский телевизионный канал Fox News; или намеренно нейтральными, как декларирующий стремление к объективности новостной стиль вещания британской корпорации BBC. Подобно музыкальному ладу, тональность того или иного субъекта масс медиа, иначе говоря, актуализация определённого информационно-вещательного стиля может варьироваться в зависимости от целого ряда экстралингвистических факторов, относящихся к политической, исторической, культурной, идеологической и социальной сферам.

Однако категория информационно-вещательного стиля реализуется не только на уровне вербалики и контента. Двойственная природа самих медиатекстов, которые представляют собой органичное сочетание компонентов двух уровней – вербального и медийного, объединённых в том или ином устойчивом медиаформате. [Добросклонская 2000], указывает на то, что не меньшее значение в формировании информационно-вещательного стиля имеют медийные, или экстралингвистические факторы, обусловленные технологическими возможностями того или иного канала коммуникации.

Так, на главном производителе новостного контента – телевидении, к ним относятся визуальное оформление, музыкальная заставка, логотип, студийный интерьер, образы и одежда ведущих, подбор видео-

ряда, – иначе говоря, всё то, что сами телевизионщики называют ёмким англоязычным заимствованием «бродкаст – дизайн». Медийные составляющие информационно-вещательного стиля во многом определяются ориентацией новостного канала на определённую аудиторию. Например, созданный в 1980 году американским миллионером Тедом Тернером новостной канал CNN с самого начала был ориентирован на англоязычных бизнесменов, политиков и предпринимателей, путешествующих по всему миру и стремящихся везде получать новости в привычном американском стиле. Ведущие в строгих костюмах, агрессивный наступательный стиль интервью, стремительный темп репортажей с места событий.

В противовес англо-американскому информационному доминированию представители арабской элиты в 1996 году запустили медиа проект Al Jazeera, англоязычная версия которого успешно функционирует с 2004 года. В отличие от CNN канал Al Jazeera определил в качестве целевой аудитории так называемых «людей с улиц», намеренно избрав иной, более демократичный стиль новостного вещания, что нашло выражение в менее официальном облике ведущих, в способах презентации новостных заголовков (именно ведущие канала Al Jazeera первые начали сообщать о событиях в мире стоя у интерактивной карты, а не сидя за столом), а также в работе репортёров, которые старались максимально погрузиться в самую гущу событий, создавая для зрителей «эффект присутствия».

Среди медийных компонентов информационно-вещательного стиля важнейшая роль несомненно принадлежит ведущим главных новостных программ (так называемых праймтайм), имена которых известны далеко за пределами журналистского сообщества, недаром в американском английском для ведущих теленовостей есть специальный термин – anchor, якорь, или человек, который держит внимание аудитории, как, например, Кристин Аманпур на CNN, Пирс Морган на британском канале BBC или Дмитрий Киселёв на России 1.

Описание информационно-вещательного стиля как неотъемлемой части коллективного медиаритора не будет полным без анализа процесса его формирования.

Анализ формирования информационно-вещательного стиля в новостном дискурсе с помощью информационной модели

Наиболее наглядно поэтапное формирование информационно-вещательного стиля новостей можно проследить с помощью информационной модели, [Добросклонская 2000] применение которой позволяет не только раскрыть механизм превращения события, факта в новостное сообщение, но и понять особенности влияния социокультурных и политико-идеологических факторов на конструирование информационной картины мира и, соответственно, на выбор того или иного информационно-вещательного стиля.

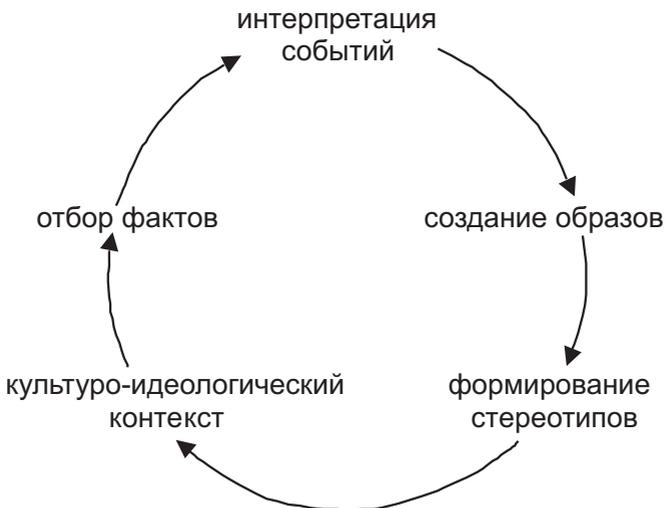


Рисунок 1. Информационная модель

Как видно на приведённом рисунке (Рисунок 1), информационная модель состоит из пяти компонентов (отбор фактов, освещение событий, создание образов, формирование стереотипов, культурно-идеологический контекст), соединённых по принципу замкнутой окружности и отражающих взаимосвязь таких базовых составляющих информационно-вещательного стиля, как вербалика (использование лингвостилистических средств) и контент.

Заметные различия в конструировании новостной картины мира наблюдаются уже на первом этапе информационной модели – отборе фактов, или формировании «повестки дня» (news agenda), что в последствии оказывает влияние на особенности информационно-вещательного стиля медиа канала. Наряду с известными в теории журналистики критериями новостной ценности (news values), к которым относятся новизна, актуальность, общественная значимость события, пространственная или психологическая близость к получателю информации, возможные последствия для массовой аудитории, наличие конфликта или негативного компонента, участие известных личностей и эмоциональный компонент (human interest), здесь действует целый ряд факторов политико-идеологического характера, что особенно ярко проявляется при сравнении того, как освещаются военные конфликты и прочие ситуации противостояния в различных СМИ международного, национального и регионального уровней. Некоторые значимые факты намеренно исключаются из новостной повестки, что обусловлено определённой степенью ангажированности большинства новостных СМИ, их зависимостью от интересов тех или иных политико-идеологических сил. Например, после массовых нападений мигрантов на женщин в новогоднюю ночь 2016 года в немецком Кёльне, которые в силу своего масштаба произвели эффект информационной бомбы, выяснилось, что подобные случаи происходили и ранее, просто из-за официальной политики толерантности, это не освещалось в прессе.

Однако наиболее значимым с точки зрения реализации категории информационно-вещательного стиля является следующий этап информационной модели – **интерпретация**, на котором отобранные для последующего освещения факты облекаются в словесно-образную ткань, прирастая оценками и коннотациями, что наиболее ярко проявляется на лексико-фразеологическом уровне, например, при выборе номинативных единиц для обозначения участников политических конфликтов. Так, британский канал BBC World, как, впрочем, и другие прозападные англоязычные СМИ, использует для описания ситуации на Донбассе лексику, отражающую негативное отношение британских властей к позиции России – Russian aggression, Russian military presence in Donbass, Moscow-backed separatists и т. п.

На следующих этапах информационной модели лингвомедийные интерпретации закрепляются в виде образов и стереотипов, которые оказывают влияние на культурно-идеологический контекст, являющейся своего рода «питательным раствором», почвой, на которой формируется тот или иной информационно-вещательный стиль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог, следует сказать, что категорию информационно-вещательного стиля можно считать одной из ключевых категорий медиариторики. Понятие «информационно-вещательный стиль» используется для обозначения того особого стиля общения с аудиторией, который свойственен каждому конкретному средству массовой информации. Особую значимость данная категория представляет при изучении новостного дискурса электронных СМИ (радио, телевидение), которые и осуществляют «вещание» в буквальном смысле, и образ коллективного медиаритора играет здесь первостепенную роль. Информационно-вещательный стиль строится на основе соотношения компонентов трёх уровней – контента, вербалики и собственно медийных, которые считаются одним из решающих факторов успеха и коммерческой привлекательности телевизионного канала. Актуализация определённого информационно-вещательного стиля может варьироваться в зависимости от целого ряда экстралингвистических факторов, относящихся к политической, исторической, культурной, идеологической и социальной сферам. Разнообразие современных информационно-вещательных стилей представляет чрезвычайно интересный материал для исследования, как в плане диахронии-синхронии, так и в плане сравнительно-сопоставительного анализа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анненкова И. В.* Медиариторика: основные направления исследований // статья в журнале «Медиаальманах» №1, 2012, М.: Факультет журналистики МГУ, С.6-13
- Анненкова И. В.* О медиариторике как частной риторике языка СМИ // Стилистика завтрашнего дня. Сборник статей к 80-летию профессора Григория Яковлевича Солганика. – М.: МедиаМир, 2012. – С. 11–18.

- Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. М.: МАКС-ПРЕСС, 2000, 286 с.
- Добросклонская Т. Г. Концепция информационно-вещательного стиля в системе медиадискурса. // Материалы международной конференции «Стилистика и теория языковой коммуникации» М.: МГЛУ, 2005
- Клушина Н. И. Медиастилистика. // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 2. С. 69–77.
- Клушина Н. И. Медиастилистика: как устроен современный медиастиль. // Русская речь. 2015. № 3. М., Наука. С. 55–60.
- Медиариторика и современная культура общения: наука, практика, обучение // Сборник статей под ред. Аннушкин В. И., Акимова Э. Н., М.: Изд-во Института русского языка имени А. С. Пушкина, 2019, 609 с.
- Солганик Г. Я. Интерпретационная стилистика // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 97–116.
- Губик С. В. Информационно-вещательный стиль журнала “The Economist” // Вестник Башкирского университета, 2010, № 3, код доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-veschatelnyy-stil-zhurnala-the-economist#ixzz3wb3l1bs1> (дата обращения 12.01.2020).
- Alain de Botton. The News: a User’s Manual. London: KDP Publishing, 2014, 287 с.
- Rick Thompson. Writing for Broadcast Journalists, London, Routledge, 2010.
- Rohail Asghar and others. US Presidential Elections 2016: A Comparative Study of Media Coverage of CNN and FOX News// Media Watch Journal, 2019, код доступа <https://mediawatchjournal.in/us-presidential-elections-2016-a-comparative-study-of-media-coverage-of-cnn-and-fox-news/> (дата обращения 12.01.2020).

REFERENCES

- Annenkova I. V. Media Rhetoric: the main directions of research // article in the journal «Media Almanac» No. 1, 2012, Moscow: Faculty of Journalism of Moscow State University, S.6-13
- Annenkova I. V. On media rhetoric as a private rhetoric of the language of the media // The stylistics of tomorrow. Collection of articles on the 80th anniversary of Professor Grigory Yakovlevich Solganik. – М.: MediaMir, 2012. . S. 11–18.
- Dobrosklonskaya T. G. Questions of studying media texts. М.: MAX-PRESS, 2000, 286 p.
- Dobrosklonskaya T. G. The concept of information and broadcasting style in the media discourse system. // Materials of the international conference “Stylistics and Theory of Language Communication”. М.: MGLU, 2005.

- Klushina N. I.* Media Stylistics. // Ecology of language and communicative practice. 2014. No 2. P. 69–77.
- Klushina N. I.* Media Stylistics: How the Modern Media Style Works. // Russian speech. 2015. No 3. S. 55–60 M., Science.
- Media Rhetoric and the Modern Culture of Communication: Science, Practice, Learning // Collection of articles, ed. Annushkin V. I., Akimova E. N., M.: Publishing House of the Pushkin Institute of the Russian Language, 2019, 609 p.
- Solganik G.Ya.* Interpretational stylistics // Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. 2015. No. 6. S. 97–116.
- Gubik S. V.* Information and broadcasting style of The Economist magazine // Bulletin of the University of Bashkir, 2010, No. 3, access code <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-veschatelnyy-stil-zhurnala-the-economist#ixzz3wb3llbs1> (date of treatment 01/12/2020)
- Alain de Botton.* The News: a User's Manual. London: KDP Publishing, 2014, 287 pp.
- Rick Thompson.* Writing for Broadcast Journalists, London, Routledge, 2010.
- Rohail Asghar* and others. US Presidential Elections 2016: A Comparative Study of Media Coverage of CNN and FOX News // Media Watch Journal, 2019, access code <https://mediawatchjournal.in/us-presidential-elections-2016-a-comparative-study-of-media-coverage-of-cnn-and-fox-news/> (accessed 12.01.2020)

УДК 373

Ерохина Елена Ленвладовна

доктор педагогических наук, доцент,

заведующий кафедрой риторики и культуры речи

Московского педагогического государственного университета

el.erokhina@mpgu.su

ВЫПУСКНОЕ СОЧИНЕНИЕ В ШКОЛЕ

КАК ИНДИКАТОР ПРОБЛЕМ РИТОРИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье на основе анализа более 5000 итоговых сочинений раскрыты проблемы риторического образования в школе. Доказано, что игнорирование риторического подхода в обучении школьников сочинению приводит к массовому порождению псевдотекстов. Представлен анализ сформированности у выпускников умения порождать замысел высказывания; аргументативных умений; умений, необходимых на этапе диспозиции; рассмотрены репрезентативные для проблемы настоящего исследования речевые ошибки. Сделан вывод о том, что новый учебный предмет «Русский родной язык», программа которого опирается на традиции школьной риторики, предоставляет учителю возможности использовать в работе по речевому развитию учащихся концептуальные основы риторики и методики ее преподавания.

Ключевые слова: риторика; школьная риторика; риторический подход; сочинение.

Erokhina Elena Lenvladovna

Doctor of Education, Associate Professor,

Head of the Department of Rhetoric and Speech Culture

Moscow Pedagogical State University

el.erokhina@mpgu.su

FINAL COMPOSITION AT SCHOOL

AS AN INDICATOR OF PROBLEMS IN RHETORIC EDUCATION

Based on an analysis of more than 900 final compositions, the article reveals the problems of rhetorical education at school. It has been proved that ignoring the rhetorical approach in teaching schoolchildren how to write compositions leads to the mass generation of pseudo-texts. The article presents the analysis of the graduates' competency to generate the concept of the statement; of argumentative skills and skills needed at the stage of disposition; speech errors representative for the problem of this study are considered. It is concluded that the new school subject

“Russian native language”, the curriculum of which is based on the traditions of school rhetoric, provides the teacher with the opportunity to use the conceptual foundations of rhetoric and methods of its teaching in the work for the development of students’ speech.

Keywords: rhetoric; school rhetoric; rhetorical approach; composition

ВВЕДЕНИЕ

Пять лет назад в школу вернулось итоговое сочинение, которое является допуском к государственной итоговой аттестации и формой индивидуальных достижений абитуриентов.

Современное сочинение, с одной стороны, воскрешает утерянную традицию написания выпускниками сочинений по литературе. Среди тем выпускных сочинений всегда были «свободные» темы. Часто они являлись цитатой или афористичным суждением на нравственно-философскую тему. Учащийся должен был выразить свое отношение к предложенному утверждению, опираясь на самостоятельно отобранные им литературные произведения. С другой стороны, нынешнее выпускное сочинение существенно отличается от традиционного: оно является не сочинением по литературе, а надпредметным литературоцентричным сочинением. Это значит, что ученик должен продемонстрировать свое понимание нравственно-философской проблемы, заявленной в теме сочинения, сформулировать свою позицию, убедить читателя в ее правомерности, используя любые необходимые аргументы, но обязательно хотя бы единожды обратиться в ходе рассуждений к литературному материалу (к художественным текстам русской или зарубежной литературы, публицистическим, эпистолярным или мемуарным текстам, произведениям фольклора). Обратим внимание, литературоцентричность сочинения – это дань российской культурной традиции: по меткому выражению Льва Анненского, мы «народ книги», а значит, нам свойственно в ходе размышлений, принятия решения, в минуту переживания обращаться к любимым литературным героям, вспоминать сюжеты произведений, мысленно советоваться с писателем.

Учащиеся имеют возможность подготовиться к сочинению, заранее осмыслив концептуальные понятия, которые предстоит раскрыть

в работе, и соотнеся их с собственным читательским и жизненным опытом. Ежегодно в сентябре Совет по вопросам проведения итогового сочинения в выпускных классах под председательством Н. Д. Солженицыной разрабатывает тематические направления, на основе которых затем создаются конкретные темы сочинений, чаще всего сформулированные в форме проблемных вопросов.

Интересно проследить динамику изменения принципа формирования тематических направлений.

В 2014/15 учебному году тематические направления были, с одной стороны, ориентированы в большей степени на сочинения по литературе, актуализировали традиционные для школьных уроков литературы проблемы («спор поколений»; «человек и природа в литературе»; военная проблематика); с другой стороны, побуждали к отвлеченным, абстрактным размышлениям на темы, которые скорее можно назвать философскими («чем люди живы»). Впоследствии при формулировке тематических направлений преобладающим стал иной подход: учащиеся побуждают в ходе предварительных размышлений отказаться от шаблонных характеристик конкретных литературных произведений. Тематические направления теперь в большей степени апеллируют к нравственному и ценностному опыту выпускника; предъявление бинарных понятий (концептов) дает возможность для их проблематизации, обсуждения, споров.

Одним словом, новый формат итогового (декабрьского) сочинения актуализирует личностный аспект в освоении школьниками не только произведений литературы, но и культуры в целом. Существующая сегодня система оценивания этого сочинения («зачет» / «незачет») позволяет участникам образовательного процесса сосредоточиться не на достижении любой ценой максимального результата, а на реализации потребности в самовыражении, осмыслении нравственно-этических проблем на основе жизненного и читательского опыта.

Однако проведенный нами анализ более 5000 декабрьских сочинений одиннадцатиклассников из разных регионов России дает основание сформулировать проблему, которую предвидела Т. А. Ладыженская: «иногда учитель... не учитывает интересов учащихся, наличия у них определенных наблюдений. Это толкает учеников на ложь

и неискренность... К сожалению, такие факты встречаются в школьной практике» [Система обучения сочинениям в V–VIII классах 1967].

Несмотря на наличие значительного корпуса методических исследований по проблемам обучения сочинению и развития письменной речи учащихся (труды Л. С. Айзермана, Т. А. Калгановой, В. И. Капинос, Н. Н. Сергеевой, М. С. Соловейчик, Н. В. Колокольцева, Т. А. Ладыженской, С. А. Леонова, В. В. Литвинова, М. Р. Львова, В. А. Никольского, М. А. Рыбниковой и других), на практике, к сожалению, наблюдается то, о чем писала Т. А. Ладыженская: «Отрицательная сторона подготовки к сочинению заключается в навязывании ученикам содержания сочинения. Особенно уродливые формы это приобретает тогда, когда учитель не учитывает все особенности предлагаемой им темы сочинения. В самом деле, разве можно коллективно разрабатывать содержание таких сочинений, где требуется высказать свое мнение, личное отношение к кому-либо или чему-либо...» [Система обучения сочинениям в V–VIII классах 1967].

Сказанное выше определило задачу нашего исследования: выявить в итоговом сочинении типичные ошибки, интерпретировать их с позиций риторики, сделать выводы о возможности использования риторического подхода при обучении сочинению в условиях современной школы.

Во всех примерах из сочинений выпускников, которые будут приведены далее, сохранены авторская орфография и пунктуация.

Анализ сформированности у обучающихся умения порождать замысел высказывания и раскрывать тему сочинения

Наше исследование показало, что более 30 % выпускников не умеют замысливать собственное текстовое произведение, раскрывать тему, давать конкретный развернутый ответ на поставленный в теме сочинения вопрос.

Можно выделить несколько разновидностей этой ошибки и дать им объяснение с позиций риторики.

Во-первых, в процессе написания текста происходит **подмена** темы, обусловленная тем, что учащиеся не владеют умениями деталь-

ного чтения, не могут осознать смысл формулировки темы, не умеют вычленять в ней ключевые слова. Приведем пример: ***Всякая ли мечта достойна человека?*** *Еще одним примером стремления к мечте может служить произведение Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание».*

Во-вторых, тема не может быть раскрыта, если учащиеся не владеют нравственно-философскими понятиями, составляющими основу рассуждения. Зачастую эти понятия рассматриваются именно при изучении риторики, ее этического аспекта: *любовь, дом, честь и бесчестие, дружба и вражда, месть и великодушие, доброта и жестокость* и др.

В-третьих, в сочинениях реализуется стратегия ухода от темы: обоснование отказа от конкретного ответа, установка на демагогические рассуждения. ***Всякая ли мечта достойна человека?*** *Ответить на поставленный вопрос достаточно сложно и точный ответ дать практически невозможно. Ведь каждому человеку свойственно мечтать, а все остальное уходит на второй план.*

Тема «Может ли старшее поколение понять младшее» показала мне очень важной и интересной. Во все времена люди размышляли над этим «вечным» вопросом. Однако, по-моему, ответ на него до сих пор так и не найден.

Всякая ли мечта достойна человека? *Этот вопрос я бы отнесла к вечным. Люди испокон веков ищут ответа на этот вопрос, но никак не могут найти. Факт остается фактом: четкого ответа на него нет и быть не может.*

Отметим, что именно при освоении риторики особое внимание уделяется изобретению содержания речи и именно содержательность постулируется как одно из главных качеств хорошей речи.

В-четвертых, в сочинениях неправомерно используется прием «атаки вопросами», который провоцирует уход от конкретного ответа в область общих размышлений по тематическому направлению. Приведем пример: ***Всякая ли мечта достойна человека?*** *Какая мечта «правильная»? А в прочем какой мечта может быть? Зависит ли мечта от сердца человека, какой характер его мечты?*

Освоивший риторiku ученик знает, что атака вопросами – это полемический прием, призванный затруднить ответ оппонента.

Затруднять с помощью этого приема собственный ответ можно или намеренно, стремясь уйти от заданной темы, или в результате отсутствия риторической компетенции.

Анализ сформированности у обучающихся аргументативных умений

По нашим наблюдениям, больше чем в 50 % сочинений отсутствует тезисно-доказательная часть, являющаяся основой рассуждения.

Как правило, композиция сочинений однообразна: заученное из словаря определение центрального слова-концепта или попытка комментария темы, два примера-иллюстрации из литературного материала, вывод, повторяющий вступление.

Тезис зачастую отсутствует вовсе или содержит в своей формулировке логические противоречия, и поэтому не может быть доказан. Пример: *По моему мнению, можно не слушать советы и опираться на жизненный опыт родителей, можно слушать советы и не смотреть на примеры из жизни отцов, но идти вопреки тому, чему учили родители, нельзя ни в коем случае.*

Рассуждая, учащиеся часто используют уловку в доказательстве: второе утверждение в действительности не является причиной первого, хотя использованы формальные вербальные признаки рассуждения – «потому что», «ведь», и др. Приведем примеры: *Может ли честь оказаться дороже жизни? Я думаю, что да. Потому что человек иногда совершает такие, я бы сказала, что недостойные поступки, о которых потом очень жалеет.*

Я согласна с утверждением философа Цицерона, что для сохранения дружбы порой приходится сносить и обиды. Ведь самый страшный враг – это друг, который льстит.

Учащиеся не различают понятия «пример» и «аргумент» и не осознают их роль в процессе доказательства. Примеры: *Приведенные мной примеры доказывают мою мысль, что каждый человек должен иметь свою мечту, но он должен соответствовать своей мечте.*

Приведенные мной примеры доказывают мою мысль, что каждый человек должен иметь свою мечту.

Анализ сформированности у обучающихся умений, необходимых на этапе диспозиции

Большинство сочинений, как показал анализ, формально имеют три композиционные части: вступление, основную часть, заключение, однако содержательные связи между ними, как правило, отсутствуют. Это свидетельствует о несформированности у школьников риторических умений на втором этапе риторического канона – диспозиции. Формальное следование требованиям композиции, не подкрепленное другими знаниями и умениями, актуальными для написания сочинения, приводит к созданию псевдотекста.

Вступление в сочинении чаще всего представляет собой объяснение ключевых понятий тематического направления, основанное на словарном определении. Объяснение понятия нередко содержит грубые логические и содержательные ошибки. Пример: *Великодушие – это качество человека, который может сострадать и принимать решения, противоречащие своим интересам.*

Мечта это действие, событие или вещь о которой мечтает любое живое существо.

Заключение во многих сочинениях противоречит теме или тезису, который обосновывается. Пример: ***Всякая ли мечта достойна человека?*** Заключение: *Только тот кто сможет добиться исполнения своих желаний или мечты может быть по-настоящему счастлив.*

Заключение: *В заключение своего сочинения, хочу пожелать всем: чтобы наши мечты и цели воплощались в реалии, ровно настолько, насколько это будет радовать нас в дальнейшем.*

Заключение: *Приведенные мной примеры доказывают мою мысль, что каждый человек должен иметь свою мечту, но он должен соответствовать своей мечте.*

Иногда в качестве заключения используется заранее подготовленный афоризм, имеющий отношение к тематическому направлению, но не связанный содержательно с конкретной темой сочинения.

Анализ речевых ошибок в сочинении

В данном разделе мы сделаем акцент не на традиционных речевых ошибках школьных сочинений (немотивированное повторение в узком контексте одного и того же слова или однокоренных слов, неточное словоупотребление – часто по причине незнания лексического значения слова, нарушение лексической сочетаемости, смешение паронимов, стилистические ошибки и др.), а на тех, которые свидетельствуют о серьезных проблемах, связанных с несформированностью у школьников текстовых умений.

Речь прежде всего будет идти об обилии в сочинениях канцелярита. Учащиеся используют «слова, устойчивые словосочетания, грамматические формы и конструкции, употребление которых в литературном языке закреплено за официально-деловым стилем» [Копнина, Протопопова 2019]. К. И. Чуковский в книге «Живой как жизнь» назвал такие слова канцеляритами: «Имя недуга – канцелярит (я даю этой болезни такое название по образцу колита, дифтерита, менингита). На борьбу с этим затяжным, изнурительным и трудноизлечимым недугом мы должны подняться сплоченными силами – мы все, кому дорого величайшее достояние русской народной культуры, наш мудрый, выразительный, гениально живописный язык» [Чуковский 2012].

Приведем примеры канцелярита в «декабрьских» сочинениях прошлого года сочинениях:

Приобретя новую шинель, Акакий Акакиевич вливается в коллектив.

Для появления данной мечты...

Делая вывод и объединяя все вышесказанное...

Из всего выше написанного следует...

В погоне за материальной ценностью...

Герой посвятил себя мечте о приобретении частной собственности.

Данный проблемный вопрос часто поднимается писателями.

Сбываться мечтам помогают человеческие факторы.

Подобная расстановка приоритетов в воспитании девушки, личный пример Фамусова оказывает решающую роль в формировании ее дурных последствий.

Особой разновидностью канцелярита в речи школьников является стилистически немотивированное употребление глагольной связки «есть»:

*Это не **есть** хорошо.*

*... но простить и забыть – это **есть** большое проявление силы воли.*

Каждой мечте человека есть место быть.

Обилие канцелярита в письменной речи выпускников, полагаем, можно объяснить совокупностью причин:

- ♦ преобладающий тип речевой культуры подростков и молодежи – литературно-разговорный (классификация О. Б. Сиротиной), для которого, как известно, характерно использование одного стиля во всех ситуациях общения, несформированность стилистического чутья. При необходимости создать «официальный» текст (каким в условиях специально организованного итогового испытания школьники воспринимают сочинение) выпускники используют лексику, которую никогда не употребляют в повседневном общении, но слышат в текстах СМИ и которая поэтому в их понимании является признаком «высокого» стиля;
- ♦ учащиеся относятся к сочинению лишь как к учебному заданию, не заинтересованы в выражении своего мнения и своих переживаний, «в основе письма как процесса не просматривается четкой смысловой задачи, осознается только прагматическая необходимость представить в срок продукт нужного объема» [Ахапкина 2013]. Поэтому канцелярит, берущий свое начало в официально-деловом стиле общения, исключаящем субъективность и самовыражение, свидетельствует об отчуждении текста сочинения от его автора.

А ведь еще М. М. Бахтин [Бахтин 1986] подчеркивал личностную значимость предмета высказывания для самого высказывающегося. М. М. Бахтин говорил и о значимости экспрессивной окрашенности высказывания: это не просто «эмоциональное выражение оценивающего отношения, говорящего к предмету своей речи» [Бахтин 1986],

но и выражение «отношение говорящего к чужим высказываниям, а не только его отношение к предмету своего высказывания» [Бахтин 1986].

Последняя мысль Бахтина соотносится с еще одной отмеченной нами ошибкой в речевом оформлении сочинений: с неумением школьников вербализовать чувства, найти точный словесный эквивалент для характеристики, состояний, переживаний (своих, других людей или литературных героев): *Родион Раскольников, огорченный классовым неравенством... .. казнь Пугачева вызывает у Петра грусть.*

Таким образом, можно утверждать, что сочинение в школе не реализует свою главную задачу, о которой говорила Т. А. Ладыженская: «В сочинениях детей отражаются особенности их ума, эмоций, характера...» [Система обучения сочинениям в V – VIII классах 1Л967].

ВЫВОДЫ

Причину рассмотренных нами ошибок мы видим в отсутствии риторического подхода при обучении школьников текстопорождению. Школьники не оценивают текст как средство общения, не умеют определять свою коммуникативную задачу в процессе его создания, не ориентируются на адресата, не выражают себя как автора текстового произведения.

Думается, эти причины можно было бы устранить, если бы в образовательных программах современных школ был учебный предмет «Риторика» (хотя бы в качестве предмета, входящего в часть учебного плана, формируемого участниками образовательных отношений). Ведь именно риторика, по словам Н. А. Ипполитовой, «обеспечивает познание не только правил создания текстов различной жанровой и стилистической принадлежности, но и тех фрагментов знания о мире, о действительности, о тех связях и отношениях фактов и явлений, которые проявляются и раскрываются в различных текстах» [Ипполитова 2014].

Специальные задачи, которые решает учебный предмет «Русский язык» не позволяют ему в полной мере включить в свое содержание теорию и практику риторики. Однако инновации последнего времени, к счастью, дают учителям такую возможность: речь идет о новом предмете «Русский родной язык», программа которого во многом

опирается на традиции школьной риторики. Реализуя эту программу, учитель может в полной мере использовать в своей работе по речевому развитию учащихся концептуальные основы риторики и опыт методики ее преподавания. Иными словами, можно надеяться, что риторика в школе обретет свою вторую жизнь.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ахапкина Я. Э.* Причины и механизмы речевых сбоев на письме (на материале учебно-научных текстов носителей русского языка) // Вопросы образования. 2013. № 3. С. 65–91.
- Бахтин М. М.* Эстетика словесного творчества. М: Искусство, 1986. 445 с.
- Копнина Г. А., Протопопова О. В.* Канцеляризмы // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2011. 696 с.
- Ипполитова Н. А.* Роль риторики в решении задач современного образования // Методика преподавания риторики: учебное пособие / под ред. докт. пед. наук, проф. Н. А. Ипполитовой. М.: Издательство «Экзамен», 2014. 336 с.
- Система обучения сочинениям в V – VIII классах / под ред. Т. А. Ладыженской: Просвещение, 1967. 312 с.
- Чуковский К. И.* Собрание сочинений: В 15 т. Т. 4: Живой как жизнь: О русском языке; О Чехове; Илья Репин. М.: Агентство ФТМ, Лтд., 2012. С. 105.

REFERENCES

- Ahapkina Ja. Je.* Prichiny i mehanizmy rechevyh sboev na pis'me (na materiale uchebno-nauchnyh tekstov nositelej russkogo jazyka) // Voprosy obrazovanija. 2013. № 3. S. 65-91.
- Bahтин M. M.* Jestetika slovesnogo tvorchestva. M: Iskusstvo, 1986. 445 s.
- Kopnina G. A., Protopopova O. V.* Kanceljarizmy // Stilisticheskij jenciklopedicheskij slovar' russkogo jazyka / pod red. M. N. Kozhinoj. M.: Flinta: Nauka, 2011. 696 s.
- Ippolitova N. A.* Rol' ritoriki v reshenii zadach sovremennogo obrazovanija // Metodika prepodavanija ritoriki: uchebnoe posobie / pod red. dokt. ped. nauk, prof. N. A. Ippolitovoj. M.: Izdatel'stvo «Jekzamen», 2014. 336 s.
- Sistema obuchenija sochinenijam v V–VIII klassah / pod red. T. A. Ladyzhenskoj.: Prosveshhenie, 1967. 312 s.
- Chukovskij K. I.* Sbranie sochinenij: V 15 t. T. 4: Zhivoj kak zhizn': O russkom jazyke; O Chehove; Il'ja Repin. M.: Agentstvo FTM, Ltd., 2012. S. 105.

УДК 376

Зверев Сергей Эдуардович

кандидат педагогических наук, доцент

доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин
Военной академии связи

e-mail: ser86979392@yandex.ru

ИСТОЧНИКИ, ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ И СОСТОЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ВОИНСКОГО ДИСКУРСА

В статье заявлена проблема взаимосвязи нормативных требований к организации воинского дискурса с качеством командирского и штабного мышления, подходами к организации служебно-боевой деятельности и боеспособностью войск. Анализируются источники воинского дискурса: тексты военных трактатов, воинских уставов, военных словарей и энциклопедий. Отмечается, что современный воинский институциональный дискурс в военных словарях и энциклопедиях *кодифицируется*, в воинских уставах *регламентируется*, а в военной риторике *реализуется*.

Ключевые слова: военные трактаты; воинские уставы; военная риторика; воинский дискурс.

Zverev Sergey Eduardovich

PhD of pedagogical Sciences, associate professor

Associate professor of the Department of Humanities and

Socio-Economic Disciplines Military Academy of Communications

e-mail: ser86979392@yandex.ru

SOURCES, STAGES OF DEVELOPMENT AND STATUS MODERN MILITARY DISCOURSE

The article deals with the problem of interrelation of normative requirements to the organization of military discourse with the quality of command and staff thinking, approaches to the organization of service and combat activity and combat capability of troops. The sources of military discourse are analyzed: texts of military treatises, military statutes, military dictionaries and encyclopedias. It is noted that modern military institutional discourse is codified in military dictionaries and encyclopedias, regulated in military statutes, and implemented in military rhetoric.

Keywords: military treatises; military statutes; military rhetoric; military discourse.

ВВЕДЕНИЕ

Исследования, посвященные изучению воинского дискурса, относительно редки. Практический интерес, на наш взгляд, здесь представляют не столько сугубо лингвистические штудии, сколько комплексное историко-риторико-психолого-педагогическое (да простится нам такое словообразовательное новшество) исследование с целью выявления взаимосвязи нормативных требований к организации воинского дискурса с качеством командирского и штабного мышления, подходами к организации служебно-боевой деятельности и в конечном счете с боеспособностью войск.

Под *воинским институциональным дискурсом* (или просто, *воинским дискурсом*) будем понимать тип коммуникативного поведения, обусловленный профессиональными и социально-культурными условиями воинской деятельности.

Особенный интерес представляет вопрос об источниках воинского дискурса: откуда военные черпали и до настоящего времени черпают образцы коммуникативного поведения, что определяет характер их речевой деятельности и регламентирует ее. Вопрос это сложный – непросто бывает отделить реальные речи исторических персонажей от их переложения по своему вкусу и в зависимости от степени осведомленности историками. Например, один из наиболее заслуживающих доверия греческих историков Фукидид честно признавался: «Речи составлены у меня так, как, по моему мнению, каждый оратор, сообразуясь всегда с обстоятельствами данного момента, скорее всего, мог говорить о настоящем положении дел, причем я держался возможно ближе общего смысла действительно сказанного» [Фукидид 1999]. Это, конечно, не значит, что военная риторика не оказывала никакого влияния на формирование воинского дискурса – риторика наука по преимуществу воспитательная; на речах, написанных тем же Фукидидом, воспитывались многие поколения будущих героев. Они же и впитывали то, что было вымышлено или переложено историками, и речи их в свою очередь служили материалом для историков грядущих поколений. Недаром Цицерон писал, что «та древняя наука (риторика. – авт.), по-видимому, была учительницей и правильных поступков и умения хорошо говорить, и учителя не были отдельными, но одни и те же лица учили и жить, и говорить» [Цицерон 1994].

Методы исследования

В работе над статьей использован метод анализа источников по проблеме исследования, дискурс-анализ, контент-анализ и др.

Материалы исследования

Риторика стоит на топе (общее место) и на примере. Откуда же было древним учителям красноречия брать и то, и другое? Помимо окружающей действительности, почерпать их можно было только из литературных произведений и эпоса, прежде всего «Илиады» Гомера. Большинству людей античности Гомер представлялся средоточием всей человеческой мудрости. Героические поэмы Гомера были школой жизни античного общества: его герои были образцом для подражания десятков поколений военных и государственных деятелей, пафос их речей пронизывает всю историю Древнего мира.

В песнях древнейшего греческого поэта Тиртея (VII в. до н. э.) мы находим многочисленные следы влияния Гомера. Происходивший из Лаконии Тиртей своей лирикой был обязан вести спартанцев к победе, создавать песни, в которых бы прославлялось бодрость, мужество и решимость идущих сражаться за отечество. В его стихотворных призывах к бойцам, идущим на смерть, можно найти множество мыслей и образов, навеянных «Илиадой». Стихотворения Тиртея пользовались в Спарте большим почетом: их исполняли во время общих обрядов, после молитвы богам, перед сражениями как пэан (боевой гимн) или эмбатерии (маршевые песни). Уже древние (Ликург, Гораций) упоминали «о том влиянии, какое Тиртей и Гомер имели на развитие храбрости у людей» [История 1946].

Тесное переплетение эпоса, литературы и истории не случайно. Эпос питает сознание народа на уровне архетипа, который впоследствии воспроизводится в литературе и исторических сочинениях. Безусловно, неверно будет искать точного отражения эпических событий в исторических произведениях. Но общее впечатление, оценку и порой неожиданные особенности восприятия народным сознанием наиболее значимых явлений исторической действительности эпос отражает. Можно утверждать, что архетипические сюжеты, персонажи и образы могут и должны проявляться в речевой деятельности вполне реальных исторических персонажей.

В военных трактатах и военной риторике часто встречается топ, который представляет собой то, что в литературоведении известно под понятием «бродячий сюжет». Например, в «Стратагемах» Полиэна в уста афинского полководца Хабрия (IV в. до н.э.) вложена речь следующего содержания: «Когда мы намереваемся вступить в бой, мы должны считать, что не с врагами, наделенными нечеловеческими свойствами, мы столкнемся, но с людьми, что имеют кровь и плоть и обладают той же самой сущностью, что и мы» [Полиэн 2002]. В сражении при Евфрате (576 г.) византийский стратиг Юстиниан в своей прекрасно разработанной речи использовал тот же образ: «Не бессмертна природа персов, счастье мидийцев не неизменно, руки варваров не без усталости, рук и ног у них не больше, чем у нас, не две души имеют они, и тела их не из адаманта. Тайне смерти подвержены также и персы» [Симокатта 1957]. «Тактика» Льва VI (IX в.) полагала, что для воодушевления воинов «особенно убедительными должны быть слова о том, что предстоит сражаться с врагами, которые тоже состоят из плоти и крови и которые способны страдать точно так же, как и остальные люди» [Тактика 2012]. Подобными словами рекомендовал «воспламенять» души воинов к битве автор анонимного трактата «О боевом сопровождении» (X в.): «...для возбуждения в воинах мужества, отважности и неустрашимости скажи пред ними лестную для них речь следующего содержания: «Римляне! Станем против врагов с непоколебимой твердостью, храбростью и мужеством!.. Не каменную, не медную они имеют крепость, чтоб быть невредимыми; не железное у них тело, чтоб не утомиться и не ослабеть от труда» [Два трактата 2002]. Древнейшим источником этих «бродячих сюжетов» военной риторики, призванных убедить воинов, что любого врага можно убить и победить, является, судя по всему, «Илиада», в четвертой песне которой Аполлон так пытается возбудить мужество в троянцах:

«Конники Трои! Смелее, вперед! Не сдавайте ахейцам
Поле сраженья! Ведь кожа у них не железо, не камень!
Острою медью ударишь – удара она не задержит!»

(Илиада, IV, 509–511)

Во взаимном переплетении и перетекании друг в друга сюжетов эпоса и литературы, топов военной риторики и рекомендаций военных трактатов заключается та системообразующая для воинского институционального дискурса связь, которая призвана питать, обогащать и возвышать военное дело и воинскую деятельность. Это сплетение одно только обеспечивает воинскому дискурсу способность превращать войну и военную службу в восприятии ее общественным сознанием из ремесла, основанного на противоестественном убийстве себе подобных, в избранное служение, охарактеризованное в свое время эпитафией к «Уставу воинскому» Петра I: «Через оружие домогаются чести».

Итак, мы нащупали древнейшие источники воинского институционального дискурса – эпос, литературу, военную риторику и военные трактаты, – взаимно питавшие друг друга. С наступлением Нового времени функцию регламентации речевой деятельности военных, прежде, как правило, эпизодически выполняемую военными трактатами, переняли воинские уставы. По мере своего развития уставы обнаружили склонность к всеобъемлющей регламентации не только служебно-боевой деятельности, но и, можно сказать, уклада жизни военного сословия. Уставной дискурс стал все шире использоваться в качестве эталонного в персональных дискурсах военнослужащих. Приказы и команды почти вытеснили из воинской деятельности военную риторику, предоставив ее частному почину отдельных полководцев, к которому, к тому же, прибегали, обычно оказываясь в самых стесненных, если не критических обстоятельствах.

Потеря воинским дискурсом вместе с утратой возвышающих душу топов и примеров воспитывающей силы безусловно сказалась на боевом духе и боеспособности войск. Там, где «вместо храбрости – нахальство, а вместо подвигов – психоз», места храбрости и подвигам обычно не находится, а без них ни одна армия в мире воевать еще не научилась и вряд ли научится, по крайней мере, по-настоящему, а не гибридно. Прикрыть этот очевидный и не очень удобный факт попытались фиговым листком военной науки и военного искусства, ссылаясь на содержимое многотрудных компетенций, которыми теперь необходимо овладевать солдату и офицеру вследствие усложнения военного дела.

Дискурс современных боевых уставов из канцелярски-административного превратился отчасти в псевдонаучный, оперирующий разветвленной и нередко весьма запутанной терминологией. Как следствие, возникла необходимость в военных словарях и энциклопедиях, в которых военная премудрость находила бы солидное научное обоснование и подкрепление. Поскольку уставы, доктрины и прочие основополагающие документы теперь ссылаются на толкование военных терминов, закрепленных в соответствующих словарных статьях, военные словари и энциклопедии в настоящее время могут считаться, наряду с уставами, одним из источников воинского институционального дискурса.

Итак, современный воинский институциональный дискурс в военных словарях и энциклопедиях *кодифицируется*, в воинских уставах *регламентируется*, а в военной риторике преимущественно *реализуется*. Мы употребили применительно к военной риторике оговорку «преимущественно», потому что в первом своем значении – как наука, технология и искусство целесообразного изобретения, построения и употребления речи – военная риторика не находит применения в отечественной педагогической практике. Остается надеяться, что частный почин отдельных военачальников до сих пор еще удовлетворяет второму ее значению – быть совокупностью произведений персональных дискурсов, служащих обеспечению воинской деятельности. Читателей, интересующихся историей военной риторики, мы отсылаем к монографиям серии «Военная риторика», вышедших в издательстве «Алетейя» в 2011–2014 годах.

Первая попытка регламентации речевой деятельности полководцев и войск была предпринята в военных трактатах. В «Тактике» Асклепиодота (I в. до н. э.) описывались правила подачи команд в строю фаланги, которым в общих чертах следуют и современные боевые и строевые уставы. Арриан (I в.) также указывал: «Более понятными оказываются [команды], отданные словом, потому что такое сообщение доносит всю полноту мысли, не то что сигнал, который только видят или слышат» [Перевалов 2010]. Он же, следуя Асклепиодоту, полагал, что «команды нужно отдавать как можно более кратко и так, чтобы они были совершенно ясными. Например, если ты говоришь «повернись», и потом к этому добавляешь – «к копьё», или

«к щиту», то те, кто привык быстро повиноваться приказам, воспримут и выполнят [команду] каждый по-своему. Поэтому нужно говорить не «повернись к копыю», или «повернись к щиту», но в обратном порядке – «к копыю повернись» или «к щиту повернись»: тогда все, сколько есть, услышат и выполнят одно и то же» [Перевалов 2010]. Здесь мы видим древнейшее разделение команды на предварительную и исполнительную часть, правило, которому следуют и современные уставы.

По мере умаления агрессивного наступательного духа римских легионеров периода поздней Империи воспитанию войск, в особенности ближайших помощников военачальника, в мирное время уже требовалось уделять серьезное внимание. Это неизбежно приводило к смещению акцентов с монолога полководца к диалогическому общению с подчиненными, например, трактат Онассандра «вступать с ними в разговоры, употребляя при этом ласковые слова, просторечия и прочее, что подходит к их понятиям», поскольку «без этого нельзя уверенно управлять войском», указывалось, например, в трактате Онассандра (вторая половина III — начало IV вв.). Вести с воинами беседы рекомендовал полководцу и Вегетий (конец IV — начало V вв.).

Первым дошедшим до нас полнотекстовым документом, целиком посвященным организации речевой деятельности полководца и речевому воспитанию войск в VI в. стал трактат, известный в научной литературе под названием «*Rhetorica militaris*», текст которого приведен в монографии «Военная риторика Средневековья». Византийцы в своей практике обучения и воспитания войск твердо придерживались метода убеждения. Каждое требование византийского стратега должно было быть всесторонне аргументировано; только в критических ситуациях, в условиях недостатка времени признавалось возможным использовать в речи исключительно главные тезисы. Любопытно, что это же правило прописано в современном полевом уставе армии США FM 22-100, отмечающем, что само изменение характера речевой деятельности командира в боевых условиях способствует мобилизации психики солдата, способствует выработке боевой настороженности.

В «Стратегиконе» Псевдо-Маврикия (VI в.) и «Тактике» Льва Философа (IX в.) были установлены должности кантаторов – воинов,

имеющих дар слова, обученных началам военной риторики, обязанных перед сражениями произносить перед товарищами вдохновляющие речи. Накануне сражения слово военачальника трактаты рекомендовали усилить словом пастыря; молитва и проповедь на протяжении почти всего Средневековья может рассматриваться как жанровая разновидность военной риторики.

Последним европейским трактатом, в котором затрагивались вопросы речевого воспитания войск был трактат Н. Макиавелли «Военное искусство (1521): «Выдающиеся полководцы должны быть ораторами, ибо едва ли можно чего-нибудь добиться, если не умеешь говорить перед целым войском... Князь или республика должны приучить своих солдат выслушивать речь вождя, а самого вождя — говорить с солдатами» [Искусство 2016].

В восточных военных трактатах значение речевой деятельности полководцев и войск в значительной степени нивелировались, пропорционально нивелировке человеческой личности. Заметим, что особыми полководческими талантами и великими военными победами над внешними врагами ни индийские полководцы, ни полководцы Поднебесной империи похвастаться не могли.

В Японии военные трактаты начали писать с наступлением правления сегуната Токугава (XVII–XIX вв.). Японцы были очень лаконичны: трактат «Хагакурэ», например, устанавливает, что «в военных делах велика роль слов» и поясняет, в каких именно случаях: «Когда ситуация становится безвыходной, нужно либо зарубить человека, либо, если он убегает, закричать ему вслед: «Не беги! Убегают только трусы!» [Хагакурэ 2000]. Данный пример военного красноречия по-японски не может не вызвать у европейца улыбки.

В воинском дискурсе Нового времени, с возникновением постоянных армий, все большее значение приобретали письменные жанры: ордера баталии, диспозиции, всевозможные артикулы, наказные памяти, уложения, инструкции, указания, наставления, предписания, приказы и наконец собственно уставы. В лишенных средств индивидуализации стиля «бумагах» личность военачальника растворялась настолько, что становилось на первый взгляд совершенно неважным, кто стоит во главе армии, — она призвана была действовать, как

отлаженный механизм. Однако оказалось, что армии, где этот принцип был доведен до логического завершения, утрачивали победный дух и становились жалкой игрушкой, способной только тешить взор власть предержащих однообразной красотой рядов на парадах и смотрах, или забюрократизированной организацией, полагающей смысл своего существования в проведении учений.

Как известно, общественное бытие и общественное сознание взаимно определяют друг друга через общественную речь. Регламентация деятельности, таким образом, не может напрямую или косвенно не отражаться на регламентации речи. Даже если на страницах воинских уставов мы не встречаем прямых указаний по организации и характеру речевой деятельности военнослужащих, их тексты выступают источником, регламентирующим воинский институциональный дискурс через посредство идей, заложенных в устав, приоритета целей и задач, который тот ставит перед военнослужащими, наконец, от того, каким языком он написан.

Например, «Воинский устав о пехотной службе» (1811) требовал «чтобы во фронте офицер держал себя прямо и имел бы вид, приличный офицеру» [Устав 1811]. Через пару десятков лет из таких офицеров выросли командиры полков, о которых начальник штаба 2-й армии генерал П.Д. Киселев писал: «Невежество этих господ ужасное, особенно когда подумаешь, что рано или поздно они будут командовать тысячами человек, обязанных им повиноваться» [Епанчин 1904]. Печальный исход Крымской войны подтвердил его опасение.

Своеобразным мерилom боевой направленности дореволюционных отечественных уставов всегда служила степень детализировки в описании строевой стойки. Абсолютным рекордсменом в этой области стал павловский устав 1797 г. – 117 слов! Устав 1862 г., года великих реформ в этом вопросе был лаконичен: 36 слов против 117. Застой в общественной жизни и общественной речи времен Александра III отразился в уставе 1881 года. Если сравнить описание стойки по количеству слов с соответствующими местами уставов 1797 и 1862 гг., получится следующее: 117 – 36 – 82. Продолжим «цепочку» длины определений в уставах 1797, 1862, 1881 и прогрессивного устава 1900 г.: 117 – 36 – 82 – 45. В советских боевых уставах пехоты и конницы

опять наметился регресс вследствие общего умаления образованности и культурного уровня в стране, – описание строевой стойки заняло 52 слова в уставе 1924 года и 65 слов – в уставе 1928 года.

Но было в советских уставах и хорошее, например, фраза, кочевавшая в различных вариациях по их страницам с 1925 г. до 1959 г.: «Личное общение командира с подчиненными войсками есть лучшее средство сделать управление войсками жизненным, выработать взаимное доверие. Помимо того, личное общение допускает наиболее полную оценку как обстановки на месте, так и состояния войск» [Устав 1925]. Однако прекрасная фраза, повторявшаяся из устава в устав русской армии: «Словесные распоряжения *отдавать спокойно*» [Устав 1925], – из советских уставов исчезла. Только в основе системы работы флотских командиров сохранялась прославленная еще во времена первой севастопольской обороны, воспитанная М. П. Лазаревым активность, инициативность и самостоятельность, закрепленная и в Боевом уставе морских сил 1937 г., выраженная фразой, которой и поныне можно украшать стены воинских присутствий, казарм и канцелярий: «МЕНЬШЕ РАЗГОВОРОВ, МЕНЬШЕ ДОКУМЕНТОВ, КОРОЧЕ ДОКУМЕНТЫ» [Устав 1937].

С 2004 года со страниц большинства отечественных боевых уставов исчезают упоминания о качествах, которыми обязан обладать, или обладание которыми должен хотя бы демонстрировать военнослужащий, чтобы одержать победу. Отказались от освященной веками трактовки наступления и обороны как основных видов боя – они были названы основными видами боевых действий. Соответственно, возникла необходимость определить, чем отличаются боевые действия от боя, и родилось следующее определение: «Боевые действия – организованные действия объединений, соединений и частей при выполнении поставленных задач с применением различных форм и способов действий» [Устав 2004]. Под приведенное в уставе определение вполне подходят и *организованные действия объединений, соединений и частей*, скажем, по оказанию помощи в уборке урожая или преодолении последствий стихийных бедствий; к тому же по количеству употребления слова «действия» оно тавтологично. После этого наступает черед определить, что же такое наступление:

«...наступление осуществляется в целях уничтожения (разгрома) противостоящего противника» [Устав 2004]. Если следовать практике украшения эпитетами каждого понятия, то получится, что противник, помимо противостоящего, может быть и противоположащий, противходящий и противобегущий, противосидящий в траншеях и проч.

Современный «Боевой устав артиллерии» (2013) в первом же пункте делает маловразумительное, ввиду своей очевидности, заявление: «Применение артиллерийских подразделений в войнах и вооруженных конфликтах осуществляется их участием в боевых действиях» [Устав 2013]. И далее: «Целью огневого поражения противника является снижение боевого потенциала его группировки до требуемого (установленного) уровня и создание условий своим войскам для выполнения поставленных задач с минимальными потерями» [Устав 2013]. То, что *применение* осуществляется *участием*, уже говорит о многом. И потом: непонятно, кем устанавливается приемлемый (!) уровень боевого потенциала группировки противника.

Эпитеты «целенаправленный», «организованный», «систематический», «планомерный» и проч. давно стали словами-паразитами современного отечественного воинского дискурса.

Пренебрежение в наших уставах хорошим русским литературным языком не может быть терпимо, поскольку все недостатки уставного дискурса воспринимаются военнослужащими как вариант нормы и тиражируются. Как следствие, нормально говорить с людьми не получается, а поскольку одними приказами не обойдешься, служебное общение начинается с проявления речевой агрессии и заканчивается подавлением личности коммуниканта и ограничением его права на речь.

Потребность в военной терминологии и в словарях военной лексики сформировалась не раньше наступления эпохи массовых армий, точнее, армий «вооруженного народа», на рубеже XVIII–XIX веков. До этого при обучении и воспитании войск редко возникала необходимость определить абстрактное понятие — все предметы находились буквально перед глазами и разъяснение их назначения и правил употребления осуществлялось контекстуально или путем показа. Эта традиция сохранялась в России вплоть до выхода в 1818 г. первого военного словаря, принадлежавшего перу генерал-майора С. А. Тучкова.

«Военный словарь, заключающий наименования или термины, в Российском сухопутном войске употребляемые, с показанием рода науки, к которому принадлежат, из какого языка взяты, как могут быть переведены на российский, какое оных употребление и к чему служат», с одной стороны, делал попытку расширить кругозор массы офицеров, а с другой – ориентировался на запросы гражданского общества, пробужденного патриотическим духом войны 1812 года.

Словарь можно определить как толково-энциклопедический. Ряд терминов в нем был представлен только дефиницией, другие были снабжены пространным комментарием, как в энциклопедиях. Этот же недостаток, простительный для пробы пера в области военной терминографии, до сих пор характерен для большинства современных военных словарей, явно в ущерб содержательной ценности последних.

Критерием качества словарных статей может выступать логичность и лаконичность определений терминов. И здесь по аналогии повторяется история с уставным описанием строевой стойки. Например, Большая Советская энциклопедия определяет самый, пожалуй, военный термин «атака» таким образом: «*Атака (от франц. attaque – нападение), сочетание огня и стремительных движения частей и подразделений с целью нанесения удара по противнику и его разгрома*» [БСЭ 1969]. Это определение хорошо уже своей относительной лаконичностью – отражены необходимые существенные признаки атаки, которые заключаются в сочетании огня и *стремительных действий*. Только эти действия *частей и подразделений* короче и совсем по военному можно было бы выразить термином «маневр». Тем более, что в атаку ходят подразделения (отделение – батальон), а не части (полк), аналогичные действия которых описываются, как правило, термином «наступление». С нанесением *удара по противнику* дело обстоит более-менее благополучно, но вот указывать в качестве цели атакующих действий *разгром* противника не совсем корректно. Полагать целью только *разгром* противника является с одной стороны чересчур оптимистичным (если мы реально можем в лучшем случае ослабить его), с другой – было бы странно полагать *разгром* целью и результатом атаки самолета или вертолета наземной или воздушной цели, когда речь может идти только об *уничтожении* противника.

Хуже атака определена в Советской военной энциклопедии (СВЭ): «Атака – стремительное движение в боевом порядке подразделений, частей и соединений, а также самолетов, вертолетов, кораблей и их групп в сочетании с огнем наивысшего напряжения с целью уничтожения противника» [СВЭ 1976]. Видим, что в атаке участвуют уже и соединения (бригада, дивизия). В перечислении *самолетов, вертолетов, кораблей и их групп* видна отмечающаяся выше ошибка: вместо определения *содержания* понятия переход к исчислению его *объема*, чего не должно быть в дефиниции. Из определения следует, что танки, БТР, БМП и пр. в атаке участвовать не могут, что, естественно, противоречит здравому смыслу. Попытка втиснуть в определение еще и всю бронетехнику приведет только к утяжелению текста. Заметим, что в определении использовано уже два слова, указывающих на относительные признаки явлений: в дополнение к *стремительному* движению упомянуто об огне *наивысшего* напряжения. Все эти эмоционально окрашенные слова и выражения не несут фактически никакой смысловой нагрузки, ибо огонь *наивысшего* напряжения, например, понятие более чем относительное.

Еще хуже атака определяется в Военном энциклопедическом словаре под редакцией А.Э. Сердюкова, вышедшем в 2007 г.: «Атака (*от франц. attaque – нападение*), – читаем в обоих уважаемых источниках, – *наиболее решит. период наступат. действий; стремит., безостановочное и целенаправленное движение подразд., частей и соед. в боевом порядке, а также отд. самолетов, вертолетов, кораблей и их гр. в сочетании с интенсивным огнем в целях уничтожения противника*» [ВЭС 2007]. К отмеченным недостаткам предыдущих вариантов добавились еще два «эмоциональных» слова: *безостановочное* и *целенаправленное*, отнесенных к движению войск, совершающемся к тому же *в боевом порядке* (странно полагать, что в современном бою можно атаковать походными колоннами). Следуя логике употребления первого эпитета, атака *подразд., частей и соед., а также отд. самолетов, вертолетов, кораблей и их гр.*, раз начавшись, закончиться должна непременно в столице поверженного врага. Второе слово вообще является паразитом научных текстов, поскольку его употребление означает имплицитно выраженное сомнение в наличии

какой-либо цели в организованных действиях войск, кроме как в момент атаки.

И, наконец, нельзя обойти вниманием трактовку термина *атака* из Большой российской энциклопедии, выпуск которой должен был по плану завершиться в 2017 году – она есть практически полная копия дефиниции, приведенной в статье СВЭ сорокалетней давности. Неужели за сорок лет мы не смогли придумать ничего лучшего?

Качество терминологических словарей и воинских, особенно боевых, уставов есть показатель развития военной мысли государства. К сожалению, отечественная военная терминология в последнее время оказалась преданной «частному почину» высокопоставленных военных и государственных деятелей, каждый из которых старался увенчать свое нахождение на посту достойным вкладом в науку, не имея твердого представления об основополагающих принципах составления словарей и энциклопедий, равно как и об основах формальной логики. Например, название словаря «Война и мир в терминах и определениях» (2004) под общей редакцией Д. О. Рогозина звучит нелепо: если не приводить в словаре определения термина, тогда для чего словарь нужен? Не все входящие в статьи термины развертываются впоследствии в статьи, например, удивительный термин ВОЕННАЯ БИТВА как форма военных (боевых) действий никак и нигде не развернута. Что это такое? Для чего прибавлять к термину *битва* эпитет «военная», чтобы отличить ее от «битвы за урожай»? Список ляпов можно было бы продолжать и продолжать.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Оттого, что в кузнице не было гвоздя», – так, напомним, заканчивается известное стихотворение С. Маршака. Не оказалось в кузнице гвоздя, и королевская лошадь потеряла подкову, захромала в сражении, король выпал из седла и был затоптан в атаке, а его армия, оказавшись без военачальника, была разбита. Роль этого гвоздя играет в современных условиях воинский институциональный дискурс, проблемы формирования и функционирования которого за заботами о перевооружении, оснащении, обучении войск государственными мужами не замечаются и кажутся не очень-то важными. Подумаешь, слова, – делалось бы дело!

Беда, однако, в том, мышление и речь так тесно взаимосвязаны, что одно практически не может осуществляться без другого. Правильность мышления имеет непосредственное отношение к качеству принимаемых в военном деле и воинской деятельности решений, от которых нередко зависит судьба страны. Современный отечественный воинский дискурс, лишенный благодетельной основы логически выверенных и грамматически правильно выстроенных определений терминов, страдает от неясности и многословия уставных положений, что неизбежно приводит к неумению исчерпывающе и точно формулировать и выражать мысль на поле боя. В результате складывается ситуация, описанная небезызвестным генералом А. И. Лебедем: «Мат является основой управления общевойсковым боем» [Лебедь 1995]. К сожалению, генерал забыл уточнить, увенчивается ли бой, ведущийся под аккомпанемент крика и мата, победой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Боевой устав артиллерии. Часть 2. Дивизион, батарея, взвод, орудие. М., 2013.
- Боевой устав по подготовке и ведению общевойскового боя, часть 2. Батальон, рота. М., 2004.
- Большая советская энциклопедия в 30 томах. М.: Госиздат, 1969–1978.
- Военный энциклопедический словарь. М.: Эксмо, 2007. 1024 с.
- Воинский устав о пехотной службе. Часть I. О строевой службе. СПб., 1811.
- Временный Боевой устав Морских Сил РККА (БУМС-37). М.: Воениздат, 1937.
- Временный полевой устав РККА. Часть II (дивизия и корпус). М.: Воениздат, 1925.
- Два византийских трактата конца X века. СПб.: Алетейя, 2002.
- Епанчин Н. А.* Тактическая подготовка Русской армии перед походом 1828–1829 гг. С.-Петербург, 1904.
- Искусство войны: Антология военной мысли. СПб.: ООО «Амфора», 2016. 542 с.
- История греческой литературы. М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1946.
- Лебедь А. И.* За державу обидно. М.: Советская Россия. 1995.
- Лев VI Мудрый.* Тактика Льва. СПб.: Алетейя, 2012.

- Первалов С. М.* Тактические трактаты Флавия Арриана: Тактическое искусство; Диспозиция против аланов. М.: Памятники исторической мысли, 2010. 388 с.
- Полиэн Стратегемы. СПб.: Евразия, 2002. С. 138.
- Советская военная энциклопедия. В 8-ми томах. М.: Воениздат, 1976–1980.
- Феофилакт Симокатта История. М.: Изд-во АН СССР, 1957.
- Фукидид* История. СПб.: Наука, 1999.
- Цицерон*. Три трактата об ораторском искусстве. М.: Научно-издательский центр «Ладомир», 1994.
- Юдзан Дайдодзи Будосесинсю. Ямамото Цунэтомо Хагакурэ. Юкио Мисима Хагакурэ Ньюмон. СПб.: Евразия, 2000. 320 с.

REFERENCES

- Boevoi ustav artillerii. Chast' 2. Divizion, batareya, vzvod, orudie. M., 2013.
- Boevoi ustav po podgotovke i vedeniyu obshchevoiskovogo boya, chast' 2. Batal'on, rota. M., 2004.
- Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya v 30 tomakh. M.: Gosizdat, 1969–1978.
- Voennyi entsiklopedicheskii slovar'. M.: Eksmo, 2007. 1024 s.
- Voinskii ustav o pekhotnoi sluzhbe. Chast' I. O stroevoi sluzhbe. SPb., 1811.
- Vremennyi Boevoi ustav Morskikh Sil RKKA (BUMS-37). M.: Voenizdat, 1937.
- Vremennyi polevoi ustav RKKA. Chast' II (diviziya i korpus). M.: Voenizdat, 1925.
- Dva vizantiiskikh traktata kontsa Kh veka. SPb.: Aleteiya, 2002.
- Epanchin N.A.* Takticheskaya podgotovka Russkoi armii pered pokhodom 1828–1829 gg. S.-Peterburg, 1904.
- Iskusstvo voiny: Antologiya voennoi mysli. SPb.: OOO «Amfora», 2016. 542 s.
- Istoriya grecheskoi literatury. M.-L.: Izd-vo AN SSSR, 1946.
- Lebed' A.I.* Za derzhavu obidno. M.: Sovetskaya Rossya. 1995.
- Lev VI Mudryi* Taktika L'va. SPb.: Aleteiya, 2012.
- Perevalov S.M.* Takticheskie traktaty Flaviya Arriana: Takticheskoe iskusstvo; Dispozitsiya protiv alanov. M.: Pamyatniki istoricheskoi mysli, 2010. 388 s.
- Polien Stratagemy. SPb.: Evraziya, 2002. S. 138.
- Sovetskaya voennaya entsiklopediya. V 8-mi tomakh. M.: Voenizdat, 1976–1980.
- Feofilakt Simokatta Istoriya. M.: Izd-vo AN SSSR, 1957.
- Fukidid Istoriya. SPb.: Nauka, 1999.
- Tsitseron*. Tri traktata ob oratorskom iskusstve. M.: Nauchno-izdatel'skii tsentr «Ladomir», 1994.
- Yudzan Daidodzi Budosesinsyu. Yamamoto Tsunetomo Khagakure. Yukio Misima Khagakure Nyumon. SPb.: Evraziya, 2000. 320 s.

УДК

Линь Мэй

профессор Сианьского университета иностранных языков

linmei@mail.ru

ОБРАЗНОЕ ПРОСТРАНСТВО В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ¹

В данной работе рассматривается парадигма образов в политическом дискурсе конфликтной ситуации на примере официальных выступлений и интервью представителей российского правительства по поводу «выходы США из Договора РСМД и прекращения его действия», анализируются речевые взаимоотношения между образами в данном виде дискурса, описываются риторические методы и особенности создания данных образов.

Ключевые слова: парадигма образов; политический дискурс; конфликтная ситуация; речевые соотношения между образами.

Lin Mei

Professor of the Xi'an International Studies University

linmei@mail.ru

FIGURATIVE SPACE IN POLITICAL DISCOURSE OF CONFLICT SITUATION

This work examines the paradigm of images in political discourse of conflict situation by the example of official speeches and interviews of representatives of the Russian government regarding “US withdrawal from the IRNFT Treaty and its termination”, verbal relations between images in this form of discourse are analyzed, rhetorical methods and features of creating these images are described.

Keywords: image paradigm; political discourse; conflict situation; speech relationships between images.

¹ ВН%п%кеВН%п%тавлены%сМвлены%ОУвлены%ЛУвлены%, лены% лены%зациины%бациины%ждународной дународнойф еренициейорическийвряляставлены. ическийвряляставлены020, кийвряляставленыи0, кийYJA740027.

Парадигма образов в риторических произведениях

Риторика считается наукой об эффективной и убедительной речи. Важно отметить, что предметом изучения данной науки является речь, а объектом ее изучения – создатель речи как продукции человеческого поведения. Риторика имеет явную гуманитарную характеристику, в центре ее внимания всегда стоит человек, который общается, говорит, пишет, слушает, читает, реагирует, спорит, аргументирует, сотрудничает, борется, сопротивляется, создавая свой образ и образы собеседников в образовании речи.

Изучение образов участников коммуникации берет свое начало еще в античное время. По поводу образа ритора Аристотель писал: «Для того, чтобы убедить кого-либо в чем-либо, надо показать себя человеком известного склада» [Аристотель 2011]. В «Риторике» Аристотель также уделял внимание аудитории, анализируя ее состав, эмоцию и др. Важно отметить, что Аристотель рассматривал аудиторию как объект риторического акта ритора, и его анализ характеристик аудитории главным образом служит атомическими условиями для ритора.

В современной риторике участники коммуникации рассматриваются как равные партнеры, поскольку слушатель и читатель никогда не являются слабой стороной общения, их мнения, позиции и решения определяют успехи речевой коммуникации. Ю. В. Рождественский определяет задачи современной риторики следующим образом: «Первая задача риторики состоит в умении быстро воспринимать речь во всех видах слова и извлекать нужные смыслы для принятия оперативных решений, не давая себя увлечь, сбить на деятельность, невыгодную себе и обществу. Вторая задача риторики есть умение изобретать мысли и действия и облекать их в такую речевую форму, которая отвечает обстоятельствам. Это значит уметь создавать монолог, вести диалог и управлять им, управлять системой речевых коммуникаций в пределах своей компетенции» [Рождественский 1997]. Такое определение рассказывает о равноправии сторон коммуникации.

На основе достигнутых результатов А. А. Волков выдвинул понятие «парадигмы образов» в произведениях риторической прозы. В парадигму входят следующие элементы: 1) образ ритора; 2) образ

оппонента; 3) образ предмета речи; 4) образ аудитории; 5) образ инстанции аргументации. В образной системе риторического произведения могут быть выделены два разряда образов: «ролевые и нарративные» [Волков 2013]. Рольевые образы – автора, оппонента и аудитории – тех, кто ведет речь. Нарративные образы – предмета обсуждения и инстанции аргументации, о которых идет речь. Такая парадигма предлагает новый подход к анализу образов в произведениях риторической прозы и позволяет разбираться в сложных отношениях между реальными и виртуальными участниками коммуникации (то есть непосредственными и посредственными участниками коммуникации).

А. А. Волков также отмечает, что в произведении риторической прозы система образов не обязательно представлена в полном составе. В произведении риторической прозы система образов не обязательно представлена в полном составе. В зависимости от цели, которую ставит перед собой автор, этических условий и обстоятельств те или иные образы могут быть только намечены или даже вовсе отсутствовать, но образы ратора, аудитории и предмета представлены практически в любом произведении. Система образов проявляется тем полнее и отчетливее, чем больше конкретный результат речи зависит от решения аудитории, – таковы судебная и политическая ораторская речь – наиболее трудный вид риторической прозы

Образы в политическом дискурсе конфликтной ситуации

Как вышеизложенное, в риторических произведениях функционирует комплекс образов, которые по-своему продвигают развитие содержания этих произведений. Следуя риторической традиции, мы полагаем, что для создания образов в риторических произведениях существуют не только общие правила для всех видов речи, но и частные нормы для определенного жанра речи. В данной работе будут рассматриваться особенности рольевых образов в политическом дискурсе конфликтной ситуации. Для примеров мы обращаемся к событиям по поводу «выхода США из Договора РСМД и прекращения его действия», что оказывает серьезное влияние на внешнюю и внутреннюю политику России.

1. Образ ратора

Образ ратора является основным элементом системы образом. По мнению В. И. Аннушкина, образ оратора есть «сознательно выстраиваемая совокупность внешних и внутренних характеристик говорящего или пишущего (участника речи)» [Аннушкин 2006]. Существуют общепринятые требования к созданию и восприятию образа ратора: в понятие образ ратора входит комплекс речевых средств, воплощенных в содержании, композиции, выборе слов, характере произношения (интонации, ритме и темпе, тембрах голоса) для устной речи и характере письма (например, почерка или шрифтов) для письменной или печатной речи. Кроме этих общих правил, существуют другие особенности образа ратора, которые определяют жанровые характеристики политического дискурса конфликтной ситуации.

В дискурсе конфликтной ситуации наблюдается смыывание или лишение образа ратора. Приведем пример из выступления министра иностранных дел Российской Федерации С. В. Лаврова на Московской конференции по нераспространению по теме «внешнеполитические приоритеты Российской Федерации в сфере контроля над вооружениями и нераспространения в контексте изменений в глобальной архитектуре безопасности» от 8 ноября 2019 года. Выступление небольшое по объему, оно состоит из 501 словоупотребления. По данным статистики, в выступлении ни разу не употребляется местоимение «я». Посмотрим интервью Министра иностранных дел Российской Федерации С. В. Лаврова для программы Е.А. Примакова «Международное образование» на телеканале «Россия 24» от 1 ноября 2019 года, для которого характерно больше диалогичности в сравнении с его выступлением. В интервью лишь одно употребление местоимения «я»:

Мне кажется, международное сообщество все-таки возвысит свой голос в пользу сохранения системы, обеспечивающей стратегическую стабильность, паритет и какие-то договоренности в сфере контроля над вооружениями.

Это реплика С. В. Лаврова в ответ на вопрос ведущего телепрограммы о возможных мнениях международного сообщества. А в выступлении руководителя Делегации Российской Федерации на пере-

говорах в Вене по вопросам военной безопасности и контроля над вооружениями А. И. Воробьева на заседании Форума ОБСЕ по сотрудничеству в области безопасности от 23 октября 2019 года более острое суждение по данному поводу:

Напомню, что именно США стали «могильщиками» этого Договора, запустив процедуру своего одностороннего выхода из него.

Выражая свое мнение, оратор употребил лексику с явно отрицательной оценкой «могильщик», утверждая, что главная ответственность за аннулирование Договора в полной мере лежит на американской стороне.

Вместо местоимения «я», в вышеуказанных выступлениях и интервью наблюдается местоимение «мы», которое обозначает в самом деле группу или коллектив людей:

1) *Мы* будем делать все возможное для восстановления динамики процесса контроля над вооружениями.

2) Конечно, *мы* знаем о той дискуссии, которая уже вылилась в публичное пространство в связи с объявлением США об их намерении размещать эти ракеты в АТР, упомянули Японию и Южную Корею.

Помимо этого, вместо образа риторы в речи создается образ страны – образ России:

1) предложенные *Россией* конкретные реалистичные меры, направленные на снятие обоюдных озабоченностей ради спасения Договора, были достаточно высокомерно отвергнуты.

2) Вместе с тем, в целях сохранения возможностей для поиска поддержания и предсказуемости в ракетной сфере, *Россия* приняла решение не размещать наземные РСМД где-бы то ни было, пока в том или ином регионе не будут размещаться ракеты аналогичного класса американского производства.

Также создается образ главы страны:

1) Поскольку США уже приступили к созданию наземных РСМД, то мы, как предупреждал *Президент России В. В. Путин*, будем поступать зеркально.

2) *Президент В. В. Путин* в личных посланиях к лидерам государств НАТО и стран АТР призвал присоединиться к мораторию на развертывание РСМЛ наземного базирования.

В выступлениях и интервью образ России и образ главы государства отвечают политическим ценностям: честность, практичность, решительность, ответственность и др. Таким образом, в отличие от других речевых жанров, в частности политических жанров, в политическом дискурсе конфликтной ситуации образ ратора значительно ослабляется, и вместо него создаются образ страны и образ главы государства, поскольку государство является главным реальным участником политического конфликта.

2. Образ оппонента

Образ оппонента в различной степени разработки практически всегда присутствует в риторической прозе, поскольку он должен давать контраст с образами ратора и аудитории и создавать известный смысловой упор, напряжение, необходимое для выражения пафоса и принятия решения.

В данной работе объектом изучения является политическая речь конфликтной ситуации, чьи особенности в большой степени определяют характеристики международно-политических конфликтов, из которых мы делаем акцент на следующем;

1. Они представляют собой столкновение противоположных интересов, ценностей, целей и взглядов, имеющих связь с их реализацией действий;

2. Участниками их являются государства, иные международные акторы, которые преследуют некие политически цели.

Эти характеристики вызывают необходимость создания образа оппонента в таком виде речи. В приведенных нами примерах роль оппонента играют США, которые, по словам российской стороны, «совершили серьезную ошибку».

В создании образа оппонента часто употребляются «антиценности», которые считаются нарушением общих ценностей, и выражаются лексикой с отрицательным оттенком. Далее приведем примеры из Заявления МИД России о выходе США из Договора о РСМД и прекращении его действия.

1) *Представители США лицемерно прикрывались рассуждениями, что ДРСМД устарел и в него требуется «вовлечь третьи страны».*

2) Столь **неадекватное** поведение США уходит корнями в конец 1990-х годов, когда принималось решение о сломе Договора по ПРО, на который американская сторона пошла вопреки настойчивым призывам со стороны мирового сообщества.

3) Денонсация ДРСМД подтверждает, что в США взят курс на **разрушение** всех не устраивающих их по тем или иным причинам международных соглашений.

В этих примерах функционирует модель риторической аргументации – энтимема. В «риторике» Аристотель разделяет два главных средства убеждения, это силлогизм (умозаключение по правилам перехода от общего к частному) и энтимема (сокращенный силлогизм, в котором процедура умозаключения осуществляется не полностью). Аристотель называет энтимему риторическим умозаключением. В большинстве случаев, предпосылка энтимемы является общепринятым понятием для аудитории и таким образом можно легко добиться согласия с аудиторией. В примерах проводится система энтимемы:

Большая посылка: *Лицемерие / неадекватность / разрешения является вредным для развития отдельной страны, тем более, человечества.*

Малая посылка: *Поведение США носит характеристики лицемерия / неадекватности / разрушения.*

Вывод: *Поведение США вредно для человечества.*

В этой системе большая посылка пропущена. В отличие от логического силлогизма, энтимема позволяет пропустить любое звено из трех элементов, как большая и малая посылки или вывод. Пропущенное восстанавливается на основе фоновых знаний и имеющейся культурной информации в сознании получателей дискурса. Таким образом, они приходят к выводам как бы самостоятельно, без принуждения и манипуляции, и выводы кажутся им объективными и правдивыми.

При этом в примерах возможна другая модель энтимемы, который позволяет создать положительный образ оратора и его представляемого объекта:

Большая посылка: *Россия придерживается противоположной позиции по сравнению с США.*

Малая посылка: *Поведение США вредно для человечества.*

Вывод: *Россия в своем поведении учитывает интересы человечества.*

Вывод в этой модели всегда пропущен, поскольку она не менее эффективнее, чем следующее выражение:

Россия остается открытой к равноправному и конструктивному диалогу с США относительно восстановления доверия и укрепления международной безопасности.

3. Образ аудитории

Образ аудитории конструируется применительно к образам риторика и предмета речи, поскольку основная задача здесь состоит в подготовке аудитории к положительной оценке риторика и отрицательной оценке оппонента.

А. А. Волков считает, что «образ аудитории не является изображением реальной совокупности людей, к которым адресуется оратор или писатель, но предстает как некое идеальное мы или я, которое в силу своих нравственных и интеллектуальных качеств готово принять решение, которое предлагает ритор» [Волков 2013].

Что касается политического дискурса конфликтной ситуации, то его аудитория в сущности должна считаться международным обществом. Это зависит от характеристики международного политического конфликта. По природе международные конфликты, говоря обобщенно, являются борьбой между государствами (народами) за власть и интересы, так что цель действий риторика – завоевать как можно больше преимуществ – всегда находится в центре внимания сторон, которые подвергаются угрозе потерпеть поражение в борьбе за политические ресурсы. Кроме того, в условиях глобализации международные конфликты создают серьезную угрозу мировому сообществу в связи с возможностью их расширения, опасностью экологических и военных катастроф, высокой вероятностью массовых миграций населения, способных дестабилизировать ситуацию в сопредельных государствах.

Эффективным методом обращения к международному обществу как аудитории является создание ее разумного образа. В этом отношении

прежде всего образ аудитории создается как коллектив людей с высокими ценностями, которые являются большой посылкой в энтимеме. Помимо этого, образ международного общества как аудитории образуется в политическом дискурсе конфликтной ситуации путем определения его места в самом конфликтном событии. Например,

*Мне кажется, **международное сообщество** все-таки возвысит свой голос в пользу сохранения системы, обеспечивающей стратегическую стабильность, паритет и какие-то договоренности в сфере контроля над вооружениями.*

Мы полагаем, что имена прилагательные «международный», «мировой» также указываем на отношение к международному обществу. Например,

*Мы видим, что современная ситуация в области **международной безопасности**, контроля над вооружениями, разоружения и нераспространения (КВРН) характеризуется нарастанием напряженности и непредсказуемости, обострением прежних и появлением новых угроз и вызовов.*

*В многостороннем плане вместе с представителями России, Европы, США, Китая и Ирана Вам удалось выработать очень важный для **всего мирового сообщества** документ – Совместный всеобъемлющий план действий по иранской ядерной программе.*

Взаимосвязь между образами в политическом дискурсе конфликтной ситуации

Результаты проводимого нами анализа показывают, что парадигма образов в политическом дискурсе конфликтной ситуации сложна, взаимное отношение и столкновение этих образов составляет основу данного вида риторического произведения.

1. Кооперативные отношения

Кооперативные отношения старается создать риторика между собой и аудиторией. Как вышеупомянуто, цель политического дискурса конфликтной ситуации заключается в убеждении международного общества как аудитории в правильности, истинности и справедливости позиции ратора, чтобы завоевать победу над соперничающей стороной.

Для того, чтобы убедить аудиторию, ритор прежде всего с ней сотрудничает. Определяя тему, тезис и аргументы своей речи, ритор берет систему знаний и ценностей аудитории как основу, учитывает ее эмоции. В речи оратор создает не только свой безвинный и страдающий образ, но и сопереживающий образ международного общества как аудитории.

Важно отметить, что в отдельных случаях, когда ритор непосредственно обращается к представителю оппонента, он может предложить намерение сотрудничества, что считается стратегией коммуникации:

Я с удовольствием прочитал Вашу совместную с сенатором С. Нанном статью о судьбе Договора о ракетах средней и меньшей дальности (ДРСМД), о том, как сложившаяся ситуация влияет на всеобщую мировую стабильность и стратегическую безопасность. Конечно, мы разделяем заложенный в статье тезис о недопустимости ядерной войны.

Если это считается кооперативными отношениями, то такое сотрудничество является тактическим и стратегическим, поскольку окончательная цель может заключаться не в убеждении собеседника, а в создании образа «разумного», готового к контактам ратора.

2. Сопrotивляющиеся отношения

Как сказано выше, ритор старается создать образ оппонента как нарушителя международного порядка, который приносит большой ущерб глобальной стабильности и развитию. Если оппонент определяется как противоположная сторона международного общества, то отношения сопряжения и соперничество как раз говорит о едином мышлении ратора и аудитории.

В политическом дискурсе конфликтной ситуации ритор не только держит соперническую позицию против оппонента, но и противостоит его партнерам. В следующих примерах ритор выражает негативное отношение к партнерам США как оппонента:

*Печально, что большинство членов **НАТО** послушно подчинилось требованиям Вашингтона и не приняли наше предложения воочию убедиться в надуманности американских утверждений.*

Президент В. В. Путин в личных посланиях к лидерам государств НАТО и стран АТР призвал присоединиться к мораторию на развертывание РСМД наземного базирования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Парадигма образов в политическом дискурсе конфликтной ситуации сложна, взаимоотношения между образами многоаспектны. Образы участников и аудитории в данном виде речи создаются речевыми средствами ратора для достижения своей коммуникативной цели. Такие сложные отношения между образами образуют структуру данного вида дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аристотель*. Риторика. Античные риторика. М.: Эксмо, 2011. 92 с.
Аннушкин В. И. Риторика. Вводный курс. М.: Флита-Наука, 2008. 296 с.
Волков А. А. Теория риторической аргументации. – М.: Добросвет, 2015. – 396 с.
Рождественский Ю. В. Теория риторика. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2015. – 544 с.

REFERENCES

- Aristotle*. Rhetoric. Antique rhetoric. M.: Eksmo, 2011. 92 p.
Annushkin V. I. Rhetoric. Introductory course. M.: Fleet Science, 2006. 296 p.
Volkov A. A. Theory of rhetorical argumentation. – M.: Dobrosvet, 2015. – 396 p.
Rozhdestvensky Yu. V. The Theory of Rhetoric. – 5th ed., Rev. and add. – M.: Flint: Science, 2015. – 544 p.

УДК

Марченко Ольга Игоревна

доктор философских наук, доцент
профессор кафедры театрализованных представлений и праздников
факультета искусств Санкт-Петербургского государственного
института культуры
olgaimarchenko@yandex.ru

«КОРОЛЬ ГОВОРИТ»: СТРАХ ИЛИ УВЕРЕННОСТЬ

На языке искусства знать означает уметь. Удовольствие от выполнения действия является особой творческой силой. Оно противостоит разрушительной власти излишнего волнения, тревоги и жесткого контроля над собой – психофизического зажима. В состоянии свободы возникают особые токи взаимодействия с аудиторией. Хорошая предварительная подготовка, знание материала, умение сконцентрироваться на цели выступления помогут справиться со страхом и придадут дополнительную силу оратору.

Ключевые слова: оратор, волнение, страх, уверенность в себе, свобода, творческая сила, речевой аппарат, грация, удовольствие.

Marchenko Olga Igorevna

Doctor of philosophy, Associate professor
Associate professor of the Department of Art
of Saint Petersburg State Institute of Culture
olgaimarchenko@yandex.ru

«KING SAYS»: FEAR OR ASSERTION

According to the language of art knowledge is ability to do something. Pleasure received from action is a specific creative power. It is in opposition to a destructive force of unnecessary emotion, anxiety and strong self-control, manifested by a psychophysical block. A sense of freedom will create a special communication with the audience. Proper preparation, knowledge of the material, ability to concentrate on the goal of presentation will help to cope with fear, adding additional power to the speaker.

Keywords: speaker, unnecessary emotion, fear, assertion, freedom, creative power, organs of speech, grace, pleasure.

Уверенность в себе – важное качество для того, кто хочет, чтобы его слово было убедительно. По Цицерону, перед оратором стоит пять основных задач: во-первых, он должен изобрести, что сказать; во-вторых, расположить изобретенное в определенной последовательности и в соответствии с весом каждого аргумента; затем стилистически обработать это и удержать в памяти и, наконец, произнести речь «эффектно и с обаянием». От себя добавим, исполнить по-королевски. Показателем уверенности, внутренней свободы и гармонии говорящего является состояние равновесия, сбалансированности, спокойствия; это состояние оратора называется ресурсным, т. е. обеспечивающим высокий уровень психоэнергетического ресурса. Средством преодоления волнения должна стать мобилизованность, т. е. готовность к продуктивному действию. В этом случае психическая энергия не расходуется впустую на внешние цели, а способствует укреплению нашего Я: отчуждение уступает место полной вовлеченности, тревога и беспомощность превращаются в ощущение собственной силы.

Волнение при выходе на аудиторию приходилось испытывать каждому. Полное отсутствие волнения можно считать признаком дилетантства. Присутствие аудитории, большого числа слушателей может усилить желание общения и азарт, стать стимулом для вдохновения. Творческое волнение, перерастающее постепенно в воодушевление, только придаст живость и дополнительную силу звучащему слову. Но степень этого волнения бывает разной. Иногда оно столь велико, что человек не в силах с ним справиться. Такое состояние имеет свои симптомы, напоминает болезнь, которая получила название «ораторской лихорадки». Тренировка ораторских качеств и навыков, несомненно, помогает преодолеть неуверенность в себе. Но самообладание дается нелегко. Среди огромного количества страхов, известных современному человеку, боязнь публичного выступления относится к одной из самых распространенных.

Чрезмерное усердие, пристальное внимание к своему собственному состоянию, подспудное желание выглядеть смелым, установка на непреходящий успех приводит оратора к результатам, прямо противоположным его стремлениям. Излишний самоконтроль сковывает творческую природу человека, мешает ее свободному, естественному проявлению.

Увлеченность, энергия позитивного мышления, внутренний азарт, энтузиазм – это проявление творческой силы человека. Хорошее расположение духа свидетельствует о том, что вы находитесь в согласии с самим собой. Это также очень важно. Так как самооценка, образ собственного «я» определяет рамки наших возможностей. Мир резонирует с нашими внутренними вибрациями: люди верят только в тех, кто верит в себя. Если ваша речь динамична – это говорит о том, что динамичны вы, если ваше сообщение интересно, значит, интересны вы. Ремесленным суррогатом мобилизованности является показная свобода, наигрыш, бравада, так называемый, актерский бодрячок. Можно сказать, если вам самому комфортно, и вы искренне увлечены процессом общения, т. е. вы «правите бал», по-королевски владея ситуацией, вы вызовете и желаемую ответную реакцию.

Для исполнения речи, вновь цитируя Цицерона, «эффектно и с обаянием», требуется артистизм и владение элементами актерского мастерства. Сам Цицерон, готовя себя к судебной деятельности, обучался актерскому мастерству, занимался постановкой голоса и пластикой.

Психическая энергия говорящего проявляется в каждом звуке и движении. Энергия здесь и сейчас рожденного слова – это синтез всех нервных излучений. Когда пульсация энергии осуществляется свободно, то каждое наше слово и движение несут в себе ощущение внутренней силы, гармонии и радости. Творческим людям свойственно позитивное излучение, они, кажется, находятся в состоянии потока. В этом состоянии внимание направлено на саму деятельность. Это чувство полного слияния со своим делом известно каждому. Поглощенные им, мы не ощущаем времени, самого себя, вместо усталости возникает постоянный прилив энергии. В теориях, в центре которых находится идея «аутотелических переживаний», или, так называемого, потока, подчеркивается то, что на человека не снисходит это состояние как благодать, а порождается четким намерением и осмысленными усилиями самой личности. Термин «аутотелический» образован от двух греческих слов: *auto* означает «само по себе», а *telos* – «цель». Другими словами, это деятельность, которая совершается не ради будущего вознаграждения, а ради нее самой. Состояние потока поднимает личность на качественно иной уровень. В состоянии

потока усилия, сосредоточенность и внимание порождают активное состояние радости.

Оптимизм и мажорные вибрации, жизнеутверждающее мироощущение обеспечивает нам поддержку окружающих людей. Удовольствие и радость от выполнения деятельности являются той особой творческой силой, которая противостоит разрушительной власти излишнего волнения и тревоги.

Чтобы открыть сердце человека навстречу радости, нужно вернуть его в то состояние, когда эти качества были частью его существа. Этим состоянием является детство. Для увлеченного игрой ребенка в единстве находятся все звенья цепи: энергия жизни – возбуждение – движение – удовольствие. Радость ребенка несет большой энергетический заряд. Его глаза сияют. Кажется, что он сам светится. «Ребенок» внутри нас, взрослых и ответственных (как это принято в психологии называть «внутренний ребенок»), так же способен удивляться, дурачиться и озорничать. Отметим, что в творческом человеке не существует барьера между сердцем и разумом, между ребенком и взрослым. Они – наши субличности, могут хорошо слышать друг друга, ладить, договариваться и поддерживать друг друга. Доминирует та часть нашего единого Я, которая наиболее уместна и убедительна в конкретной ситуации общения.

Приносящая радость деятельность имеет ясные цели, четкие правила, и требования, предъявляемые субъекту, соответствует уровню развития его умений, поэтому его личности ничто не угрожает. Наоборот, излишняя сосредоточенность на себе требует много психической энергии. Когда мы не заняты нашим Я, у нас появляется шанс справиться со своими ограничениями.

Особой риторической силой обладает остроумие. Шутка способна снять напряжение, поддержать отношения доверия и дружелюбия. Юмор создает атмосферу легкости, азарта, определенного куража (от франц. courage – «храбрость, мужество, смелость»). Самоирония поможет привнести особое состояние наслаждения от общения. Царить и царствовать, чувствовать себя внутренне свободным и уверенным в своих силах человек может в своем творчестве, в игре. Магнетической силой обладает поле эмоционального благополучия.

Общение с оптимистичными людьми наполнено положительными эмоциями. Как рекомендовал Барон Мюнхгаузен в пьесе Г. Горина: «Я понял, в чем ваша беда. Вы слишком серьезны. Серьезное лицо – еще не признак ума, господа. Все глупости на земле делаются именно с этим выражением. Вы улыбайтесь, господа, улыбайтесь!» Напряженный человек обычно черствый человек. Пессимисты действуют на нас угнетающе, хочется держаться от них подальше, так как они распространяют вокруг себя поле безысходного уныния. Иммунитет на помехи, на раздражение поможет вам проявить необходимое самообладание в трудных речевых ситуациях в реальной жизни. Как говорят, хочешь, чтобы жизнь тебе улыбнулась, прежде улыбнись ей сам.

Можно порекомендовать тем, кто заинтересован преодолеть излишнее волнение, посмотреть историческую драму Тома Хупера под названием «Король говорит!» (англ. *The King's Speech* – дословный перевод: «Королевская речь»). Фильм удостоен награды «Оскар» в четырёх номинациях, в том числе как «Лучший фильм». Сюжет рассказывает о герцоге, который готовится вступить в должность британского короля Георга VI, отца королевы Елизаветы II. Измученный страшным нервным заиканием и в связи с этим сомнениями в своих способностях произносить публичные речи, Георг обращается к логопеду. Занятия речью, интересные методики тренировок помогают Георгу обрести уверенность в себе.

Наше видение действительности, интерпретация какого-либо события – причем в гораздо большей мере, чем само событие, – и выступает основным компонентом переживания стресса. Тревоге и страху противоположно чувство удовольствия. Удовольствие возникает как гармония между организмом и его окружением. Когда пульсация энергии или чувства осуществляется свободно, то каждый наш шаг несет в себе удовольствие. Произнесение публичной речи может вызвать ответную реакцию тогда, когда говорящий испытывает искреннее удовлетворение от своей деятельности. Тогда возникнет и доверительность, и заразительность в общении со слушателями. Именно глубинное внутреннее состояние удовольствия, самоотдачи, а не веселость. Энтузиазм не декларируют, а излучают. Таков наш собеседник, в глазах которого мы видим блеск, в движениях – осмысленность.

Он смотрит с интересом, слушает с особым вниманием. Движения его легки и непринужденны, ощущение внутренней жизненной энергии проявляется в хорошем мышечном тоне. Удовольствие, в конечном счете, – это ритмическая пульсирующая вибрация тела, которая передается в атмосферу и влияет на людей, находящихся в непосредственном окружении. Паралич мышечной системы делает тело напряженным, потеря уверенности делает человека безжизненным и невосприимчивым. Мышечный спазм ограничивает свободу движения, движения становятся неестественными, неловкими.

Известно, что человек обладает двойственной природой. Он является не только сознательно действующим, но и бессознательно реагирующим. Атмосфера чрезвычайности отражается на телесном уровне выделением адреналина, нарастанием мышечного напряжения. Во всех болезненных состояниях движения тела нескоординированы и судорожны, в удовольствии – плавны и ритмичны, сохраняется высокая степень координации. Происходит это потому, что тому, кто борется, приходится прилагать усилия, чтобы скрыть свое состояние, тогда как, будучи свободными, мы просто отдаемся течению. Удовольствие и мышечная свобода являются базовым состоянием здорового тела. Поскольку движения – это язык тела, по качеству движений человека можно определить его самочувствие. Чрезвычайная ситуация, которой является публичное выступление, бросает вызов нам и вынуждает действовать. Страх, называемый «ораторской лихорадкой», парализует физическую и ментальную активность. Когда подобное состояние овладевает оратором, он оказывается совершенно неспособным к творчеству. Он не в силах сосредоточиться ни на одной творческой задаче, вся его энергия уходит на обслуживание этой пагубной для него доминанты. Всё вокруг действует угнетающе. Если же страх объявить своим союзником, то возникает интересная задача – договориться с союзником. Предвкушение удовольствия становится источником приятных переживаний. В этих условиях необходимое усилие дается легко и спокойно. Человеку свойственно находить удовлетворение в ситуациях, требующих напряжения; например, в спортивных состязаниях, напряжение только усиливает возбуждение. Нарастание возбуждения является само по себе приятным ощущением для человека, если существует перспектива его высвобождения.

Неспособность нормально дышать является одним из серьезных препятствий к восстановлению равновесия и эмоционального здоровья оратора. Дыхание представляет собой базовую пульсацию тела и основу для рождения звука голоса. Глубокое дыхание заряжает тело и, в буквальном смысле, привносит в него жизнь. Неумение свободно дышать может проявляться в момент волнения спазмами шейной мускулатуры. Эти напряжения влияют на качество голоса. Это, как правило, проявляется в чрезмерно поднятой, надутый грудной клетке и затрудненном дыхании. Человек в состоянии паники чувствует, что ему не хватает воздуха. И наоборот, если не получает достаточно воздуха, он впадает в панику. Паника всегда деструктивна.

Дыхание в глубинном смысле напрямую связано с духом, или душой. Можно сказать, оно поддерживает огонь жизни. Благодаря дыханию мы оказываемся созвучны атмосфере. Все восточные философии согласны в том, что дыхание содержит секрет силы и выносливости.

«Силовое поле», которым окружено тело человека, его аура наполняют речевое действие особой энергией. Эта психологическая убежденность, в свою очередь, придает осмысленность и уверенность движениям, делает их легкими и непринужденными. Грация – это красота движения, это умение слышать и понимать свое тело. Движения человека приобретают пластичность в состоянии удовольствия от совершаемого действия. Чем свободнее становится человек в своих движениях, тем более они скоординированы. Поза, жесты, мимика непременно передадут все оттенки этого глубинного внутреннего состояния гармонии. Признаком полной самоотдачи и уверенности в своих силах является свечение. Свет внутренней улыбки сопровождает процесс плодотворного общения, эмпатии, сопереживания.

С помощью потягивания, активного зевания, глубокого дыхания с задержкой, встряхивания телом, активных движений и массажа рук можно снять излишнее волнение. В управлении движениями руки, например, участвует больше нейронов, чем в движениях любой другой части тела.

Массируя пальцы на руках или болевые точки на теле, используя спокойное глубокое дыхание, человек входит в особое состояние, в котором нам легче всего воздействовать на свои эмоции и ощущения. Оказывается, пальцы рук – это главные «генераторы» страхов,

тревоги, раздражительности и неуверенности в себе. Массируя или легонько сжимая их, вы не только избавляетесь от негативных эмоций, но и способствуете улучшению состояния определённых органов тела. Эти простые приспособления помогут восстановлению естественной телесной спонтанности.

Побороть вялость, уныние и апатию; не упоминать о возможностях поражения, провала; полагаться на себя, проявить характер – всё это в наших силах. Красноречие языка тела и сила звучания любого человека – это отражение его опыта, принципов и установок, психологических травм и стиля мышления. Плечи и голова опускаются под грузом нерешенных проблем. Мышцы напрягаются и превращаются в тугой комок от тревоги, долгого беспокойства или страха. Если травмирующая ситуация повторяется снова и снова, тело человека заковывается в мышечный «панцирь» – броню, которая и призвана его охранять. Она иногда помогает спрятать отрицательные эмоции, но и внутренняя гармония при этом тоже утрачивается. Этот панцирь блокирует подвижность и гибкость тела, создает хронические зажимы, которые проявляются и на физическом, и на психологическом уровне. Простые задачи оказываются не по плечу из-за постоянного напряжения, которое становится привычным и почти не чувствуется, чувства теряют остроту и силу. Если снять зажимы и рассмотреть все из состояния внутреннего равновесия, спокойного и расслабленного, то отпадает необходимость защищаться, рождается чувство уверенности и внутренней силы. Когда ритор по-настоящему поглощен своей речевой деятельностью, психическая энергия больше не расходуется впустую на преодоление стресса, а способствует укреплению нашей личности. Тогда возникает чувство внутреннего удовлетворения.

Как музыкант постоянной тренировкой поддерживает подвижность пальцев, так и упражнения голосо-речевого тренинга способствуют развитию эластичности и подвижности мышц речевого аппарата – нашего инструмента. Это необходимо, чтобы позднее получить право, забыв свою кропотливую подготовительную работу, отдаться свободно творческой интуиции, искусству речи, неизменным условием которого является легкость. Систематическая тренировка укрепляет речевой аппарат, предохраняет его от срывов, подготавливает к творческому процессу. Техника в искусстве способна иной раз

как-то притушить искру вдохновения у посредственного художника, но она же раздувает эту искру в неугасимое пламя у подлинного мастера, об этом не раз говорили мастера сцены.

Как блестяще заметил академик В. О. Ключевский, тяжело говорить – очень легко, легко говорить – очень тяжело. Продолжая эту мысль, скажем, что мастерство при выполнении любого дела обязательно включает в себя этот важный показатель качества. Личный рост и творчество, новизна являются важными аспектами укрепления чувства уверенности.

Тренировка всех элементов внешней и внутренней техники речи, театральные игры дают каждому ощущение хозяина своих собственных сил и возможностей. В жизни, по сравнению с игрой, человеческая активность может быть понижена. Игра как особая форма человеческих взаимодействий, повышая интенсивность существования, требует предельной мобилизации сознания и интуиции, воспламенения творческого чувства. Легкость игры не означает отсутствия подлинных усилий. Постановка игровой задачи при воспроизведении модели коммуникативного акта может быть нацелена на развитие смелости, настойчивости, инициативы, смекалки. Игровое действие способствует развитию внимания, наблюдательности, памяти, воли. Игра служит развитию мышления, воображения, навыка согласованного взаимодействия. Очарование игры состоит в непредсказуемости, в рискованной свободе выбора решения и удовольствии, приносимого испытанием и употреблением своей силы. Известно, что любая работа по самосовершенствованию имеет важную особенность: она не может быть навязана человеку против его воли. Если что-то не получается, не удается, необходимо использовать возникшие трудности в интересах личного роста.

Мышление дает нам возможность прокрутить действие в уме перед тем, как приступить к его осуществлению. Наличие цели и стремление к ней побуждают к активной работе мысли. Важно практиковаться, чтобы закреплять опыт, смело идти вперед и делать не только «работу над ошибками», но и анализировать свои, пусть самые незначительные, успехи, назовем это «работой над успехом». Это поможет обрести веру в себя.

Уверенность в себе напрямую связана с характеристиками личности, уровнем ее развития и зрелости. Уверенность в себе – это качество людей, которые хорошо знают, что они делают и чего хотят. Они дружелюбны и спокойны, бодры и энергичны. Они открыто выражают свою позицию, их взгляды и действия четки и ясны, лишены показной бравады. Они не боятся совершать ошибки, от которых никто не застрахован. Известная рекомендация гласит: чтобы чувствовать себя смелым, действуйте смело. Созидательной силой обладает оптимизм, энергия позитивного мышления, энергия любви. Творческая реализация необходима и себе самому, и окружающим тебя людям. Эффективная речевая деятельность помогает ратору максимально раскрыть себя. Мы можем пробудить в других только то, что звучит в нас самих: бодрое настроение, звучание в «мажорной» тональности обеспечит нам поддержку окружающих людей. И если оратор излучает спокойствие, искренность, благожелательность, оптимизм, уравновешенность, заинтересованность, здоровье, если он выходит с любовью к своей аудитории, он заряжается ответной энергией доброжелательности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Лоуэн Александр* Удовольствие: Творческий подход к жизни: Пер. с англ. – М., 2008.
- Марченко О. И.* Тривіальная риторика: логос, этос, пафос. – СПб., 2001.
- Марченко О. И.* Основы красноречия. Риторика как наука и искусство убеждать. / Учебное пособие – М., 2016.
- Чиксентмихайи Михай.* Поток: Психология оптимального переживания Mihaly Csikszentmihalyi, 1990. – Альпина нон-фикшн, 2019.

REFERENCES

- Lowen Alexander* Pleasure: A Creative Approach to Life: Per. from English – М., 2008.
- Marchenko O. I.* Trivial rhetoric: logo, ethos, pathos. – SPb., 2001.
- Marchenko O. I.* Fundamentals of eloquence. Rhetoric as a science and art of persuading. / Textbook – М., 2016.
- Chiksentmihaii Mihai.* Stream: Psychology of Optimal Experience Mihaly Csikszentmihalyi, 1990. – Alpina non-fiction, 2019.

УДК

Потапова Родмонга Кондратьевна

Доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой прикладной и экспериментальной лингвистики факультета английского языка ФГБОУ ВО МГЛУ;
e-mail: RKPotapova@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ЛИНГВИСТИКА

В статье рассматривается задача построения автономной исследовательской системы, основанной на использовании облачных сервисов для получения временных оценок эффективности функционирования распределенной системы удаленной работы с интегрированными речевыми базами данных. Такая система позволит разрабатывать базовые технологические решения с использованием механизмов реализации удаленного доступа к накопленным и систематизированным данным в интегрированных речевых базах данных. Использование облачных сервисов как новой парадигмы организации инфраструктуры и создания распределенных приложений позволит разработать пакет облачных масштабируемых web-сервисов для унифицированного мультиплатформенного удаленного доступа к интегрированным речевым базам данных в облачном хранилище данных.

Ключевые слова: лингвистическая информация, интегрированная речевая база данных, облачное хранилище данных.

Potapova Rodmonga Kondratyevna

Doctor of Philology Science, Professor,
Head of the Applied and Experimental Linguistics Department, Moscow State Linguistic University;
e-mail: RKPotapova@yandex.ru

MODERN CLOUD TECHNOLOGIES AND LINGUISTICS

The article discusses the problem of constructing a research standalone system based on the use of the cloud services to obtain time estimations for functioning performance of a distributed system for remote work with integrated speech databases (SDBs). Such a system will make it possible to develop basic technological solutions using mechanisms for implementing remote access to accumulated and systematized data in SDBs. The use of cloud services as a new paradigm for organization of infrastructure and creation of distributed applications will help develop a package of cloud scalable web-services for unified multi-platform remote access to integrated SDBs in the cloud data storage.

Keywords: linguistic information, integrated speech database, cloud data storage.

ВВЕДЕНИЕ

Облачные сервисы представляют собой новую парадигму организации инфраструктуры и создания распределенных приложений. Применение облачных сервисов позволяет реализовывать масштабируемое удаленное размещение приложений и ресурсов, которые потребляются в виде сервисов. Формирование механизмов удаленного доступа к интегрированной речевой базе данных включает в себя использование следующих групп сервисов:

- ◆ вычислительные сервисы, реализующих контейнеры для приложений с поддержкой современных технологий разработки;
- ◆ сервисы хранения данных, представляющих собой масштабируемую распределенную систему хранения данных, поддерживающую табличные структуры, BLOB-объекты, очереди;
- ◆ сервисы обеспечения безопасности, реализующие управление доступом и интеграцию с существующими системами управления идентификацией;
- ◆ коммуникационные сервисы, используемые для взаимодействия с другими облачными или обычными сервисами;
- ◆ прикладные сервисы, предоставляющие вспомогательные компоненты и сервисы, применяемые для создания облачных приложений и других прикладных сервисов. Задача создания распределенной интегрированной мобильной системы для удаленной работы с интегрированной речевой БД позволит получать оперативный доступ к накопленным и систематизированным данным с любого устройства из любой точки мира.

Разработка комплекса программных средств администрирования речевых БД

Облачное хранилище данных (cloud storage) представляет собой модель онлайн-хранилища, в котором данные хранятся на одном или нескольких удаленных серверах, доступных посредством сети. Эти удаленные хранилища данных обслуживаются и поддерживаются третьей стороной, что позволяет отказаться от приобретения собственных серверов и их администрирования. С точки зрения пользо-

вателя данные, хранимые в облаке, рассматриваются как хранимые на некотором едином виртуальном сервере.

Для выбора облачного хранилища данных, обладающего наиболее оптимальными характеристиками для размещения и использования интегрированной речевой БД, первоначально следует определить критерии сравнения существующих облачных хранилищ. К таким критериям следует отнести:

- возможность размещения больших объемов данных, что характеризует речевые БД, содержащие в своей основе звуковые файлы;
- удобство управления и обработки данных в облачном хранилище, наличие стандартизированного языка работы с данными;
- масштабируемость базы данных, используемой в облачном хранилище;
- применение интегрированного хранения данных в облачном и серверном хранилище данных;
- предоставление удобных программных интерфейсов для взаимодействия с информацией из речевой базы данных, размещенной в облачном хранилище;
- возможность унифицирования механизмов доступа к данным размещенным как в облачном хранилище, так и в традиционной серверной базе данных;
- наличие удобных средств администрирования облачного хранилища данных;
- обеспечение механизмов защиты хранимых данных;
- предоставление API программного интерфейса для реализации мобильного доступа к интегрированной речевой базе данных, размещаемой в облачном хранилище.

При использовании свободного ПО наибольший интерес представляют следующие платформы для облачных хранилищ:

- OpenStack;
- CloudStack;
- Eucalyptus [Баженова 2013].

Среди готовых функционирующих облачных инфраструктур следует выделить:

- Amazon Web Services (AWS);
- Google App Engine (GAE);
- Windows Azure & Azure SQLServer;
- Oracle Cloud.

Облачные вычисления – это модель предоставления повсеместного и удобного сетевого доступа к общему пулу конфигурируемых вычислительных ресурсов (сетей, серверов, систем хранения, приложений и сервисов), которые могут быть быстро предоставлены и освобождены с минимальными усилиями по управлению и необходимостью взаимодействия с провайдером услуг (сервис-провайдером). Облачная инфраструктура может быть реализована на базе четырех основных моделей развертывания:

Частное облако (Private cloud). Облачная инфраструктура функционирует в пределах одной организации. Она может управляться самой организацией или третьей стороной, может существовать как на стороне потребителя, так и у внешнего провайдера.

Совместное облако (Community cloud). Облачная инфраструктура используется несколькими организациями и поддерживает ограниченное сообщество, разделяющее общие принципы, например, в сфере требований безопасности, политики и др. Такое облако управляться как самими организациями, так и третьей стороной, оно может быть расположено как на стороне потребителя, так и на внешних ресурсах.

Публичное (общественное) облако (Public cloud). Данная облачная инфраструктура создана в качестве общедоступной или доступной для большой группы пользователей. Пользователи могут быть не связаны между собой какими-либо интересами, но у них может быть одна сфера деятельности. Данная структура находится во владении организации, которая предоставляет услуги.

Гибридное облако (Hybrid cloud). Облачная инфраструктура является композицией двух или более облаков (включая и частные, и общие, и публичные), которые остаются независимыми друг от

друга, но они объединены стандартизованными и частными технологиями, обеспечивающими портируемость данных и приложений между ними.

Наиболее часто используются публичные и частные облака. Они обладают как совместными достоинствами, такими как высокая эффективность, высокая доступность, эластичная масштабируемость, быстрое развертывание, так и рядом преимуществ, которые доступны только для одного типа облака.

Для формирования интегрированной речевой базы данных следует решить две основные задачи: **упорядоченное накопление данных** и **размещение этих данных в облачном хранилище** [Баженова 2006, 2007].

Для решения второй из упомянутых задач определен следующий **алгоритм развертывания интегрированной речевой БД в выбранном облачном хранилище данных.**

- 1. Создание сервера SQL Azure.**
- 2. Создание самой базы данных.**
- 3. Выбор механизма переноса данных в SQL Azure.**

Для развертывания баз данных в SQL Azure можно использовать как инструментальные средства, так и реализовывать перенос данных программным путем. К наиболее удобным инструментальным средствам переноса данных можно отнести следующие:

- ✓ мастер Generate and Publish Scripts Wizard в MS SQL Server;
- ✓ SQL Azure Migration Wizard;
- ✓ Embarcadero DBArtisan для SQL Azure;
- ✓ утилита командной строки BCP;
- ✓ SQL-оператор CREATE DATABASE AS COPY OF.

На рис. 1 показана возможная конфигурация двух приложений (пунктирной линией обведены конфигурируемые для соединения группы). Для каждой группы определяются точки входа (endpoint). Левое приложение, развернутое в Windows Azure, содержит три роли, две из которых (web-роль и 1 и прикладная роль 1) сконфигурированы для доступа к серверам в инфраструктуре предприятия. Для правого приложения конфигурации Web-роли содержат информацию о домене.

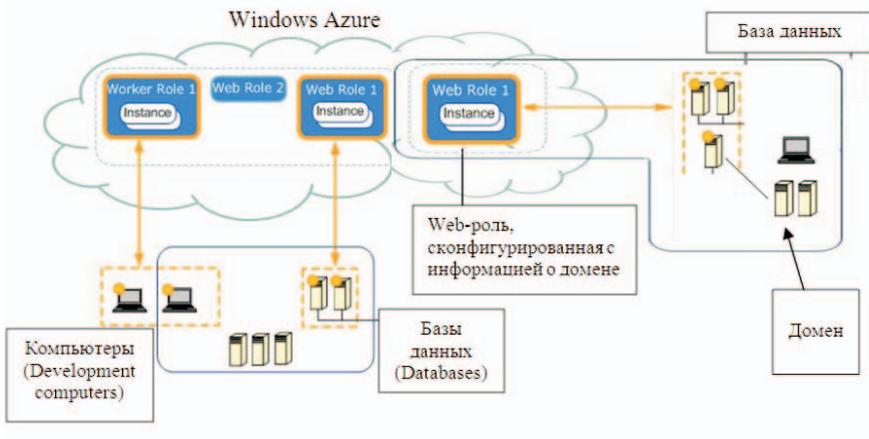


Рисунок 1. Конфигурирование интегрированной системы

Для разработки создаваемой интегрированной системы следует использовать среду Visual Studio, которая позволяет формировать приложения, являющиеся сервисами для Windows Azure, и приложения, реализующие доступ к базе данных SQL Azure, размещенной в облаке [Таненбаум, Вудхал 2007].

Большинство лингвистической информации в речевых базах данных формируется в виде **иерархических структур**, что связано как со спецификой самого языка как системного явления, так и с традицией описания фактов языка в форме разнообразных классификаций, которые легче всего визуализировать в форме древовидной структуры [Потапова 2010, 2014] (см. рис 2).

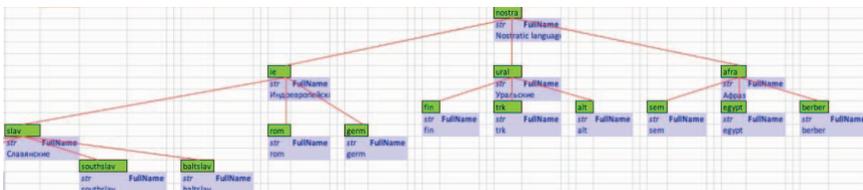


Рисунок 2. Фрагмент возможной иерархической структуры БД «Языки мира»

Программное обеспечение для создания и модификации аннотированных лингвистических (речевых) баз данных, интегрированных в облачные хранилища данных

Большая часть лингвистической информации в устно-речевых базах данных формируется в виде данных в формате звуковых файлов. Для выполнения поисковых запросов лингвистической информации в устно-речевые базы данных желательно включать аннотированные данные, описывающие хранимые в базе данных звуковые файлы. Наличие аннотированных данных позволяет реализовывать эффективные механизмы поиска фрагментов звучащей речи в устно-речевых базах данных [Потапова, Потапов 2016].

В целях обеспечения оптимального набора возможностей для работы с базами данных, включающими звуковые файлы, в рамках выполнения проекта была создана специальная программа-конвертер устно-речевых баз данных в аннотированные речевые базы данных, позволяющий:

- извлекать устно-речевую лингвистическую информацию как из локальной базы данных, из файлов, размещаемых в файловой системе, из облачной базы данных SQL Azure;
- обрабатывать заголовок звукового формата файла;
- воспроизводить любые части устно-речевой лингвистической информации из файла в звуковом формате (wav);
- производить аннотирование устно-речевой лингвистической информации, выполняя разбивку звучащей речи на фреймы (кадры) по фразам и словам;
- сохранять на внутреннем языке разметки полученные аннотированные данные;
- выполнять поиск лингвистической информации в звуковых файлах устно-речевых баз данных с применением сформированных аннотированных данных, что позволяет воспроизводить любой искомый фрагмент звучащей речи с целью ее воспроизведения.

Для выполнения поисковых запросов лингвистической информации в устно-речевых базах данных необходимо дополнять файлы с фонограммами звучащей речи аннотированными данными, формируя тем самым аннотированные речевые базы данных.

Программа конвектор позволяет интерактивно формировать аннотированные данные для файлов звучащей речи, выполняя разбивку по фреймам на слова и фразы. Аннотированные данные записываются на внутреннем языке разметки, используемом для нахождения текстовых фрагментов в файлах со звучащей речью.

Программа позволяет получать устно-речевую лингвистическую информацию из различных источников, таких как таблица базы данных, или файл.

Параллельно с данными в звуковом формате (WAV) для обрабатываемой устно-речевой лингвистической информации используются текстовые данные, на основе которых формируется аннотирование устно-речевой лингвистической информации, включающее как текстовые данные, так и их привязку к конкретным позициям в звуковом файле. Такой механизм позволяет реализовать воспроизведение любых частей устно-речевой лингвистической информации из данных в звуковом формате.

Облачный сервис – программа «Фрагментирование речевых файлов»

Программа «Аннотирование речевых баз данных» позволяет формировать текстовые аннотации к речевым файлам, включающие в себя как непосредственно текст звучащей речи, так и описание текста на специально разработанном внутреннем языке. В этом описании указываются начальные фреймы всех фраз и слов. Для выполнения полнотекстового поиска в аннотированной речевой базе данных некоторого фрагмента файла звучащей речи разработан алгоритм, позволяющий на основе аннотированных данных сначала определить требуемый файл звучащей речи, далее найти диапазон с фрагментом звучащей речи, а в завершении выполнить выделение найденного фрагмента и оформление его как самостоятельного файла звучащей

речи [Potapov 2014]. Такой файл далее может быть прослушан любыми штатными средствами. Для решения задачи выделения отдельных фрагментов речевых файлов и формирование их как отдельных самостоятельных файлов разработана программа «Фрагментирование речевых файлов». Апробированный в данной программе алгоритм может быть реализован в веб-сервисах, размещаемых в облачной инфраструктуре для обработки интегрированных речевых баз данных в облачных хранилищах данных.

Для работы с создаваемым облачным хранилищем данных необходимо определить минимальную базовую функциональность, определяемую характером интегрируемой лингвистической информации. Задачи управления облачным хранилищем данных можно разделить на три группы:

- ◆ задачи администрирования данных;
- ◆ поиск хранимой информации по различным лингвистическим критериям в интегрированной речевой базе данных;
- ◆ поиск в аннотированных речевых данных требуемых фрагментов речи.

К лингвистическим критериям поиска предлагается отнести следующие:

- поиск по гендерному фактору;
- поиск по тематическому классификатору;
- поиск по классификатору чтения одинаковых текстов различными дикторами;
- поиск по видам речевой деятельности (монолог, диалог, полилог);
- поиск по классификаторам индивидуальных особенностей дикторов (возраст, вес, вид деятельности и т. п.).

Разработанная программа администрирования интегрированной речевой базы данных реализует предложенные лингвистические критерии поиска информации в интегрированной речевой базе данных.

В качестве иллюстрации может быть представлена следующая схема исследовательского стенда (см. рис. 3).

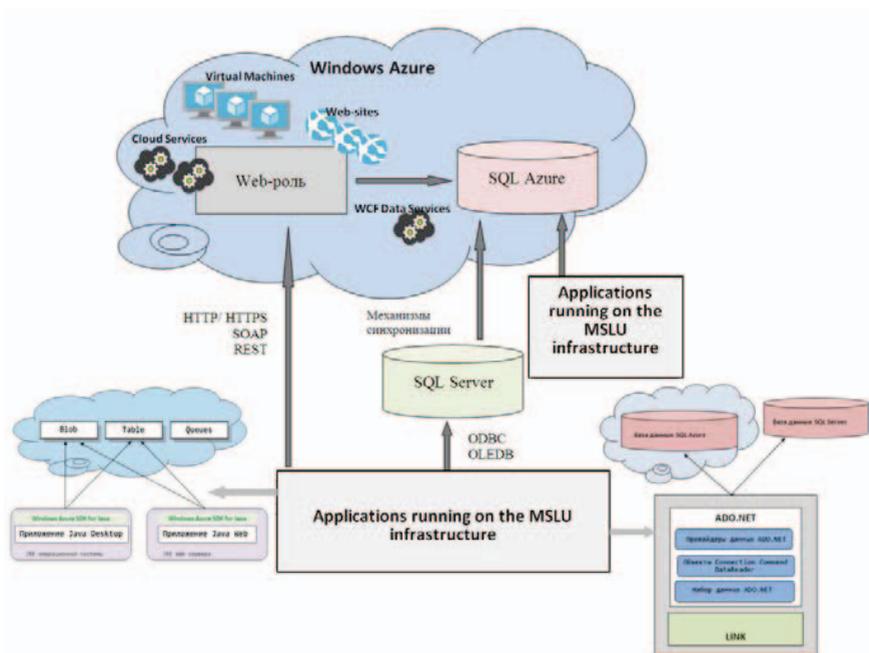


Рисунок 3. Схема исследовательского стенда

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Размещение речевой базы данных в облачном хранилище позволяет реализовать унифицированный доступ к данным из различных операционных окружений. Для формирования такой базы данных и ее сопровождения требуется наличие инструментальных средств, обеспечивающих как задачи наполнения базы данных, так и задачи выборки информации из формируемой интегрированной речевой базы данных.

Дальнейшее развитие исследований предполагает наращивание функционала разрабатываемой системы, дальнейшую разработку пакета облачных web-сервисов, решающих задачи сопровождения интегрированной речевой базы данных, размещенной в облачном хранилище, а также реализацию многоплатформенного доступа к речевым базам данных с учётом появления новых мобильных платформ и операционных систем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Баженова И. Ю.* Разработка приложений баз данных для облачных хранилищ данных. – LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013.
- Баженова И. Ю.*, Распределенные SQL приложения. – М.: «МАКС-Пресс», 2007.
- Баженова И. Ю.* Основы проектирования приложений баз данных. – М., 2006.
- Потанова Р. К.* Речь: коммуникация, информация, кибернетика. 4 изд. – М., 2010.
- Потанова Р. К.* Новые информационные технологии и лингвистика. – М., 2014.
- Потанова Р. К., Потанов В. В.* XVII Международная конференция SPECOM'2015 «Речь и компьютер» // Вопросы языкознания, № 3, 2016.
- Таненбаум Э., Вудхал А.* Операционные системы. Разработка и реализация. – СПб.: Питер, 2007.
- Potapov V. V.* Rhythmic structuring of the speech flow (regarding Slavic languages) // Вестник МГЛУ. Вып. 1 (687). – М.: ИПК МГЛУ РЕМА, 2014.
- Potapov V. V.* Speech Rhythmic Patterns of the Slavic Languages // Lecture Notes in Artificial Intelligence. – Heilderberg: Springer Verlag, 2014.
- Potapov V. V.* The concept of “speech rhythm patterns” in Russia: main trends in linguistic studies. // Вестник МГЛУ. Вып. 13(699)/ – М.: ИПК МГЛУ РЕМА, 2014.

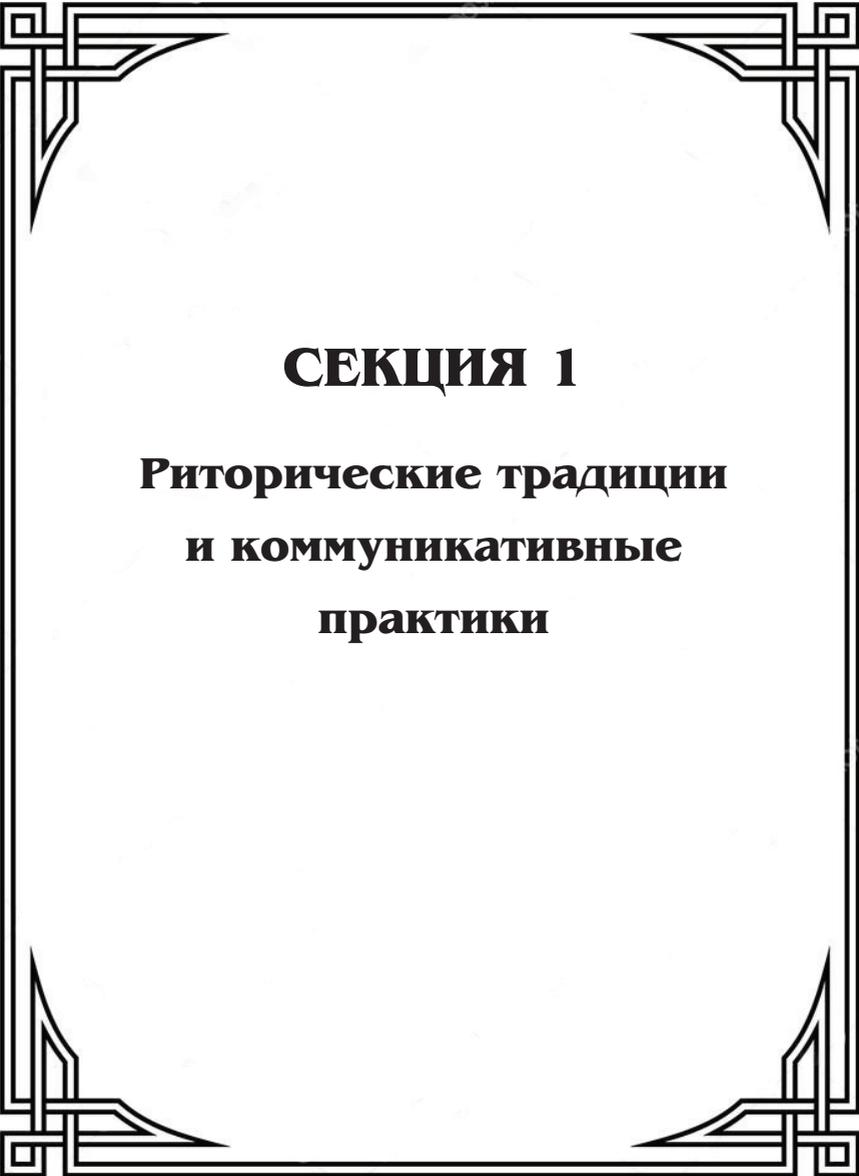
REFERENCES

- Bazhenova I. Yu.* Development of database applications for cloud data storages. – LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013.
- Bazhenova I. Yu.* Distributed SQL applications. – М.: «MAKS-Press», 2007.
- Bazhenova I. Yu.* Bases of database applications development. – М., 2006.
- Potapova R.K.* Speech: communication, information, cybernetics. 4th ed. – М., 2010.
- Potapova R. K.* New information technologies and linguistics. – М., 2014.
- Potapova R. K., Potapov V. V.* XVII International Conference SPECOM'2015 “Speech and Computer” // Issues of linguistics, № 3, 2016.
- Tanenbaum A., Woodhull A.* Operating Systems: Design and Implementation – St. Petersburg.: Piter, 2007.

Potapov V. V. Rhythmic structuring of the speech flow (regarding Slavic languages) // *Vestnik of Moscow State Linguistic University*. № 1 (687). – М.: FSBEI HE MSLU, 2014.

Potapov V. V. Speech Rhythmic Patterns of the Slavic Languages // *Lecture Notes in Artificial Intelligence*. – Heilderberg: Springer Verlag, 2014.

Potapov V. V. The concept of “speech rhythm patterns” in Russia: main trends in linguistic studies. // *Vestnik of Moscow State Linguistic University*. № 13(699). – М.: FSBEI HE MSLU, 2014.



СЕКЦИЯ 1

Риторические традиции и коммуникативные практики

УДК 378.147

Андреева Светлана Антоновна

Кандидат филологических наук

Исполняющий обязанности заведующего кафедрой стилистики
английского языка Факультета английского языка

Московского государственного лингвистического университета

Sandreeva1@yandex.ru

ОПЫТ ИЗУЧЕНИЯ РИТОРИКИ В АМЕРИКАНСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ К ПРЕПОДАВАНИЮ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Американские университеты рассматривают обучение навыкам письменной речи и публичных выступлений в качестве краеугольного камня высшего образования (уровень бакалавриат) вне зависимости от последующей специализации студентов. В университете штата Айова риторика как учебная дисциплина является обязательной для всех студентов в первом семестре. В статье рассматриваются учебные материалы и основные составляющие курса риторики университета штата Айова, а также то, каким образом опыт изучения риторики применяется в преподавании английского языка на факультете английского языка МГЛУ.

Ключевые слова: риторика; преподавание английского языка; публичное выступление; эссе.

Andreeva Svetlana Antonovna

Ph. D. of Linguistic Science

Acting head of the department of English stylistics of Faculty
of the English language of Moscow State Linguistic University

Sandreeva1@yandex.ru

ON THE EXPERIENCE OF STUDYING RHETORIC AT AN AMERICAN UNIVERSITY AND ITS APPLICATION TO FOREIGN LANGUAGE TEACHING

American universities view the development of writing and speaking skills as the cornerstone of higher education (baccalaureate level) irrespective of the students' future specialization. At the University of Iowa Rhetoric as a subject is obligatory for all students in Semester 1. The article contains an overview of the teaching materials and major components of the course of Rhetoric at the University of Iowa, as well as how the experience of studying rhetoric is applied to teaching the English language at the faculty of the English language at MSLU.

Keywords: rhetoric; English language teaching; public speaking; essay.

ВВЕДЕНИЕ

В американских университетах (уровень бакалавриата) формирование навыков письменной и устной речи признается одной из краеугольных составляющих высшего образования на начальном этапе. Предполагается, что все студенты в первом семестре в обязательном порядке изучают курс риторики, который имеет широкое практическое применение на последующих курсах.

Университет штата Айова, расположенный в г. Айова-Сити (штат Айова), в котором автор статьи проходила стажировку в 1991 г., не явился исключением. При этом необходимо отметить, что курс риторики не только являлся обязательным для всех студентов-первокурсников, он был обременен дополнительными условиями: студенты не имели права отказаться от этого курса¹ и в случае получения неудовлетворительной оценки подлежали отчислению из университета. Естественно, что в таких условиях студенты занимались в целом усердно и стремились получить положительную оценку, одновременно осваивая предмет.

Учебные материалы

Для занятий студенты приобретали два учебных пособия: пособие по устной коммуникации [Gronbeck 1988] и по написанию эссе [Knefel 1991]². Рассмотрим каждое пособие подробно.

Учебное пособие Б. Гронбека «Принципы устной коммуникации»³ (Principles of Speech Communication) состоит из 16 глав. Глава 1 посвящена общим вопросам публичных выступлений; Глава 2 рассматривает публичные выступления с позиции слушающего. Глава 3 посвящена планированию и подготовке выступления. В Главе 4 излагаются

¹ Выборность предметов в американской системе высшего образования позволяет студентам в течение первых 14 дней семестра менять свое расписание, отказываться от каких-то предметов и переходить из группы в группу. На риторику такие права не распространяются, допустимо лишь изменение группы, в которой студент занимается, при наличии мест и конфликта с иными предметами.

² По окончании семестра студенты имели возможность продать пособия, а другие студенты – приобрести эти подержанные экземпляры, но в большинстве случаев учебники оставались в личных библиотеках студентов.

³ Все переводы выполнены нами – С. А.

советы по анализу потенциальной аудитории. Глава 5 включает информацию о том, на какие материалы можно опираться при публичном выступлении. Глава 6 посвящена структурированию выступления, Глава 7 уделяет отдельное внимание вступлению и заключению, Глава 8 – выбору языковых средств (лексике, стилю, риторическим стратегиям). В Главе 9 автор рассматривает использование наглядных средств. Только в Главе 10 автор переходит к непосредственному описанию особенностей речи в ходе публичного выступления. Главы 11–14 посвящены разным видам публичных выступлений (выступлениям с целью информирования, мобилизации и убеждения, доказательства определенной точки зрения, а также выступлениям по специальному поводу). Наконец, Глава 15 обращается к интервьюированию как виду публичного выступления, а Глава 16 – к особенностям коммуникации в группе. Пособие также содержит образцы публичных выступлений для самостоятельного анализа.

Каждая глава имеет сложную структуру. В ней излагаются основные теоретические положения, иллюстрированные (при необходимости) схемами и рисунками. В конце главы даются практические задания, связанные с материалом главы.

Интерес представляют разделы под названием «В поисках совершенства» (“In Pursuit of Excellence”). Они посвящены таким важным вопросам, как преодоление застенчивости, предотвращение обвинений в плагиате, этические вопросы публичных выступлений, использование юмора и даже выбор одежды для создания правильного впечатления. В некоторых главах эти разделы содержат примеры публичных выступлений, которым предшествует краткий анализ (по сути, ключевые моменты, которые до этого рассматривались в главе).

Учебное пособие Д. Нефеля «Цели эссе: хрестоматия и рекомендации» (“Aims of the Essay: a Reader and Guide”) включает в себя 9 глав. Глава 1 посвящена общим вопросам написания эссе, Главы 2–8 рассматривают отдельные виды эссе (все названия начинаются словами “Writing to...” («Написать, чтобы...»)), после которых указываются такие цели эссе как выразить себя / осуществить рефлексии, проинформировать, проанализировать / объяснить, доказать / аргументировать, убедить через экспрессивность или эмоциональность, рецензировать, развеселить); Глава 9 содержит примеры различных видов

эссе, принадлежащих перу известных людей, например, Курта Воннегута или Норы Эфрон.

Глава 1 выделяется в общем ряду своим общим характером – она содержит рекомендации организации процесса написания эссе. В частности, автор выделяет такие этапы, как постановка задачи, поиск и отбор материала, формулирование тезиса, планирование эссе, написание первого варианта текста, самокритика и редактирование, написание финального варианта работы.

Главы 2–8 структурно схожи. Каждая начинается с краткого описания основных характеристик рассматриваемого типа эссе и сопровождается отрывком из соответствующего эссе с пояснениями автора учебного пособия. Далее следуют стратегии изложения материала (например, для эссе, написанного с целью информирования, такие стратегии включают цитирование, описание, формулирование определений, а для аргументативного эссе – использование индуктивного и дедуктивного методов изложения). После этого автор предлагает студентам схему для самопроверки при написании определенного типа эссе, которая содержит перечень вопросов, которые студент должен задать сам себе на каждом этапе (изложенном в Главе 1). Далее глава содержит несколько эссе с вопросами и заданиями, возможные аналогичные темы / задания для самостоятельной работы, образцы студенческих эссе с комментариями и перечень тем для самостоятельного написания эссе. Таким образом, можно видеть, что учебное пособие логично структурировано, ориентировано на практическое использование, содержит большое количество образцов для анализа и подражания лучшим практикам и последовательно ведет студентов от более простых эссе к более сложным, одновременно поддерживая единство плана работы над каждым текстом.

Организация учебных занятий по риторике в американском университете

Учебный план университета штата Айова предполагал два занятия в неделю по 50 минут, в группе, которая состояла из 20 человек. Работа над развитием навыков публичного говорения и написания эссе велась параллельно, студенты преимущественно работали индивидуально, хотя групповые задания также периодически давались.

Любопытно, что занятия в нашей группе вела аспирантка, а не преподаватель университета. По-видимому, университет считал излишней тратой направлять на эти занятия профессора или доцента, но и аспирантка была весьма требовательна и ответственна.

Устные задания предполагали, например, публичное выступление с целью представить себя аудитории; обязательным для этого выступления было нарисовать своеобразный «герб», отражающий ключевые индивидуальные характеристики выступающего, а потом отразить их в своем выступлении. Очень важным заданием для финальной оценки было выступить с речью, направленной на убеждение аудитории в вопросе, по которому существуют достаточно полярные точки зрения. Это выступление оценивалось тремя случайно выбранными студентами и оказывало влияние на оценку за задание; при этом студенты должны были оценивать именно выступление, не позволяя своим оценкам подпасть под влияние собственного согласия / несогласия с темой выступления. Их работу также оценивали

Домашние задания по эссе были значительными, они предполагали подробное ознакомление с теоретическими положениями и образцом эссе соответствующей главы с последующим обсуждением того, каким образом характеристики этого типа эссе отражены в тексте. После этого предполагалось самостоятельное написание аналогичного эссе на тему, выбранную студентом. На последующих занятиях студенческие эссе комментировались преподавателем, особенно в тех случаях, когда преподаватель выявлял какую-то системную ошибку и считал необходимым еще раз обратить на это внимание группы или ее части. Любопытно, что на начальном этапе курса русскоязычные студенты имели тенденцию в некотором роде «растекаться мыслию по древу» (в первую очередь, ввиду стремления сделать текст интереснее для читателя), в то время как жанр эссе предполагал очень четкий центральный стержень текста, не допускающий отклонений не по существу.

Необходимо отметить, что в рамках курса риторики часть заданий была направлена на обучение студентов именно навыкам научной работы (хотя в пособии нет соответствующих разделов). Это хотелось бы отметить в качестве чрезвычайно важной составляющей курса.

Так, на первой неделе одно из занятий было проведено в библиотеке, чтобы ознакомить студентов с ее организацией и научить поиску литературы с использованием электронного и бумажного каталогов. Проверка осуществлялась с помощью нескольких заданий, для выполнения которых требовалось, например, найти автора книги, зная ее шифр, или страницы статьи, зная название журнала и автора статьи, или составить список литературы по определенной теме.

Для написания информационного эссе необходимо было воспользоваться не центральной библиотекой, а библиотекой одного из колледжей или факультетов университета, в которой надо было найти три источника к самостоятельно сформулированной теме эссе, а затем написать это эссе, соблюдая правила цитирования и ссылок на литературу.

Необходимо подчеркнуть, что вопросу борьбы с плагиатом уделялось очень большое внимание. С самого начала до студентов было доведено положение о том, что обнаружение плагиата в работах является основанием для автоматического отчисления из университета.

Использование опыта курса риторики в преподавании в МГЛУ

На факультете английского языка МГЛУ риторика не представлена как отдельная дисциплина, но отдельные составляющие курса были использованы в рамках программы повышения квалификации и используются в настоящее время при преподавании практикума по культуре речевого общения. Любопытным представляется не только, каким образом используются полученные нами знания и навыки, но и какие проблемы возникали при попытке внедрить части курса риторики в преподавание английского языка.

Практикум по культуре речевого общения. В рамках этого курса выделяются такие аспекты, как анализ текста и практикум межкультурного общения.

В преподавании анализа текста используется информация об особенностях аргументативного и персуазивного (persuasive) эссе, которая применяется при письменном и устном анализе соответствующих текстов. Более сильные группы получают возможность рассмотреть

языковые особенности эссе, направленного на рецензирование книги или спектакля. Написание эссе студентами не планируется.

В преподавании практики межкультурного общения делались попытки сформировать и в дальнейшем использовать как навыки написания эссе, так и навыки публичного выступления. К сожалению, в этих случаях возникали трудности, которые могут быть обусловлены такими причинами, как недостаточное владение теоретическими знаниями об особенностях публичных выступлений (поскольку риторика не является отдельным самостоятельным курсом, знакомство с этими особенностями носит достаточно поверхностный характер в рамках курса), а также – по нашему мнению – культурными особенностями русскоязычных студентов. Последнее проявилось очень ярко при попытке привлечь студентов к оценке публичных выступлений членов собственной группы. Подчиняясь принципу коллективизма, студенты отказывались негативно оценивать выступления одноклассников, даже если речь шла о таком серьезном недостатке выступления как чтение текста вместо подготовленного устного выступления с опорой на карточки / план или излишняя сложность текста, не учитывающего устный характер выступления.

При написании эссе студенты переносили в англоязычные работы свои школьные навыки написания русскоязычных сочинений, но не знания, полученные при изучении анализа текста как другого аспекта в рамках одной дисциплины. К числу недостатков относились разная формулировка основной мысли во введении и в заключении (что нарушало композиционную структуру эссе) и несоответствие аргументации сформулированному тезису. Также студенты по преимуществу писали свои работы непосредственно перед сдачей преподавателю, не оставляя себе время на самокритику и редактирование.

Курсы повышения квалификации. Курсы повышения квалификации проводились в МГЛУ для преподавателей английского языка из других вузов России. В их рамках преподавателям предлагался практический курс английского языка, который включал анализ текста как отдельный аспект. В качестве зачетной работы участники должны были сформулировать тезис для аргументативного эссе и затем на-

писать его, доказывая свою позицию. Многолетний опыт показал, что большинство преподавателей на начальном этапе испытывали затруднения с формулировкой такого тезиса, который потом мог бы быть доказан при помощи индуктивного метода, основанного на конкретных фактах. Поскольку это наблюдалось на протяжении нескольких лет, можно высказать предположение, что это затруднение тоже может быть обусловлено лингвокультурными особенностями носителей русского языка.

В ходе последующего обсуждения учащиеся успешно формулировали тезис иным способом и писали структурированное и связное эссе, последовательно выстраивая доказательства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ показал, что применение различных аспектов курса риторики в рамках МГЛУ может иметь существенное практическое значение.

Следует обратить внимание на развитие таких умений у студентов, как умение анализировать и конструктивно критиковать недостатки – как других, так и собственные. Это умение пригодится им в написании как текущих письменных работ, так и выпускной квалификационной работы, потому что в настоящее время студенты в значительной степени полагаются на преподавателей (научных руководителей), которые фактически осуществляют редактирование работы.

Отдельное внимание необходимо уделять развитию умения формулировать основной тезис текста в соответствии с типом эссе, подбирать необходимые аргументы / иллюстрации, подчинять всю структуру текста единому плану, достигая тем самым поставленных в эссе коммуникативных целей. Тенденция «растекаться мыслию по древу» остается присущей русскоязычным студентами, но не должна присутствовать в англоязычных эссе.

Применительно к устным выступлениям, необходимо уделить внимание присущим им лингвистическим средствам (в противовес книжно-письменным средствам) и развивать у студентов навык моди-

фикации собственного языка в соответствии с особенностями целевой аудитории.

Наконец, нужно постоянно напоминать студентам о возможности переноса знаний между разными аспектами одного предмета или даже между разными предметами (например, практикумом по культуре речевого общения, практикуму по научной деятельности и курсом стилистики), поскольку все они направлены на изучение одного иностранного языка, а аспектизация дает возможность углубленной работы по каждому аспекту.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Gronbeck, Bruce E.* Principles of Speech Communication / 10th Brief Edition. – N.Y.: HarperCollins Publishers, 1988. – 398 p.
- Knefel, Don.* Aims of the Essay. A Reader and Guide. – Boston: Allyn and Bacon, 1991. – 396 p.

REFERENCES

- Gronbeck, Bruce E.* Principles of Speech Communication / 10th Brief Edition. – N.Y.: HarperCollins Publishers, 1988. – 398 p.
- Knefel, Don.* Aims of the Essay. A Reader and Guide. – Boston: Allyn and Bacon, 1991. – 396 p.

УДК 378 : 37.032 : 81

Анисина Наталья Викторовна

Кандидат педагогических наук, доцент
доцент Высшей школы инженерной педагогики, психологии
и прикладной лингвистики Санкт-Петербургского
политехнического университета Петра Великого
anisinat@mail.ru

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАГРАМОТНОСТИ
СТУДЕНТОВ КОМПЬЮТЕРНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ
В РАМКАХ КУРСА «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»**

В статье показано, что в рамках курса русского языка и культуры речи для студентов компьютерных специальностей возможно формирование медиаграмотности, то есть критического мышления. Кроме того, необходимо использовать научные данные о процессе речевой коммуникации и смысле текста, которые необходимы в процессе разработки искусственного интеллекта. Такой междисциплинарный подход позволяет усилить мотивацию студентов к изучению проблем эффективности речевой деятельности.

Ключевые слова: медиаграмотность; медиатекст; критическое мышление; коммуникативно-прагматическая лингвистика; русский язык и культура речи; соотношение «действительность – смысл – текст»; референция.

Anisina Natalia Viktorovna

Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor
Associate Professor of the Higher school of engineering pedagogy,
psychology and applied linguistics of Peter the Great
Saint Petersburg Polytechnic University
anisinat@mail.ru

**THE DEVELOPMENT OF MEDIA LITERACY
IN COMPUTER SCIENCES STUDENTS IN THE CONTEXT OF
“THE RUSSIAN LANGUAGE AND SPEECH CULTURE” TRAINING COURSE**

The article demonstrates that it is possible for the computer sciences students fields of study to form media literacy (critical thinking). In addition, it is necessary to use scientific data concerning the process of oral communication and text meaning, which are imperative for the process of the artificial intelligence development. Such interdisciplinary approach helps increase the motivation of students to study the problems of speech effectiveness.

Keywords: media literacy; media text, critical thinking; communicative-pragmatic linguistics; speech acts theory; Russian language and speech culture; “reality – meaning – text” correlation; reference.

ВВЕДЕНИЕ

С развитием средств коммуникации в начале XX века возросла роль медиаграмотности [Баканов 2010; Чичерина 2008], то есть способности анализировать на основе логики и теоретических знаний поступающую информацию с точки зрения скрытого смысла и речевого воздействия [Нечитайлова 2011]. В то же время специальные школьные и вузовские курсы, которые специально формировали бы эти навыки и умения у учащихся-нефилологов, отсутствуют. Поскольку говорится о речевом воздействии, то в некоторой степени мы можем формировать медиаграмотность в рамках курса «Русский язык и культура речи», включающего раздел «Риторика». Однако большинство имеющихся учебных пособий [Русский язык и культура речи ... 2005; Русский язык и культура речи 2009; Коренькова, Пушкирева 2010] носят универсальный характер и не предназначены для студентов **конкретных** специальностей, например компьютерных.

Кроме того, для студентов I курса существует проблема мотивации при изучении курса «Русский язык и культура речи», поскольку после сдачи единого государственного экзамена по русскому языку и интенсивной подготовки к нему у многих студентов складывается непонимание того, зачем и что нужно изучать.

Цель исследования – выявить возможности формирования медиаграмотности и способы повышения мотивации студентов, изучающих компьютерные специальности, к освоению курса русского языка и культуры речи с помощью положений теоретической, в том числе коммуникативно-прагматической, лингвистики. Для реализации этой цели необходимо решить следующие задачи:

- ♦ выявить зону общих интересов (междисциплинарных исследований) лингвистов и специалистов по компьютерным наукам;
- ♦ выбрать лингвистические теории, описывающие эту зону общих интересов;
- ♦ отобрать из этих лингвистических теорий те, которые расширят знания студентов о речевой коммуникации, о соотношении действительности, смысла и текста, о механизмах речевого воздействия текстов разных стилей речи.

При рассмотрении данных вопросов, следует иметь в виду, что количество часов на изучение данного курса ограничено, а программа практических занятий четко определена. Следовательно, вносить новые элементы для повышения мотивации и формирования медиаграмотности можно только в содержание лекций.

1. Язык, речь и речевая деятельность как объект изучения

1.1. Школьный курс русского языка и коммуникативные потребности человека и общества

В социологии массовых коммуникаций считается, что информация передается в обществе в двух главных целях (все остальные цели имеют подчиненный характер): самосохранение общества и его развитие (воспроизводство) [Федотова 2003, с. 9–10]. Для того чтобы обеспечить самосохранение (выживание) и воспроизводство (рождение и воспитание нового поколения, передачу духовной культуры, системы ценностей и опыта через образование, проведение научных исследований, создание новых технологий, приемов работы и новых объектов, дающих новые возможности для удовлетворения потребностей) необходима координация усилий многих людей. Следовательно, любое речевое высказывание направлено на управление знаниями, эмоциями, системой ценностей и поведением людей для координации их действий. Это проявляется и в семейной жизни, и во взаимодействии с друзьями, и в общении с коллегами по работе и т. д.

Современная коммуникативно-прагматическая лингвистика изучает эффективность речи и рассматривает способы достижения речевоздействующего эффекта в конкретных ситуациях для конкретного адресата речи. Например, существует требование быть вежливым, однако оно не всегда реализуется. Было бы очень странно, если бы тренер вежливо попросил спортсмена, выполняющего очень трудное упражнение: «Будьте добры, подтянитесь 101-й раз, пожалуйста». Вместо этого тренер подает короткую команду резким, не терпящим возражений голосом. Эта форма команды была выбрана людьми в ходе многолетней практики как наиболее эффективная и закрепилась в традиции. Ее эффективность объясняется тем, что человек, выполняющий трудное и, возможно, травмоопасное упражнение,

концентрирует свое внимание на дыхании, на ритме, на правильном движении, то есть находится в несколько измененном состоянии сознания, когда речь воспринимается иначе, чем в обычном состоянии [Спивак 1986]. Следовательно, владение культурой речи предполагает умение достигать речевоздействующего эффекта (то есть эффекта управления) в разных ситуациях жизни и деятельности. Неслучайно в лингвистике есть понятия коммуникативной неудачи (недостижения эффекта) и иллюкутивного самоубийства (достижения эффекта, прямо противоположного желаемому (понятие введено З. Вендлером)).

В истории лингвистических исследований мы видим постепенное изменение объекта исследования. Изучались **система языка** (грамматика, лексика, фонетика, интонация, орфография, пунктуация), **речь** (речевые произведения – тексты, используемые в различных ситуациях), **речевая деятельность** (говорение, письмо, чтение, понимание). При этом речевая деятельность предполагает реализацию с помощью речи (текстов) потребностей человека, возникших в связи с внеречевой, экстралингвистической деятельностью. В то же время в школьную программу по русскому языку включено изучение системы языка, речи (стилистики) и некоторые вопросы понимания и создания письменных текстов (сочинений, в том числе в составе ЕГЭ по русскому языку). В целом, проводя некоторую аналогию, можно сказать, что в школьном курсе изучаются детали автомобиля, материал, из которого их можно изготовить, способы их соединения, что завершается сборкой целого автомобиля. Но не изучается, как ездить на этом автомобиле, зачем и куда, как выбирать тип автомобиля и как прокладывать маршрут, что нужно предусмотреть, отправляясь в путь, и т. д. То есть программа школьного курса русского языка не соответствует в полной мере коммуникативным потребностям современного человека.

1. 2. Лингвистика и проблема создания искусственного интеллекта

Большой вклад в развитие лингвистики в конце XIX в. и в XX в. внесли философы, логики, математики, специалисты по искусственному интеллекту. Американским математиком, логиком и философом Ч. Пирсом (1839–1914) были сформулированы основы семиотики –

науки о знаковых системах. Немецкий математик, логик и философ Г. Фреге (1848–1925) разработал так называемый «семантический треугольник Фреге», который позволяет объяснить, почему любой текст описывает не реальность, а интерпретацию этой реальности говорящим. Представитель школы аналитической философии Дж. Остин (1911–1960) заложил основы теории речевых актов, ввел в научный оборот понятие перлокутивного (речевоздействующего) эффекта как составной части речевого акта (или коммуникационного акта). Американский философ, работавший в области искусственного интеллекта, Дж. Сёрл (род. 1932), продолжил развитие теории речевых актов и разработал понятие косвенного речевого акта [Клюев 1998].

Эти и другие исследования привели к переосмыслению в лингвистике понятия смысла высказывания (предложения, рассматриваемого в контексте акта коммуникации) [Моделирование языковой деятельности ... 1987]. Однако при компьютерном моделировании общения на естественном языке необходимо учитывать не только результаты лингвистических исследований. Необходимо включить в рассмотрение данные о видах коммуникации и информации [Федотова 2003], о влиянии на понимание различных фильтров восприятия [Воронцов 1975] и др. Кроме того, студенты должны понимать, что часто моделирование речи в компьютерных системах происходит на основе статистического анализа текстов. Иными словами, компьютерная программа выбирает в диалоге с человеком те реплики, которые соответствуют заданию, например, *«ответить на вопрос так, как ответило бы большинство»*, *«ответить необычно»* и т.д. (см. пресс-конференцию с роботом София). Когда человек отвечает на вопросы, он никогда не опирается на статистику, для человека это всегда акт творчества, следовательно, компьютерная программа лишь имитирует общение, даже если это происходит очень правдоподобно. А механизмы творческого мышления до сих пор изучены недостаточно.

1.3. Соотношение смысла текста и мышления человека: вычленение главной мысли

В начале эпохи разработки искусственного интеллекта ученые столкнулись с тем, что чаще всего мышление человека описывали с помощью операций логики, например, с помощью силлогизмов Аристотеля. В то же время человек использует не только логико-

понятийное мышление, но и интуитивно-образное, что явно проявляется в процессе творчества [Рубинштейн 1989, с. 374; Грановская, Березная 1991]. Специалистам в области искусственного интеллекта потребовались знания об операциях интуитивно-образного мышления, что стимулировало психологические исследования. Одним из результатов стало создание так называемых компьютеров на нейронных сетях. И в лингвистике [Доблаев 1982], и в компьютерных науках [Поспелов 1983] появилось осознание необходимости использования для описания мышления человека данных психологии творчества, в частности закономерностей психологического процесса разрешения проблемной ситуации, в котором последовательно сочетаются этапы преимущественного использования операций логико-понятийного и интуитивно-образного мышления [Рубинштейн 1989, с. 374].

Развивая идеи Л.П. Доблаева и опираясь на данные коммуникативно-прагматической лингвистики, мы разработали теорию микротекста, которая включает объяснение структуры и грамматической формы микротекста, его объема, особенностей речевого воздействия и методики вычленения главной информации [Анисина 1999; Анисина 2002]. Все положения теории микротекста были экспериментально проверены и подтверждены. Методика вычленения главной информации в соответствии с этой теорией представлена в учебном пособии [Русский язык и культура речи ... 2005, с. 200–209]. Поскольку есть грамматические (формальные) основы для вычленения главной информации микротекста, студентов может заинтересовать возможность создания компьютерной программы для сокращения объема текста без искажения и потери смысла, что необходимо при сборе информации по определенной теме.

Для студентов эта теория понятна, так как в тест ЕГЭ по русскому языку входит задание 1, проверяющее навыки и умения понимания микротекста и вычленения его главной информации, однако свойственная человеческому мышлению методика выполнения этого задания, выявленная и описанная нами [Анисина 2002], в школьную программу не входит и поэтому не преподается.

В целом, данные исследования подтверждают идею российского лингвиста А. А. Потебни о том, что смысл в тексте не содержится,

он заново рождается в психике читателя в процессе декодирования и понимания информации [Потебня 1999].

2. Механизмы речевого воздействия медиатекста

После ознакомления студентов с современными научными представлениями о соотношении действительности, текста и его смысла, а также о составляющих смысла высказывания можно перейти к рассмотрению теорий, позволяющих выявить речевое воздействие медиатекста.

Обобщив исследования многих авторов [Данилова 2009; Доброклонская 2008; Дейк 2015; Иссерс 2009; Белянин 2006; Пронина 2003; Черепанова 2000; Филипова 2012], мы составили универсальную схему порождения медиатекста и анализа его речевого воздействия [Анисина 2018]. В ходе лекции студентам можно представить основные (условно выделенные) этапы порождения медиатекста, сделав акцент на том, какой выбор делает автор (осознанно или неосознанно), указать научные теории, с помощью которых можно проанализировать данный аспект медиатекста, кратко сообщить их основные положения. Затем можно привести конкретные примеры речевого воздействия из газетно-информационных или учебных текстов исторической тематики, которые мы также рассматриваем как медиатексты (примеры анализа некоторых текстов представлены в наших предыдущих работах [Анисина 2016; Анисина 2018]).

Рассмотрим в качестве примера четвертый подпараграф «Бюрократизация государственного аппарата» из параграфа «Внутренняя политика Николая I» из учебника истории России для 8 класса [История России 2014, с. 55–57]. Выбор учебного текста связан с тем, что школьные учебники, рекомендованные министерством образования и науки, являются обязательными к прочтению для школьников и, следовательно, понятны по содержанию студентам-нефилологам I курса. Приведем текст полностью:

«Если Александр I, особенно в первые годы правления, старался окружать себя думающей дворянской интеллигенцией, то его брат на министерские и губернаторские посты назначал преимущественно военных, полагая, что ими легче командовать, именно они

способны поддерживать в государстве строгую дисциплину и четко выполнять все его распоряжения. Николай I любил повторять, что ему нужны “не умники, а верноподданные”.

Численность чиновников быстро росла. В начале XIX в. их насчитывалось 15–16 тыс., а к 1857 г. – уже 86 тыс. Даже самые прогрессивные начинания тонули в бесчисленных согласованиях в самих государственных учреждениях. В итоге важнейшие решения должны были приниматься и проводиться в жизнь не каким-либо выборным органом власти или не единолично ответственным должностным лицом, а всей административной машиной. Бюрократический аппарат действовал сам по себе, не всегда сообразуясь с волей императора, распоряжениями министров или губернаторов, руководствуясь лишь собственными интересами.

По данным всеведущего III Отделения, в России конца 40-х гг. XIX в. не брали взяток только три губернатора их пятидесяти пяти! Обладавший неограниченной властью монарх не мог справиться с коррупцией и некомпетентностью чиновников. Однажды Николай I сказал: “Россией правят столоначальники”» [История России 2014, с. 55–57].

В тексте присутствует иллюстрация – репродукция картины П. А. Федотова «Утро чиновника, получившего первый крестик. (Свежий кавалер)» 1846 г. [Там же, с. 56]. После текста следует вопрос: «Как вы думаете, за что получил свою первую награду чиновник на картине П. А. Федотова? Обоснуйте свою точку зрения» [Там же, с. 57].

В приведенном тексте мы видим применение авторами следующих приемов речевого воздействия:

- 1) отбор информации, в том числе иллюстраций и цитат, для освещения события с определенной точки зрения;
- 2) использование приема скрытого введения информации (текст – репродукция – вопрос после подпараграфа);
- 3) отбор информации для создания «темного» текста (по терминологии В.П. Беянина [Беянин 2006]), в результате чего создается образ слабого правителя, неспособного решать государственные задачи;

- 4) отбор информации для отражения в тексте «драйв-мышления» (по терминологии Е. Е. Прониной [Пронина 2003]), предполагающего разрушение традиционной системы ценностей (в результате у читателей снимается страх перед взяточничеством и коррупцией);
- 5) расположение в точке «золотого сечения» (по теории И. А. Черепановой [Черепанова 2000]) словосочетания *«всей административной машиной»*, что акцентирует идею слабой власти императора;
- 6) размещение в начале текста информации об Александре I, а не о Николае I, что принижает значение его деятельности;
- 7) использование антитезы для дискредитации Николая I;
- 8) использование эмоционально окрашенной лексики;
- 9) использование ресурсов синтаксиса, например восклицательного предложения.

3. Экспериментальная проверка

Описанные выше теоретические положения о речевой коммуникации, о связи лингвистики с проблемами создания искусственного интеллекта и речевом воздействии использовались нами в лекциях для студентов, изучающих компьютерные науки, в 2016–2019 годах. Это были лекции для потоков численностью от 100 до 200 человек. Степень детализации при изложении учебного материала различалась, так как в одних случаях была возможность посвятить этой теме одну лекцию, в других случаях – две или три лекции. Опыт показывает, что изложенная выше информация вызывает живой интерес большинства студентов, желание самостоятельно познакомиться с научной литературой по теме, а также стремление использовать ресурсы речевого воздействия при подготовке убеждающей речи на практическом занятии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, наш опыт показывает, что использование данных коммуникативно-прагматической и медиалингвистики, а также установление связи между развитием лингвистики и исследований

в области создания искусственного интеллекта позволяет повысить мотивацию студентов компьютерных специальностей к изучению курса «Русский язык и культура речи» и способствует формированию медиаграмотности, столь необходимой всем людям в современных условиях развития массовых коммуникаций и социальных сетей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анисина Н. В.* Воздействие монологического текста средств массовой информации на адресата речи // Речевое общение: искусство убеждать : учебно-методические материалы / Н. В. Анисина, Е. В. Ганапольская, Л. В. Степанова, Л. П. Стычишина. СПб: Изд-во СПбГТУ, 1999. С. 78–110.
- Анисина Н. В.* Лингвистические основы обучения анализу речевого воздействия учебно-научного текста исторической тематики // Norwegian Journal of development of the International Science. 2018. № 22. Vol. 2. P. 28–34. <http://www.njd-iscience.com/arhiv/>
- Анисина Н. В.* Лингвистические технологии формирования неосознаваемой установки в новостном тексте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 7 (61). Ч. 1. С. 54–59. <http://gramota.net/materials/2/2016/7-1/15.html>
- Анисина Н. В.* Методика обучения студентов негуманитарных вузов созданию научного текста : дисс. ... канд. педагог. наук. СПб., 2002. 186 с.
- Баканов Р. П.* Обучение студентов критическому анализу медиатекстов как социальный заказ в сфере журналистики // Вестник волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010. № 5. С. 72–77.
- Белянин В. П.* Психологическое литературоведение: Текст как отражение внутренних миров автора и читателя [монография]. М.: Генезис, 2006. 320 с.
- Воронцов Ю. В.* К вопросу о структуре коммуникационного потока // Предмет семиотики. Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовых коммуникаций. М.: МГУ, 1975. С. 22–35.
- Грановская Р. М., Березная И. Я.* Интуиция и искусственный интеллект. Л.: ЛГУ, 1991. 272 с.
- Данилова А. А.* Манипулирование словом в средствах массовой информации [монография]. М.: Добросвет; Издательство «КДУ», 2009. 234 с.
- Дейк Т. ван.* Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Либроком, 2015. 352 с.
- Доблаев Л. П.* Смысловая структура учебного текста и проблема его понимания. М.: Педагогика, 1982. 176 с.

- Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [монография]. М., 2008. 203 с.
- Иссерс О. С.* Речевое воздействие : учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2009. 224 с.
- История России : 8 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций / Н. Н. Лазукова, О. Н. Журавлева; под общ. ред. Р. Ш. Ганелина. М.: Вентана-Граф, 2014. 336 с.
- Клюев Е. В.* Речевая коммуникация : учебное пособие для университетов и вузов. М.: «Издательство ПРИОР», 1998. 224 с.
- Коренькова Е. В.,* Пушкирева Н. В. Русский язык и культура речи : учебник. М.: Проспект, 2010. 384 с.
- Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах / под ред. А. Е. Кибрика и А. С. Нариньяни. М.: Наука, 1987. 279 с.
- Нечитайлова Е. В.* Медиатекст как основа развития критического мышления школьников // Проблемы современного образования. 2011. № 5. С. 89–95.
- Поспелов Д. А.* О «человеческих» рассуждениях в интеллектуальных системах // Вопросы кибернетики. Вып. 95 (Логика рассуждений и ее моделирование). М., 1983. С. 5 – 38.
- Потебня А. А.* Полное собрание трудов: Мысль и язык. М.: Издательство «Лабиринт», 1999. 300 с.
- Пронина Е. Е.* Психология журналистского творчества : учеб. пособие. М.: Изд-во МГУ, 2003. 320 с.
- Рубинштейн С. Л.* Общая психология. В 2 т. М., 1989. Т. 1. 488 с. С 374
- Русский язык и культура речи : учебник для технических вузов / под ред. В. И. Максимова, А. В. Голубевой. М.: Юрайт-Издат, 2009. 356 с.
- Русский язык и культура речи. Семнадцать практических занятий : учебное пособие для вузов / Е. В. Гананольская, Т. Ю. Волошинова, Н. В. Анисина, Ю. А. Ермолаева, Я. В. Лукина, Т. А. Потапенко, Л. В. Степанова; под редакцией Е. В. Гананольской, А. В. Хохлова. СПб.: Питер, 2005. 336 с.
- Стивак Д. Л.* Лингвистика измененных состояний сознания / отв. ред. В. И. Медведев. Л.: Наука Ленингр. отд-е, 1986. 90 с.
- Федотова Л. Н.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов. СПб.: Питер, 2003. 400 с.
- Филитова О. А.* Обучение эмоциональному речевому воздействию : учеб. пособие. М.: Флинта : Наука, 2012. 286 с.
- Черепанова И. А.* Заговор народа. Как создать сильный политический текст [монография]. М.: КСП+, 2000. 464 с.
- Чичерина Н. В.* Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов М.: Издательство ЛКИ, 2008. 232 с.

REFERENCES

- Anisina N. V.* The effect of a monological text in the media on targeted speech // Speech communication: the art of persuading: teaching materials / N. V. Anisina, E.V. Ganapolskaya, L.V. Stepanova, L.P. Stitchishness. St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State Technical University, 1999. S. 78–110.
- Anisina N. V.* Linguistic foundations of teaching the analysis of the speech impact of an educational text of a historical subject // Norwegian Journal of the Development of International Science. 2018. No. 22. Volume 2, p. 28–34. <http://www.njd-iscience.com/arhiv/>
- Anisina N. V.* Linguistic technologies of the formation of an unconscious mindset in a news text // Philological Sciences. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma, 2016. No. 7 (61). Part 1. P. 54–59. <http://gramota.net/materials/2/2016/7-1/15.html>
- Anisina N. V.* Methods of teaching students of non-humanitarian universities of a scientific text: Diss. ... Cand. teacher. sciences. SPb., 2002. 186 s.
- Bakanov R. P.* Teaching students a critical analysis of media texts as a social order in the field of journalism // Bulletin of the Volga University. V. N. Tatischev. 2010. No. 5. P. 72–77.
- Belyanin V. P.* Psychological literary criticism: monograph. M.: Genesis, 2006. 320 s.
- Vorontsov Yu. V.* On the issue of communication flow // Subject of semiotics. Theoretical and practical problems of the interaction of means of mass communication. M.: Moscow State University, 1975. S. 22–35.
- Granovskaya R. M., Bereznyaya I. Ya.* Intuition and artificial intelligence. L.: LSU, 1991. 272 s.
- Danilova A. A.* Word manipulation in the media [monograph]. M.: Goodwill; Publishing house “KDU”, 2009. 234 p.
- Dijk T. van.* Discourse and power. Representation of dominant language and communication. M.: Librocom, 2015. 352 s.
- Doblaev L. P.* The semantic structure of the educational text and the problem of its understanding. M.: Pedagogy, 1982. 176 p.
- Dobrosklonskaya T. G.* Medialinguistics: a systematic approach to the study of the language of the media [monograph]. M., 2008. 203 s.
- Issers O.S.* Speech exposure: textbook. allowance. M.: Flint: Nauka, 2009. 224 s.
- History of Russia: Grade 8: a textbook for students of educational institutions / N. N. Lazukova, O. N. Zhuravleva; under the general. ed. R. Sh. Ganelina. M.: Ventana-Graf, 2014. 336 s.

-
- Klyuev E. V.* Speech communication: a textbook for universities and universities. M.: "Publishing House PRIOR", 1998. 224 p.
- Korenkova E. V., Pushkareva N. V.* Language and culture of speech: textbook. M.: Prospect, 2010. 384 s.
- Modeling of linguistic activity in intelligent systems / ed. A. E. Cibrica and A. S. Narignani. M.: Nauka, 1987. 279 p.
- Nechitaylova E. V.* Media text as the basis for the development of critical thinking of schoolchildren // Problems of modern education. 2011. No. 5. P. 89–95.
- Pospelov D. A.* On "human" reasoning in intelligent systems // Issues of Cybernetics. Vol. 95 (Logic of reasoning and its modeling). M., 1983. S. 5–38.
- Potebnya A. A.* Complete Works: Thought and Language. M.: Publishing house "Labyrinth", 1999. 300 p.
- Pronina E. E.* Psychology of journalistic creativity: textbook. allowance. M.: Publishing House of Moscow State University, 2003. 320 s.
- Rubinstein S. L.* General psychology. In 2 vol. M., 1989. Vol. 1. 488 s. S. 374.
- Language and culture of speech: textbook for technical universities / ed. V. I. Maksimova, A. V. Golubeva. M.: Yurayt-Izdat, 2009. 356 s.
- Russian language and culture of speech. Seventeen practical classes: a textbook for universities V. Ganapolskaya, T. Yu. Voloshinova, N.V. Anisina, Yu. A. Ermolaeva, Ya. V. Lukina, T. A. Potapenko, L. V. Stepanova; edited by E. V. Ganapolskaya, A.V. Khokhlova. St. Petersburg: Peter, 2005. 336 s.
- Spivak D. L.* Linguistics of an altered state of consciousness / ed. ed. V. I. Medvedev. L.: Science Leningrad. Dep., 1986. 90 p.
- Fedotova L. N.* Sociology of mass communication: a textbook for universities. St. Petersburg: Peter, 2003. 400 p.
- Filippova O. A.* Training in emotional speech form: textbook allowance. M.: Flint: Nauka, 2012. 286 s.
- Cherepanova I. A.* Conspiracy of the people. How to create a strong political text [monograph]. M.: KSP+, 2000. 446 s.
- Chicherina N. V.* Media text as a means of forming media literacy among students of language faculties. M.: LKI Publishing House, 2008. 232 p.

УДК

Башилова Елена Игоревна

Кандидат филологических наук

доцент кафедры зарубежной филологии

Московского городского педагогического университета

bashiloval@mail.ru

ЯЗЫКОВЫЕ ПРОЦЕССЫ В СМИ. РЕКЛАМА И ФУНКЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Статья посвящена вопросу употребления фразеологизмов и идиом в рекламном дискурсе. Идиомы и фразеологические единицы вовлечены практически во все композиционные элементы рекламного текста: слоганы, заголовки, основные тексты, справочную информацию (коды), эхо-фразы. Анализируется употребление англицизов в коммерческой рекламе. Рассматривается роль рекламы в средствах массовой информации, реклама информирует, побуждает к действию – покупке или пользованию той или другой услугой, так связь рекламы и коммерции очевидна.

Ключевые слова: реклама; идиома; фразеологизм; англицизм; средства массовой информации; слоган; заголовок; эхо-фраза; композиционный элемент.

Bashilova Elena Igorevna

PhD of Philology Science

associate Professor of the Department of foreign Philology

of the Moscow city pedagogical University

e-mail: bashiloval@mail.ru

LANGUAGE PROCESSES IN MASS MEDIA. ADVERTISEMENT AND FUNCTIONS OF PHRASEOLOGICAL UNITS

The article is dedicated to the question of the use of phraseological units and idioms in advertisement discourse. Idioms and phraseological units are engaged practically in all composition elements of advertisement text: slogans, heading, basic texts, certificate information, echo-phrase. The use of anglicisms are analysed in the commercial advertisement. The role of advertisement is examined in mass media; an advertisement informs, induces to the action – purchase or use by that or other service, so connection of advertisement and commerce is obvious.

Keywords: advertisement; idiom; phraseological unit; anglicism; mass media; slogan; heading; echo-phrase; composition.

Реклама заявила о себе сразу, как только человечество вступило в торгово-рыночные отношения. Еще в Древнем Египте была развита реклама на глиняных дощечках, доказательства тому нашли археологи при раскопках. И подобно призыву слогана «Keep working!» на этикетке знаменитого виски Johnnie Walker, реклама продолжает идти вперед, не останавливаясь! Один из гениальных основателей рекламного бизнеса в Америке Лео Бернетт на ежегодном собрании акционеров своей компании произнес: «Просто сделайте хорошую рекламу – и деньги придут!» (Just make a good ad and money will come!). Понятие, о котором идет речь, само по себе имеет двойное значение: реклама как отдельная область коммерческой деятельности и собственно реклама, или готовый рекламный продукт.

В этом и состоит задача журналистов, работающих над рекламой: создать действенную и притягательную информацию в различных формах (по требованию того или иного варианта, в устном, письменном или видео-формате) и запустить эту информацию в виде рекламы. Ее конечный вариант должен быть максимально привлекателен для зрителей, слушателей или читателей, и в будущем иметь наивысшую отдачу как для владельца продукции, которую рекламируют, так и для самого рекламодателя.

Реклама присутствует в нашей жизни везде и всюду – на улицах (плакаты и баннеры), на радио (звуковые ролики), на телевидении (по экрану то и дело курсируют строки рекламных слоганов). Средства массовой информации безоговорочно служат базовой платформой для рекламы, и эта безусловная связь очевидна. Реклама сама по себе нацелена на продажу того или иного продукта, поэтому она не только является коммуникативной продукцией СМИ, но и в какой-то мере служит агитационно-принудительным средством для убеждения слушателей и зрителей покупать тот или другой продукт, или использовать услуги рекламируемой фирмы или клиники. Факт остается фактом, реклама информирует и побуждает нас к действию – покупке или пользованию той или другой услугой, а без рекламы мы бы не знали об их существовании. Так что информация и коммерция в рекламе неразрывно связаны!

Сами рекламные слоганы и статьи должны сочетать в себе два способа влияния: непосредственное визуально-слуховое воздействие

на аудиторию потенциальных клиентов и распространение среди них целевой информации при помощи СМИ. Фраза, номинируемая как рекламный слоган, должна отражать сущность услуги или товара, о которых сообщает заявитель.

Важно, как создан рекламный слоган!

Понятно, что рынок переполнен товарами и услугами, а задача рекламодача – применить правильные психологические и лексические рычаги для максимально выгодной продажи того или иного продукта. Поэтому опытные рекламщики уходят от категоричности и безапелляционности и стараются избежать прескриптивно-императивной интенции и навязывания в предложениях, уходят от агитационности и пропаганды в рекламных текстах. Конечно, рекламодатели убеждают и настаивают на покупке товаров, но прибегают к мягким, завуалированным средствам внушения.

«Я так хочу классические лодочки... А если еще и балетки... Большой выбор обуви в магазине “KARI”!» На экране появляется актриса Мария Куликова со своей ослепительной улыбкой, держа в руках элегантные лодочки. Очевидный призыв купить туфли в магазине “KARI”! Хороший рекламный трюк! Завуалирование побудительного призыва к покупке. Важный момент современного рекламного текста – это уход от императива. В данном случае надо воздействовать внушением, используя суггетивность. Люди не любят прямого приказа к действию. В современном рекламном слогане психологическая направленность основана на сознательном уходе от повелительного наклонения. В рекламной практике важно подобрать правильные идиомы и фразеологические единицы, которые могут косвенно, исподволь повлиять на аудиторию читателей, слушателей и зрителей.

В любой словарный состав языка входят не только простые слова, но и устойчивые сочетания из них, они-то наряду с отдельными словами являются средством выражения понятий. Эти устойчивые словосочетания называют фразеологическими единицами (ФЕ), но понятие это неоднозначно, и лингвисты дают ему разные определения, так как критерии фразеологичности не являются общепризнанными. Например, А. В. Кунин, определяет ФЕ как «устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением». В. А. Вино-

градов дает им другое, более детальное, определение: «...устойчивые словесные комплексы, противопоставленные свободным синтаксическим сочетаниям как готовые языковые образования, не создаваемые, а лишь воспроизводимые в речи».

Важнейшая для газетно-публицистического стиля функция воздействия на публику – экспрессивная, именно этим продиктована потребность публицистики в выразительных, эмоциональных средствах, которыми так богат литературный язык. Используются практически все средства, лишь бы они обладали экспрессивностью. Отличительным лингвистическим признаком газетно-публицистического и радиийного стиля является взаимодействие и взаимопроникновение экспрессивных, эмоционально воздействующих речевых оборотов и широко используемых средств упомянутого стиля. По словам В. Г. Костомарова, информационный язык СМИ должен «быть коммуникативно обозначимым, то есть ясным и выразительным, точным, кратким», используя такие функции как информационная и воздействующая. Как раз фразеологизмы придают тексту газет и других СМИ эмоциональную силу воздействия, создавая особую образность. Идиомы, пословицы, фразеологические обороты, крылатые выражения и поговорки являются колоритным стилистическим компонентом языка СМИ, они насыщают экспрессивно и эмоционально, помогают реализовать стилевые особенности этой речи. Яркие стилистические обороты не только более емко выражают мысль рекламодателя или журналиста, но и передают его оценку, отношение. Приведем пример: английская поговорка «*To beat the air*» («Толочь воду в ступе») имеет большую экспрессивность, оценочность, чем обычное словосочетание «*to do something in vain*» («заниматься пустым делом»).

И вот что можно заметить. Идиомы и ФЕ вовлечены практически во все композиционные элементы рекламного текста: слоганы, заголовки, основные тексты, справочную информацию (коды), эхо-фразы. Напомним, что фразеологическое выражение – это устойчивый в своем употреблении фразеологический оборот, полностью состоящий из слов со свободным значением и чаще всего эквивалентен целому предложению. И именно поговорки и пословицы попадают в эту категорию, например: «*All good things come to he who waits*» («Кто ищет –

тот всегда найдёт»); «*Every dark cloud has a silver lining*» («Нет худа без добра»); «*Fools rush in where angels fear to tread*» («Дуракам закон не писан») и т. д. Эти средства широко используются в рекламе и служат хорошим полем для выбора ФЕ и употребления их в тексте. Конечно, фразеологизмы в своем большинстве широко используются и в разговорной речи, составляя активный запас языка, поэтому так естественно их живое присутствие в периодике и в художественной литературе и таким доходчивым для аудитории становится смысл рекламы. И наиболее часто фразеологизмы употребляются в рекламных слоганах и их звуковом отражении – джинглах. Рекламные слоганы, которые выступают как основной элемент фирменного стиля бренда, по сути, его номинируют вторично и таким образом становятся рекламным именем, приобретая символическое значение.

Таким образом, запоминая рекламные слоганы и, в особенности, джинглы, аудитория ассоциирует их с конкретной продукцией и воспроизводит в соответствующем значении, обозначенным в рамках рекламного текста.

В рекламной продукции, по наблюдениям Ю. С. Бернадской, фразеологизмы используются в четырех формах:

- ◆ парафраз;
- ◆ чистый фразеологизм;
- ◆ переосмысленный фразеологизм;
- ◆ фразеологизм, обыгрывающий имя бренда.

Вот один пример, когда **парафраз** подразумевает замену одного из слов фразеологизма. «*The Citi never sleeps!*» (*Citibank*) переводится как «Сити никогда не спит». Фразеологическая единица «*city never sleeps*» переводится как «город (мегаполис) никогда не спит». Так фразеологизм приобретает другое значение: «банк Сити всегда на чеку», которое должно показать потребителю безопасность и надёжность этого банка (его наиболее важные качества!).

Вот пример **чистого фразеологизма** в рекламе. Используется готовое словосочетание, в которое входит слово, непосредственно связанное с объектом рекламы, практически подвергающее его формальному изменению: «*Fingers lickin' good*» (KFC), «*You're in good hands with Allstate*» (Allstate), «*We try harder!*» (Avis Rent A Car) и др.

Хотя компания KFC пошла ещё дальше в краткости рекламы своего бренда, сегодня их слоган звучит просто: «*So good*», его примерный перевод: «Так здорово»!

Что касается рекламы и привлечения аудитории, явление, при котором общее значение фразеологизма распадается на отдельные значения составляющих его слов, называется **переосмысленный фразеологизм**. В этом случае выражение привносит новое смысловое значение, которое в сознании потребителя связывается с предметом рекламы. Фразеологизмы этого типа эффективнее для рекламы, чем в своем обычном значении, например: «*The milk chocolate melts in your mouth, not in your hands!*» (M&M's), «*BANG! And the dirt is gone!*» (Cilit Bang), «*Meth: not even once!*» (DEA Anti-drug commercials) и др. Хотелось бы проанализировать в данном случае следующий пример – рекламный слоган для шоколадных конфет M&M's, который поется в рекламном видеоролике и присутствует на различных плакатах. Фразу «*The milk chocolate melts in your mouth, not in your hands!*» можно перевести так: «Молочный шоколад тает во рту, а не в жару». В данном фрагменте ФЕ является «*to melt in one's mouth*», что переводится как «таять во рту» и, по отношению к шоколадным конфетам, несет информацию: «быть очень вкусным», «быть сладким и мягким». Этот фразеологизм является номинативно-коммуникативным. В этом примере мы видим переосмысленную ФЕ, ведь в ней есть и вторая часть как противопоставление первой части, которая содержит ФЕ и логически прямо связана с ней. Первая часть (*the milk chocolate melts in your mouth*) может иметь три значения: «молочный шоколад очень вкусен», «молочный шоколад сладок и мягок» и буквальное и наиболее очевидное – «молочный шоколад тает во рту». Вторая часть дополняет перечисление хороших свойств продукта. Эта фраза обращает наше внимание на то, что в руках шоколад не тает (преимущество над теми продуктами, которые тают в руках). Но, к сожалению, эти конфеты тают от жары точно так же, как и другие – это всего лишь рекламная уловка! Фразеологизм, в данном случае, образует рекламный слоган, присоединяя однородный член, но несколько иной по смыслу, а сама фразеологическая единица, говорящая о вкусе, прекрасно дополняет картину.

Остановимся на следующем рекламном фрагменте. Слоган пивоваренной компании Guinness звучит так: «*My goodness! My Guinness!*», что можно перевести как «Боже мой! Мой Гиннес!». Этот слоган был изображён на плакатах следующего содержания: любители пива возмущаются тем, что различные животные отнимают их любимый напиток. В этом слогане мы видим употребление междометного фразеологизма «*My goodness!*» (который примерно переводится как «Боже мой!») и удивления. Данный **фразеологизм** формирует рекламный слоган, повторяя изменённый (но очень похожий на первую часть) отрывок, который **обыгрывает имя бренда** пива. И он соотносится нераздельно с графическим компонентом, части эмоционально дополняют друг друга: пораженные люди выкрикивают слова возмущения. А некоторая звуковая и графическая схожесть слов «Guinness» и «goodness» – интересный способ обыграть торговую марку, используя восприятие аудитории. Слово «goodness» употребляется здесь вовсе не случайно, ведь до этого пиво данной торговой марки рекламировалось под лозунгами «*Guinness is good for you*» («Гиннес вам полезен») и «*Good things come to those who wait*» («Добро приходит к тем, кто ждёт»). Важной целью компании является ассоциация в сознании у потребителя слова «*Guinness*» со словом «goodness» («добро»).

Так можно заметить, что фразеологизмы имеют интересный эмоционально-экспрессивный окрас и в рекламном дискурсе могут играть роль языкового средства, которое создает вербальный образ товара или услуги, уточняющий и дополняющий визуальный основной рекламный образ. И конечно, напомним, что некоторые единицы, часто употребляемые в рекламе, могут становиться неофразеологизмами.

Хотелось бы обратить внимание и на междометные фразеологизмы, которые зачастую используются в своём прямом значении в устном рекламном дискурсе: в живых рекламных акциях, в видеороликах и на радио. Также используются они для передачи эмоций актёров и для того, чтобы придать рекламной акции определённую эмоциональную окраску. И в этом случае больше используются фразеологизмы с семантическими компонентами радости, удивления, уверенности и восхищения. Вот пример: американский рекламный ролик антинаркотической направленности, в котором демонстрируют яйцо,

а потом разбивают его на сковороду. Ведущий показывает: «*This is your brain. This is your brain on drugs. Any questions?*» (Это ваш мозг. Это ваш мозг под действием наркотиков! Есть вопросы?). И так... междометный фразеологизм – *Any questions?* (Есть вопросы? Что, непонятно что-то?).

После рассмотрения различных примеров из фрагментов рекламного дискурса (слоганы, рекламные видеоролики, плакаты, акции) можно подвести некоторый итог в нашем исследовании и сделать выводы.

Первый вывод: подтвердилась теория о широком распространении ФЕ в рекламном дискурсе. Действительно, они повсюду.

Второй вывод: основное место в рекламном дискурсе отведено глагольным номинативно-коммуникативным и адъективным (реже субстантивным и адвербиальным) номинативным фразеологизмам, так как они легко вписываются в самый используемый элемент рекламного дискурса – рекламные слоганы, которые быстро оседают в памяти людей.

Междометные фразеологизмы часто употребляются в устных фрагментах дискурса, а вот коммуникативные фразеологизмы, из-за больших размеров не так часто встречаются, хотя их тоже достаточно, ведь к этой категории можно отнести многие поговорки, пословицы и афоризмы.

Третий вывод: мы очень часто видим приём «дефразеологизации», то есть переосмысление фразеологизма с заменой какого-то из его основных компонентов и/или обыгрывания имени бренда или компании.

Четвертый вывод: проводить исследования употребления фразеологических единиц в рекламном дискурсе надо во взаимосвязи со всеми его составляющими. Вот, например, при анализе рекламного плаката нужно обратить внимание не только на текстовую составляющую, но и на графическую надпись, не забывая о важном значении его местонахождения. Учитывать то же самое в работе с видеороликами еще сложнее, в них больше важных составляющих, и все они влияют на конечный эффект рекламы. Конечно, несмотря на поверхностное исследование этого вопроса, была попытка получить общее представление о свойствах и механизмах употребления фразеологизмов в рекламном дискурсе.

Итак, рекламный дискурс – вещь многогранная и сложная, его полное исследование должно включать анализ на многих уровнях, которые даже не являются языковыми. Использование фразеологизмов в рекламном дискурсе взаимосвязано и с другими его компонентами, кстати, ФЕ не всегда занимает центральное положение. Однако, основной вывод состоит в том, что фразеологизмы активно используются именно в рекламном дискурсе. И тут можно вспомнить лозунг гения рекламы, знаменитого Лео Бернетта: «Цель рекламы состоит не в том, чтобы развлекать зрителя, а в том, чтобы продавать ему товар». И не надо удивляться, что это работает.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бернадская Ю. С.* Текст в рекламе / Ю.С. Бернадская. – М.: Юнити, 2008.
- Бернетт Лео*, Речь в 1967 году на ежегодном собрании акционеров своей компании.
- Виноградов В. В.* Лексикология и лексикография: Избранные труды. – М.: Наука, 1977.
- Костомаров В. Г.* Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М.: Высшая школа, 1971.
- Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: учебное пособие для институтов и факультетов иностранных языков / А.В. Кунин. – 3-е изд. – Дубна: Феникс+, 2005.

REFERENCES

- Bernadskaya Yu. S.* Text in advertising / Yu.S. Bernadskaya – Moscow: Unity, 2008.
- Burnett Leo.* Speech at the 1967 annual meeting of shareholders of his company.
- Vinogradov V. V.* Lexicology and Lexicography: Selected Works. – М.: Nauka, 1977.
- Kostomarov V. G.* Russian language on a newspaper page / V. G. Kostomarov. – М.: Higher school, 1971.
- Kunin A. V.* The phraseology course of modern English: a textbook for institutes and faculties of foreign languages / A. V. Kunin. – 3rd ed. – Dubna: Phoenix+, 2005.

УДК

Ваджибов Малик Джамалутдинович

кандидат филологических наук, доцент

доцент Дагестанского государственного университета

malikvad@yandex.ru

**О ПЕРЕДАЧЕ СМЫСЛОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ ПОНЯТИЙ
«КОМИЛЬФО» И «МОВЕТОН» В ДАГЕСТАНСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
РУССКОЯЗЫЧНОЙ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЕ**

В статье впервые рассматриваются некоторые случаи косвенного использования понятий «комильфо» и «моветон» в дагестанской студенческой русскоязычной речевой культуре, словесные способы передачи смысловых значений обеих лексем. При этом отмечены специфические особенности применения содержания этих антонимичных по сущности концептов, учитывая коммуникантов и речевую ситуацию.

Ключевые слова: комильфо, моветон, дагестанская русскоязычная студенческая среда, речевая культура, речевой этикет, значение, передача, общение, ситуация.

Vadzhibov Malik Dzhamalutdinovich

PhD of Philology, Associate Professor

Associate Professor of Dagestan State University

**ABOUT SEMANTIC MEANINGS' TRANSMISSION OF THE CONCEPTS
"COMILFO" AND "MOVETON" IN THE DAGESTAN STUDENT
RUSSIAN LANGUAGE SPEECH CULTURE**

The paper examines some cases of indirect use of the concepts "comilfo" and "moveton" in the Dagestan student Russian language speech culture, as well as verbal ways of transmitting the semantic meanings of both lexemes, which have been considered for the first time. Thus, specific features of the content's application of these essentially antonymous concepts have been pointed out, taking into consideration the speakers and the speech situation.

Keywords: comilfo, moveton, Dagestan Russian speaking student environment, speech culture, speech etiquette, meaning, transmission, communication, situation.

В начале статьи отметим, что настоящая работа является нашей первой попыткой определить, какие слова, словосочетания или высказывания следует рассматривать как проявление смысловых значений понятий «комильфо» и «моветон» в дагестанской студенческой русскоязычной речевой культуре. Мы, конечно, не претендуем на то, что отражаемая в публикации информация является исчерпывающей и абсолютно верной. Поэтому статья носит фрагментарный характер, и в ней мы описываем некоторые случаи косвенного использования двух вышеназванных понятий относительно русского языка или русской речи. Общеизвестно, что в настоящее время эти концепты реализуются не только применительно к речевому поведению: они широко используются в различных сферах человеческой деятельности, ср.: *сервировка стола, ношение одежды, курение в общественных местах, ремонтные работы после 23 часов в многоквартирном доме, опоздание на встречу* и пр.

В речевой культуре, которую мы сознательно называем риторической, вопрос об использовании понятий «комильфо» и «моветон» в дагестанском русскоязычном студенческом пространстве и о способах передачи их смысловых значений, по нашим наблюдениям, не исследован, и мы впервые, как отмечено выше, описываем данный аспект. Эти два слова, входившие в активный лексический запас элитарной части носителей русского языка в XIX веке и возвратившиеся к жизни в конце XX – начале XXI веков, в речи дагестанцев, пользующихся русским языком, выступают в качестве неологизмов и считаются модными, востребованными в студенческой многоязыковой среде, в которой языком межнационального общения является русский язык. Все новое в данном случае – это хорошо забытое старое, это то, что получает второе рождение в русском языке, и то, что интерпретируют в качестве нового заимствования в речи русскоязычных дагестанцев.

Прежде чем приступить к работе над статьей, мы рассмотрели степень изученности материала в специальной литературе и освещение данного вопроса в Интернете, затем поинтересовались у дагестанской студенческой молодежи гуманитарных направлений, что означают эти два слова, как следует передавать их значения на русском языке. В отличие от понятия «моветон», которое переводят как

дурной тон и которое фактически не используют в устной речи, понятие «комильфо», которое трактуют как хороший тон, в Дагестане иногда употребляют. Так, в республике функционирует общественный женский клуб под названием «Комильфо», в Махачкале и в других населенных пунктах открыты ресторан, кафе, выпечка, салон красоты, гостиница под таким же названием и пр. Как видим, данное понятие в указанных употреблениях, очевидно, никакого отношения к речевой культуре не имеет. В то же время на наш вопрос, что такое *комильфо* и что такое *моветон* относительно речи, правильно ответили единицы, многие сразу же за подсказкой обратились к Интернету или же пояснили дефиницию «комильфо» как термин, используемый в кулинарии или в гостиничном бизнесе, а понятие «моветон» представили в качестве некоего нового слова, по значению противоположного, возможно, слову «комильфо». Это говорит о том, что сами концепты не распространены в поликультурной русскоязычной аудитории страны гор: вместо них предпочитают использовать синонимы и синонимичные выражения, ср.: *комильфо* – это *хорошее поведение, воспитанность, вежливость, прилично, грамотно* и пр., *моветон* – это *речевая агрессия, грубость, некорректное выражение, отсутствие этики, нарушение речевого этикета, некрасиво, дурные манеры* и пр. В специальной литературе написано: «По-видимому, *комильфо* иногда воспринимается говорящими как синоним слов *удобно, хороший тон, а не комильфо* – как синоним слов *некомфортно, неудобно, не рекомендуется, дурной тон или моветон*» [11, с. 51].

В коммуникации к вышеназванным словам в редких ситуациях прибегают начитанные, образованные молодые люди, которые считают себя успешными, «продвинутыми», а свои действия креативными. По нашим наблюдениям, в русскоязычной речевой культуре взрослых дагестанцев, выступающих часто в роли консерваторов-пуристов, эти два понятия вовсе не функционируют.

Комильфо – это понятие, которое применялось в аристократических кругах России XIX века, когда действительно пользовались правилами хорошего тона [2, с. 195], когда французский язык был популярен, когда на нем общались в русских семьях. Слово «*моветон*» также известно в русском языке со времен использования французского языка в качестве средства общения в светском обществе.

Профессор Е. В. Маринова пишет о том, что само понятие «комильфо», например, в повести Л. Н. Толстого «Юность» оценивается так: одно из самых пагубных, ложных понятий, привитых воспитанием и обществом [11, с. 49]. Возможно, таким же оно является и в современной коммуникации дагестанских студентов (и не только), если речь идет о конформизме, о принципе «*моя хата с краю, я ничего не знаю*».

Содержание понятий в русской речевой культуре и в русскоязычной дагестанской речевой культуре не всегда совпадают. Так, приветствие в форме «Привет!» между мужчинами в Центральной России (и не только) является вполне нормальным, адекватным обращением, а в Дагестане такое, естественно, воспринимается как элемент дурного тона. Это и есть *моветон* в представлении русскоязычных дагестанцев. Употребление «Салам алейкум» (Мир дому твоему) как приветствие между мужчинами-дагестанцами рассматривается как правило хорошего тона. При этом следует учитывать и гендерные особенности общения. К примеру, мужское приветствие отличается от женского, ср.: приветствия «Мир дому твоему» и «Привет». Это и есть *комильфо* в дагестанском социуме с учетом того, с кем из молодых людей общаешься – с юношей или с девушкой.

Моветоном в русской речи дагестанского студента мы считаем речевую агрессию. Не случайно в риторической литературе отражена такая мысль: «*В коммуникативном отношении именно речевая агрессия может иметь наиболее опасные последствия: препятствует реализации основных задач эффективного общения; затрудняет полноценный обмен информацией, делает невозможной выработку общей стратегии взаимодействия, мешает достижению взаимопонимания между коммуникантами*» [12, с. 75–76].

При проявлении вербальной инвективы на русском языке студенты нередко прибегают к бранным словам, используемым в дагестанских языках, ср.: «*хайван*» (животное, конь или лошадь), «*намуссуз*» (бессовестный), «*абдал*» (дурак), «*ле*» (обращение к мужчине у аварцев), «*шайтІан*» (черт) и др. Эти слова, которые по происхождению в основном являются заимствованиями из восточных языков, используются большинством дагестанцев наряду с русскими обсценизмами

и вульгаризмами и носят в дагестанских и русском языках дагестанцев интернациональный характер. Часто такую инвективную речь сопровождают слова-паразиты, ср.: *даже, ну, вот, например, значит, это* и др. Особо хочется подчеркнуть, что вербально агрессия обычно осуществляется использованием сочетаний сленговых и нецензурных слов и выражений, регионализмов или экзотизмов. Ситуативно такая реализация лексем в русскоязычной речи с точки зрения студентов частично можно рассматривать как *комильфо*. При этом учитывается такое качество речи, как уместность или целесообразность.

По нашим наблюдениям, к сожалению, в последнее время повсеместно распространяется и прогрессирует реализация агрессии через грубое слово. Данная градация является особенно распространенной в речах юношей, а не девушек. По многолетнему опыту работы со студентами знаем, что количество слов с отрицательным значением, с негативной коннотацией в молодежной речи превалирует над словами с положительной, хвалебной семантикой.

Возможное применение самих понятий «*комильфо*» и «*моветон*» в общении нам дает основание предполагать, что посредством этих двух лексем передается маргинальность русской речи некоторых молодых дагестанцев. Такую маргинальную речь можно было назвать жаргонизирующим типом речевой культуры, которому, как пишет М. В. Колтунова, прежде всего свойственны преобладание ты-общения, игнорирование коммуникативных запросов партнера и др. [10, с. 32]. На наш взгляд, дагестанская студенческая русская речь ближе и к фамильярно-разговорному типу речевой культуры, который Ч.Б. Далецким характеризуется и жаргонизацией речи, и наличием усиления доли грубых слов и просторечных элементов в ней [9, с. 54–55]. А постоянная градация вульгаризации речи только подтверждает данную точку зрения [5, с. 30]: это мы также рассматриваем как проявление моветона. При этом задаемся вопросом: можно ли считать употребление обоих рассматриваемых слов и передачу их значений через другие лексемы или сочетания в дагестанской студенческой русскоязычной речевой культуре жаргонизацией речи? Затрудняемся ответить, ибо границы элитарной и обычной, повседневной речевых культур в русскоязычной среде республики благодаря прежде всего виртуальному пространству стираются.

Является ли дурным тоном (или нарушением общепринятого тона в общении) обращение на *-ты*? Многие дагестанские юноши считают, что общение на *-вы* для сильного пола не актуально, что вежливо должны говорить только представительницы прекрасного пола. Ментальное употребление *вы-общения*, на взгляд некоторых студентов, умаляет достоинство, гордость юноши-горца. С таким ошибочным мнением мы категорически не согласны, хотя оно широко распространено. Возможно, для кого-то это комильфо, а мы считаем, что это проявление элемента моветона, это передача дурного тона посредством тыканья.

В Дагестане женская русская молодежная речь отличается от речи юношей. Это преимущественно проявляется в том, что девушка-студентка, хорошо владеющая русским языком, при общении с незнакомыми и с взрослыми людьми не переходит и никогда не перейдет на *ты-общение* в отличие от юноши-студента, для которого такое общение является привычным, повсеместным, общепринятым. Достаточно обратить внимание на то, как останавливает маршрутное такси молодой дагестанец независимо от того, какого возраста водитель, знакомы ли они (юноша и водитель) между собой, ср.: *«Тормози на переходе! Останови у светофора! Остановишь здесь!»* и др. [4, с.25]. В данных высказываниях вроде нет никакой агрессии, оскорбления, неуважения, нет нарушений правил хорошего тона, если такие слова произнесены на одном из дагестанских языков. То, что характерно для дагестанских языков, не свойственно русскому, ибо согласно речевому этикету говорящий на русском литературном языке обязан общаться или обращаться на *-вы* или на *-ты*, учитывая прежде всего ситуацию и возраст коммуникантов и их знакомство между собой.

Особенностью дагестанской студенческой речевой культуры является и то, что в зависимости от окружения и обстоятельств молодые люди пользуются разным арсеналом слов, одну и ту же мысль выражают по-разному. То грубое, агрессивное, что свойственно обычной речи некоторых юношей, не реализуется в присутствии взрослых, женщин и детей. Кроме того, студент, употребляя те или иные слова, вербальной речью «выдает» свою принадлежность к определенной социальной прослойке и оглашает собственные (личные) интересы.

Это, возможно, культура, религия, спорт, наука, образование, сценическое искусство, музыка, политика, техника, компьютеризация, экономическое и финансовое положение и пр. [3, с. 22]. Все это означает, что смысловыми значениями *моветона* или *комильфо* молодые люди могут пользоваться не только переносно, описательно, но и ситуативно и избирательно.

Воспринимается адекватно дагестанцами местная русская речь, которая изобилует регионализмами и экзотизмами, ср.: *намус, адат, баркалла, дерхъаб, сагъул, ураза, лезгинка* и др. Не считается дурным тоном в данном поликультурном пространстве специфический акцент, связанный с интерферентными явлениями, в том числе с влиянием автохтонных языков на русскую речь в условиях би- и полилингвизма. При этом негативно оценивают неправильную расстановку ударения, ср.: *звóнят, новорóжденный, созвóнимся, квáртил, пóняла, катáлог, нáчала* и др. Значит, по нашему мнению, акцент в русскоязычной студенческой среде, если он ярко не выражен, считается *комильфо*, т.е. приемлемым, а акцентологические отклонения не одобряются. Не одобряется и ошибочное применение грамматических и лексических норм русского литературного языка, ср.: род таких слов, как *вещь, мозоль, табель, рояль* и др.; употребление паронимов *одеть и надеть, различать и отличать, представить – предоставить* и др.

Подчеркиваем, что речь современного дагестанского студента характеризуется тем, что она насыщена жаргонными словами и выражениями, словами-паразитами, которые свойственны речи молодых носителей русского языка, проживающих в других субъектах России, ср.: *отвечаю, хата, прикинь, братуха, лайф, кайф, тачка, бабки, бумага, универ, препод, подтягивайся, приколоться, хавчик, не реально, отвечаю, не дергайся, стрелки, атас, короче* и др. [3, с. 22]. Кроме того, повсеместно распространено употребление дагестанскими студентами таких слов из автохтонных и восточных языков, как *вацок, сагърай, сахли, арадеш, йо, тохтта, гъечЮ, чIанда, чIягъ, я руш, рушка, хъинсса, уя, нох битIаги, уци* [3, с. 22-23], *маслиат, инсан, диван, ахирзаман, алапат, майдан, базар* и др. Без регионализмов и слов из восточных языков (как и без русских жаргонных слов и слов-паразитов) фактически невозможна вербальная коммуникация

студента-дагестанца, так как, на взгляд молодежи, использование указанных выше слов делает студенческую речь креативной, интересной и смачной. На самом деле, такая речь может быть грубой в зависимости от интонации, даже примитивной, а не увлекательной [7, с. 69], что является *моветонам*. Кроме того, речь, в которой нарушены общепринятые литературные нормы, не выглядит успешной, действенной, результативной и эффективной, ибо с таким общением молодой человек не достигнет поставленной цели и ему заранее «обеспечена» коммуникативная неудача.

В русской речи современные дагестанские студенты используют и варваризмы-англицизмы (или американизмы), ср.: *forever, respect, life, on-line, of-line, mobile, icq, ok, jes, no, you, please, good, cool, sorry, thanks, guest, war, mail* и др. В студенческом общении также наличествует большое количество исламских религиозных терминов и понятий, ср.: *ураза, коран, сура, курбан, хадис, аят, азан, имам, иман, намаз, закат, сабур, астафирулла, иншалла, женнет, садака, халал, харам* и др. [3, с. 23; 4, с. 26]. В коммуникации имеют место и нецензурные слова из русского и дагестанских языков, а также специфические слова, используемые именно в дагестанском русском сленге, ср.: *мужчина такая, жи есть, бесишь уже, понимаешь, ай саул* и др. Если обращение к мусульманским словам арабского происхождения в русской речи мы рассматриваем как элемент комильфо, то применение варваризмов, местного русского сленга и обсценизмов однозначно воспринимаем как проявление моветона. По данным выше примерам употребления слов в русскоязычной поликультурной среде и ссылкам на источники видно, что мы в своих публикациях о речевой культуре дагестанской студенческой аудитории так или иначе обращались к рассматриваемой теме, но сами описываемые понятия, повторяем, нами непосредственно не подвергались исследованию.

Словесные средства, передающие смысловые значения понятий «комильфо» и «моветон» в русскоязычной речевой культуре дагестанских студентов, обычно выступают как антонимы, ср.: *хороший тон* и *дурной тон; соблюдение речевых норм* и *нарушение речевых норм; то, что принято*, и *то, что отвергают*, и пр. М. Е. Зозикова отмечает: «Сейчас эти слова развивают антонимические значения

«прилично – неприлично» [8]. Степень употребляемости этих антонимов, естественно, разная, хотя в действительности в студенческой речи вузов республики используется только слово «комильфо», а *моветон* – это что-то плохое в речи, словесное поведение дурно воспитанного человека, это речевые манеры и поступки, считающиеся неподобающими, неприличными, не принятыми в дагестанском социуме, это речевая агрессия, это, очевидно, жаргонизация или маргинализация вербальной речи. Возможно, из-за такого толкования дагестанцы избегают официального употребления данного слова.

Важным является и то, как происходит общение по телефону (в том числе переговоры, утвердительный ответ, отказ и пр.). «*Наши человек привык отвечать на звонки мобильного телефона, если он сидит в компании: он с радостью демонстрирует, какая у него «крутая» модель и какой он деловой*» [13]. В Дагестане молодежь старается общаться по телефону, учитывая ситуацию: если юноша находится в кругу друзей или занят, то он сможет перезвонить позже, когда освободится. Это и есть манера хорошего тона, то есть *комильфо*, а не *моветон*. А если говорить о виртуальной переписке, то в коммуникации «*комильфо*» дагестанскими студентами фактически не соблюдается, но обычно используется понятие «*моветон*», которое передается с помощью других слов и сочетаний.

По горской традиции дурным тоном считается перебивание говорящего старшего. Но всегда ли старший по возрасту прав и всегда ли он говорит правильно? Можно ли считать молчание проявлением *комильфо*, которое, возможно, в данной ситуации соответствует равнодушию, конформизму? На наш взгляд, это не *комильфо*, а *моветон*. Если взрослый человек ведет себя не тактично, грубо, то следует указывать на вербальную ошибку в его речи. Замечание делается для того, чтобы человек не злоупотреблял своим положением – должностью или возрастом. Соблюдение юношей субординации в такой ситуации считаем неправильным, хотя общеизвестно, что «*молчание знаково (молчание тоже ответ)*» [1, с. 182]. С какой целью молчать, если необходим и важен словесный ответ, если несогласие с содержанием озвученного высказывания востребовано по сущности? При этом мы ранее писали, что слова о молчании «...*дагестанские*

студенты должны воспринимать как норму повседневного речевого поведения. И чтение или слушание таких высказываний, очевидно, заставляет человека задуматься над тем, правильно ли он поступает в общении» [6, с. 175]. Или: «Перебивать слова взрослого – это из ряда вон выходящий случай, это недостойное циничное поведение юноши, который согласно обычаям выглядит «диком» в социальной среде подрастающего поколения Дагестана» [6, с. 174].

В исследовании мы пришли к выводу, что разнообразные лексические заменители понятий «моветон» и «комильфо» касательно речи или языка используют дагестанские русскоязычные студенты как в устной речи, так и в письменной, и применение рассматриваемых концептов в различных значениях в устной речи и в Интернете преобладает над их письменным употреблением.

В конце статьи отметим, что во многих научных и публицистических произведениях, написанных дагестанцами, в сообщениях, речах, диалогах, монологах, презентациях местных студентов и т. д. только проскальзывает мысль о том, что молодые люди реализуют в речевой культуре понятия «моветон» и «комильфо» через другие слова и выражения, которые означают хорошее – плохое, позитивное – негативное, правильное – неправильное, положительное – отрицательное и пр. При этом данный вопрос актуален независимо от того, активно и в прямых значениях используют оба концепта в русскоязычной студенческой аудитории или же применяют эти понятия косвенно, описательно, передавая их семантику другими вербальными средствами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И. Риторика. Экспресс-курс: учебное пособие. – 3-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2012.
- Аннушкин В. И. Язык и жизнь. Книга о русском языке – речи – слове. – М.: Русская школа, 2010.
- Ваджибов М. Д. Дагестанский студент-билингв в условиях глобализации // Тезисы III Международной конференции «Проблемы формирования

- сбалансированного билингвизма» (Санкт-Петербург, 4–7 ноября 2012 г.). – СПб.: Златоуст, 2012.
- Ваджибов М. Дж. Кое-что о студенческой риторике по-дагестански // *Риторика и культура речи: наука, образование, практика: материалы XIV Международной научной конференции (1–3 февраля 2010 г.)* / под ред. Г. Г. Глинина. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2010.
- Ваджибов М. Дж. О необходимости демаргинализации русского речевого портрета дагестанского студента // *Актуальные проблемы современной науки и образования. Материалы международной научно-практической конференции 29–30 января в г. Челябинске.* – Челябинск: ООО МАТ-РИЦА, 2013.
- Ваджибов М. Дж. О риторике молчания для дагестанской студенческой аудитории // *Риторика в контексте образования и культуры: материалы XIX Международной научной конференции, 29–31 января 2015 года* / отв. ред. И. Ю. Нефедова: Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина. – Рязань, 2015.
- Ваджибов М. Дж. О сохранении образцовой речевой культуры в полилингвальной студенческой аудитории Республики Дагестан: актуальность проблемы в условиях глобализации // *Евразийская лингвокультурная парадигма и процессы глобализации: история и современность: Материалы I Международной научной конференции. 11–13 ноября 2009 г.* – Пятигорск: Издательство Пятигорского государственного лингвистического университета, 2010.
- Зозикова М. Е. Судьба устаревших галлицизмов в современном русском языке // *Электронный научно-практический журнал «Филология и литературоведение».* – 2015. – № 1 (40). URL: <http://philology.snauka.ru/2015/01/1117> (Дата обращения: 20.11.2019).
- Далецкий Ч. Б. Риторика: заговоры, и я скажу, кто ты: Учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2004.
- Колтунова М. В. Деловое общение: Нормы, риторика, этикет: Учебное пособие. – Изд. второе, доп. – М.: Логос, 2005.
- Маринова Е. В. Комильфо и не только // *Русская речь.* – 1. – 2012.
- Педагогическая риторика: Практикум / Под ред. Н. А. Ипполитовой. – М.: Олимп, 2003.
- Что такое моветон в западноевропейской культуре поведения. URL: <https://fb.ru/article/52342/chto-takoe-moveton-v-zapadnoevropeyskoy-kulture-povedeniya> (Дата обращения: 25.11.2019).

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Rhetoric. Express course: study guide. – 3rd ed. – M.: Flint: Science, 2012.
- Annushkin V. I.* Language and life. The book is about the Russian language – speech – the word. – M.: Russian school, 2010.
- Vadzhibov M. D.* Dagestan bilingual student in the context of globalization // Abstracts of the III International Conference “Problems of the formation of balanced bilingualism” (St. Petersburg, November 4–7, 2012). – SPb.: Zlatoust, 2012.
- Vadzhibov M. D.* Something about student rhetoric in Dagestan // Rhetoric and culture of speech: science, education, practice: materials of the XIV International Scientific Conference (February 1–3, 2010) / Ed. G. G. Clay. – Astrakhan: Publishing House Astrakhan University, 2010.
- Vadzhibov M. D.* About the necessity of demarginalization of the Russian speech portrait of a Dagestan student // Actual problems of modern science and education. Materials of the international scientific-practical conference January 29–30 in the city of Chelyabinsk. – Chelyabinsk: MATRICA LLC, 2013.
- Vadzhibov M. D.* On the rhetoric of silence for the Dagestan student audience // Rhetoric in the context of education and culture: proceedings of the XIX International Scientific Conference, January 29–31, 2015 / ed. I. Yu. Nefedova: Ryazan State University named after S.A. Yesenin. – Ryazan, 2015.
- Vadzhibov M. D.* On the preservation of exemplary speech culture in a multilingual student audience of the Republic of Dagestan: the relevance of the problem in the context of globalization // Eurasian Linguocultural Paradigm and Globalization Processes: History and Present: Materials of the I International Scientific Conference. November 11–13, 2009 – Pyatigorsk: Publishing house of the Pyatigorsk State Linguistic University, 2010.
- Zozikova M. E.* The fate of obsolete gallicisms in modern Russian // Electronic scientific and practical journal «Philology and literary criticism». – 2015. – No. 1 (40). URL: <http://philology.snauka.ru/2015/01/1117> (Date of access: 11/20/2019).
- Daletsky Ch. B.* Rhetoric: Speak up, and I’ll tell you who you are: Study Guide. – M.: Omega-L, 2004.
- Koltunova M. V.* Business communication: Norms, rhetoric, etiquette: Textbook. – Ed. second, add. – M.: Logos, 2005.
- Marinova E. V.* Comme il faut and not only // Russian speech. – 1. – 2012. Pedagogical rhetoric: Workshop / Ed. ON THE. Ippolitova. – M.: Olympus, 2003.
- What is moveton in the Western European culture of behavior. URL: <https://fb.ru/article/52342/chto-takoe-moveton-v-zapadnoevropeyskoy-kulture-povedeniya> (Date of access: 11.25.2019).

УДК

Ван Цзинь

Магистрантка Сианьского Университета иностранных языков

E-mail: 846757824@qq.com

РИТОРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ В АСПЕКТЕ ТЕОРИИ ИДЕНТИФИКАЦИИ

В данной работе рассматривается политическая речь на китайском языке на примере Доклада о работе правительства 2019 года, анализируется употребление теории идентификации К. Бёрка в данном виде речи, выявляется и обосновывается необходимость применения стратегии идентификации в процессе образования политических выступлений, также подводится актуальное значение исследования политической речи на китайском языке для развития речеведческих наук в Китае и установления положительного национального имиджа на международной арене.

Ключевые слова: новая риторика; теория идентификации; политическая речь; риторические стратегии.

Wang Jin

Postgraduate, Xi'an International Studies University

E-mail: 846757824@qq.com

RHETORICAL ANALYSIS OF CHINESE POLITICAL SPEECH IN THE ASPECT OF THE THEORY OF IDENTIFICATION

This paper mainly talks about Chinese political speech by the example of a report on the work of the government in 2019, analyzes the use of K. Burke's theory of identification in Chinese political speech. The necessity of applying an identification strategy in the process of researching political actions has been identified and justified. The relevance of the study of Chinese political speech to the development of the Sciences of China and the establishment of a positive national image in the international arena has been summed up.

Keywords: new rhetoric; identification theory; political speech; rhetorical strategies.

ВВЕДЕНИЕ

Политическая речь играет важную роль в общественной жизни. Данный жанр речи может разделиться на несколько поджанров, среди которых выделяется своей актуальностью и влиятельностью на развитие личности и страны политическое выступление, в особенности выступление литеров государства. Политическое выступление не только дает обществу и народу определенные комментарии о том, по какому пути пойдет страна в будущее время, но и их вдохновляет и воодушевляет. В этом отношении Доклад о работе правительства как один из самых официальных и важных политических документов, без сомнения, стоит рассмотреть как объект изучения гуманитарных и общественных наук.

Как известно, лингвисты рассматривают и анализируют политическую речь с разных аспектов, как психологический, стилистический и другие. Новая риторика, получившая бурное развитие в XX веке, вошла в систему теорий языка, она изучает язык как социальный акт и рассматривает цель общения как ключевой фактор смысла. Теория идентификация в качестве базовой теории новой западной риторики также предоставляет новую перспективу для анализа политического речи.

Понятие теории идентификации

Риторика – это филологическая дисциплина, изучающая искусство речи, правила построения художественной речи, ораторское искусство, красноречие и т. д. Как классическая риторика, так и неориторика исследуют всякую вербальную и невербальную коммуникацию, в которой одна сторона убеждает другую в необходимости выполнить какое-либо действие или принять какое-либо решение. Теория идентификации Кеннета Бёрка в качестве центра новой западной риторики XX века привлекает все больше внимания ученых, и её изучение углубляется со временем. Применение этой теории для анализа речевой коммуникации в разных жанрах стало популярной тенденцией в нынешних академических кругах.

К. Бёрк в своей книге «Риторика мотивов» формулирует теорию «идентификации», то есть оратор должен поставить себя на место своих слушателей, идентифицировать себя с ними. Когда у говорящего и аудитории есть общие мнения, взгляды, ценности и др., то легко осуществить идентификацию. Согласно Бёрку, «ключевым понятием старой риторики было убеждение, она придавала особое значение преднамеренному замыслу. Ключевым понятием для новой риторики должно бы быть отождествление (идентификация), которое может включать в себя частично бессознательные факторы обращения, призыва». [Драматический метод URL]

Идея «идентификации», выдвинутая в произведении Бёрка «Риторика мотивов», похожа на концепцию «пафос» классической риторики, но Бёрк рассматривает «идентификацию» как процесс, в котором говорящий человек связывает себя с определенными группами, такими как целевая аудитория. Цель публичных выступлений заключается в том, чтобы призвать аудиторию действовать сообща и достигнуть единогласия. Тогда общение может быть эффективным. В этом смысле в рамках теории идентификации предлагается три основных стратегии: идентификация по симпатии, идентификация по антитезе, идентификация по неточности.

Три стратегии теории идентификации

Идентификация по симпатии относится к сходству в мыслях, ценностях, эмоциях, потребностях, познании, вере, отношении, мнении и т. д. Такое сходство позволяет установить тесные отношения с аудиторией посредством возбуждения общих эмоций между людьми, чтобы завоевать идентичность и соглашение аудитории.

«Идентификация по антитезе устремляется к сплоченности через разделение». [Kenneth Burke 2005] Иными словами, слушатели могут согласиться с говорящим, потому что у них есть общий враг. Устанавливая общего врага, две противостоящие партии могут сформировать общую цель по решению определенной проблемы и таким образом достигнут идентичности. Это дает слушателям понять, что говорящий держит общую позицию с ними, что называется идентификацией по антитезе.

Идентификация по неточности относится к неправильному пониманию людей в их собственном окружении и ошибочно рассматривает других как свое собственное. Это бессознательное поведение, которое нелегко воспринять. Используя самые разные языковые средства, оратор создает иллюзию того, что аудитория является оратором самим и имеет те же характеристики, что и оратор, так что аудитория неосознанно или подсознательно дает согласие и воображает, что она является тем, что описывает другая сторона. [Сюй Фэн (许峰) 2014].

Употребление стратегии в докладе о работе правительства 2019 года

Доклад о работе правительства является официальным документом, который готов в письменном виде и публикуется в устном виде. Он также считается одним из видов коммуникации в политической сфере. Коммуникативная цель Доклада заключается в передаче информации и убеждении аудитории в правильности политических позиций власти. Для этого в Докладе активно употребляются стратегии теории идентификации. Далее мы более подробно остановимся на особенностях употребления каждой стратегии.

Употребление стратегии идентификации по симпатии

Идентификация по симпатии является наиболее распространенной стратегией теории идентификации, а также представляет собой наиболее часто используемую форму в китайской политической речи. Например:

- (1) Важное значение имеет дальнейшая стабилизация занятости, финансового сектора, внешней торговли, внешних и внутренних инвестиций, а также стабилизация рыночных ожиданий, укрепление чувства обретения, ощущения счастья и безопасности у народа.

Чтобы добиться идентификации по симпатии, эффективнее всего удовлетворить потребности аудитории. Поскольку численность населения продолжает увеличиваться, в Китае проблема занятости стано-

вится все более острой. Таким образом, решение проблемы занятости соответствует ожиданиям народа от правительства. Это позволяет осуществить идентификацию по симпатии.

- (2) Необходимо содействовать честной конкуренции посредством справедливого контроля и управления. Честная конкуренция – суть рыночной экономики, а беспристрастный контроль – гарантия честной конкуренции.

Обращение к общим ценностям является одним из эффективных методов добиться коммуникативной цели. Ценность носит характер национальной культуры, она служит нравственной основой публичной речи и приближает аудиторию к позициям оратора. В системах ценностей справедливость и равноправие всегда занимает важное место независимо от видов культуры. Правительство настоятельно призывает бороться с несправедливостью. Использование механизма справедливого контроля и управления пробуждает жизненную энергию рынка, обеспечивает его справедливое и эффективное функционирование, что соответствует ценности народа. Таким образом, оратор убеждает аудиторию в правильности своей позиции, и добивается своей коммуникативной цели.

- (3) Действенно стимулировать интенсивную ликвидацию бедности и подъём села. Отдавая приоритет развитию сельского хозяйства и села, гарантировать выполнение в назначенные сроки задач по ликвидации бедности и всестороннему достижению уровня средней зажиточности среди сельских жителей.

В выступлении с целью добиться идентификации по симпатии оратор старается показывать высокие моральные качества и проявляет в речи черты характера, которые вызывают у аудитории уважение и доверие. В этом примере Премьер Госсовета Ли Кэцян подчеркивает важность ликвидации бедности, что оказывает существенное влияние на повышение и улучшение качества жизни народа. Внимание к проблеме бедности эффективно пробуждает доверие народа к правительству и чувство идентичности со страной. Таким образом, оратор показывает свою ответственность за страну и народ. Это позволяет создать не только идеальный образ оратора, но и удачный имидж государства. В случаях, когда оратор проявляет больше

заботы и внимания к интересам аудитории, то возникает больше общего между ними, что приводит к возможному единогласию в коммуникации.

Одним словом, идентификация по симпатии осуществляется путем удовлетворения потребностей аудитории, стремления к общей ценности и вызывание у аудитории уважения и доверия.

Употребление стратегии идентификации по антитезе

Оратор использует стратегии идентификации по антитезе для того, чтобы сделать аудитории понять, что у них есть общий «враг» и общие позиции. «Враг» здесь может относиться как к людям, так и к объекту или событию: экономический кризис, загрязнение окружающей среды, террористические акты и др. Например:

Пресекать по закону воровство, грабеж, мошенничество, порнобизнес, азартные игры, наркобизнес и другую преступную деятельность. Пресекать незаконный сбор денежных средств, финансовые пирамиды и другие виды экономических преступлений, вести борьбу с разглашением персональных данных граждан и другими острыми проблемами, решительно стоять на страже спокойствия и благополучия народа.

Непрерывное развитие науки и техники, в частности компьютерной техники, приносит как полезные ресурсы, так и вредные информации, под которыми сегодня принято пониматься как «информационная безопасность». В этом примере Премьер Госсовета рассматривает незаконную деятельность и экономические преступления, которые ущемляют гражданскую информацию, как противоположность гражданам, и предлагает бороться с такой преступной деятельностью путем совершенствовать систему предоставления социально-правовых услуг и наращивать потенциал обеспечения государственной безопасности. Отношение правительства к таким негативным явлениям соответствует ожиданиям народа от правительства и страны, это дает жителям понять, что правительство держит общую позицию с ними, что называется идентификацией по антитезе.

Употребление стратегии идентификации по неточности

В теории идентификации «неточность» относится к преобразованию позиции аудитории, то есть говорящий заставляет их признать общие характеристики или общие интересы с говорящим в подсознании. Оратор чаще всего использует слово «мы», чтобы добиться этой стратегии. Например:

- (1) Мы будем неуклонно идти по пути мирного развития, твёрдо придерживаться стратегии открытости...
- (2) Мы будем активно участвовать в реформировании и совершенствовании системы глобального управления...
- (3) Мы будем идти на встречу трудностям, неустанно двигаться вперёд, чтобы выдающимися успехами в социально-экономическом развитии встретить 70-летний юбилей образования КНР.

Многократное использование местоимения первого лица множественного числа говорит аудитории о возможности ее соединения к позиции оратора. Слова «мы» подчеркивает, что оратор и аудитория – единая группа, которая соединена общими интересами и целью. Это эффективно сокращает расстояние между сторонами коммуникации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проводя анализ доклада о работе правительства в рамках теории идентичности, мы можем сделать следующие выводы: коммуникативная цель политического дискурса заключается в передаче информации и убеждении аудитории в правильности политических позиций власти. В этом смысле теория идентификации может быть использована для анализа политического дискурса. Чтобы добиться стратегии идентификации по симпатии, можно удовлетворить потребность аудитории, стремиться к общей ценности. Чтобы добиться стратегии идентификации по антитезе, можно бороться с общим «врагом», как экономический кризис, загрязнение окружающей среды, террористические акты и др. Чтобы добиться стратегии идентификации по

неточности, часто используется слово «мы», которое эффективно удаляет расстояние между сторонами коммуникации. Это выражение является более ясным и более приемлемым для мира.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Драматический метод URL: https://m.studref.com/611204/literatura/dramaticheskij_metod

Kenneth Burke. The Rhetoric of Hitler's Battle // Readings in Rhetorical Criticism.
Ed. Carl R. Burghardt. Strata Publishing, inc. 2005. P. 188–202.

鞠玉梅.伯克修辞学的核心思想研究 – 兼与现代汉语修辞学思想比较[J].解放军外国语学院学报, 2012.

许峰, 朱雯.肯尼斯伯克修辞观视角下的国家形象塑造[J].理论月刊, 2014.

REFERENCES

Dramatic Method URL: https://m.studref.com/611204/literatura/dramaticheskij_metod

Kenneth Burke. The Rhetoric of Hitler's Battle // Readings in Rhetorical Criticism.
Ed. Carl R. Burghardt. Strata Publishing, inc. 2005. P. 188–202.

鞠玉梅.伯克修辞学的核心思想研究 – 兼与现代汉语修辞学思想比较[J].解放军外国语学院学报, 2012.

许峰, 朱雯.肯尼斯伯克修辞观视角下的国家形象塑造[J].理论月刊, 2014.

УДК 81-139: 808.51

Голышкина Людмила Александровна

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры филологии, декан факультета повышения квалификации
Новосибирского государственного технического университета
Ludmila200273@mail.ru, lag@fpk.nstu.ru

РИТОРИКА ДЕКОДИРОВАНИЯ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Статья предлагает обоснование нового филологического направления – риторики декодирования. Указаны факторы, обуславливающие возможности его выделения. Описано понятие риторики декодирования, сформулированы ее объект и предмет. Рассмотрены когнитивно-коммуникативные основания риторического декодирования. Особое внимание уделяется риторической реконструкции текстообразования как методу предлагаемого направления. Ставится проблема соотношения риторической критики и риторики декодирования.

Ключевые слова: риторика декодирования; риторический текст; риторическая реконструкция текстообразования.

Golyshkina Lyudmila Aleksandrovna

PhD of Philology, Associate Professor
Associate Professor of the Philology Department,
Dean of the Continuing Education Faculty of
Novosibirsk State Technical University
Ludmila200273@mail.ru, lag@fpk.nstu.ru

DECODING RHETORIC AS AN AREA OF PHILOLOGICAL KNOWLEDGE: TO THE PROBLEM STATEMENT

The paper provides a rationale for a new philological area – decoding rhetoric. It identifies factors that allow to separate the area. The concept of decoding rhetoric is described; its object and subject are formulated. The cognitive and communicative fundamentals for decoding rhetoric are given. Special attention is paid to the rhetorical reconstruction of text formation as a method of the proposed area. The paper raises the problem of the relationship between rhetorical criticism and decoding rhetoric.

Keywords: decoding rhetoric; rhetorical text; rhetorical reconstruction of the text formation.

ВВЕДЕНИЕ

Цель настоящей статьи заключается в теоретико-методологическом обосновании претендующего на собственный онтологический статус филологического направления – риторики декодирования.

Риторика представлена сегодня широким спектром теоретических и прикладных направлений: от классической теории устной публичной речи до риторической герменевтики и риторической критики [Безменова 1991; Панов, Тумина 2005; Рождественский 2003]. Тем не менее все они объединены общей идеологией понимания категории риторического как эффективной мыслеречевой деятельности.

Такой объемный макрообъект исследования создает условия для появления новых направлений научного знания, удовлетворяющих требованиям полипарадигматичности и междисциплинарности, для поиска соответствующих синтетических методов. Так, исследователи, рассуждая о полифонии методов современной риторики, тем не менее констатируют, что проблема метода риторического исследования является все еще слабо отрефлексированной [Соседкина, Чувакин 2004], формулируя тем самым актуальную исследовательскую повестку.

Кроме того, в условиях, когда в мире становится «все больше и больше информации и все меньше и меньше смысла» (Ж. Бодрийяр), изучение вербализации и в особенности понимания, поиски технологий оптимизации этих процессов представляются как никогда актуальными. Так, В. Кинч и Т. ван Дейк отмечают: «Не может быть такой теории понимания, которая одновременно была бы и общей и частной, потому что нет единого, целостного процесса “понимания”. Каждый раз, когда мы пытаемся проникнуть в процесс понимания дискурса, он кажется чуточку иным. Поэтому нужны как раз основы исследования, ряд принципов и методов анализа, которые можно приложить к конкретным случаям [Дейк ван, Кинч 1988, с. 204]».

Вышеуказанные обстоятельства и факторы обуславливают возможности обоснования такой области знания, как риторика декодирования.

1. Понятие риторики декодирования, ее объект и предмет

Понятие «риторика декодирования» вводится нами по аналогии с обоснованной сначала М. Риффатером, а затем на отечественной почве И. В. Арнольд стилистикой декодирования, направленной на изучение тех сторон высказывания, которые передают лицу, принимающему и декодирующему сообщение, образ мыслей лица, кодирующего сообщение [Riffaterre 1964, с. 316. Цит. по Арнольд 2002, с. 17].

Как указывает И. В. Арнольд, «в стилистике восприятия внимание концентрируется не на писателе, а на результате его творчества, на воздействии, которое текст оказывает на читателя, т. е. на самого анализирующего» [Арнольд 2002, с. 30–31]. Такое понимание функциональной сущности стилистики декодирования позволяет рассматривать ее в качестве теоретической основы интерпретации текста и сближает с риторикой, в сферу традиционных интересов которой входит изучение воздействующей речи, реализующей целеполагание ратора.

Современное риторическое мировоззрение основывается на признании того факта, что «экспоненты риторической составляющей речевого сообщения есть показатели “эффективного” мышления продуцента (говорящего, пишущего) и одновременно необходимые предпосылки для изменения состояния и поведения реципиента (читающего, слушающего)» [Катышев 2002, с. 31]. Иначе говоря, для риторики оказываются значимы как процесс трансформации «мысли в слово», так и результат – эффективность, действенность текста как продукта мыслеречевой деятельности в практике преобразования реальности. Риторика не только снабжает говорящего технологиями успешного текстообразования, но и обеспечивает слушающего инструментарием диагностики текстообразующего замысла продуцента. Соответственно, представляется возможным выделять риторику кодирования и риторику декодирования, рассматривая при этом первую как теорию и практику эффективного текстообразования (что отвечает сущности классической риторики), а вторую как теорию и практику реконструи-

рования текстообразования с ориентировкой на образ особого типа текста – риторического.

Риторическое декодирование основывается на системе представлений о риторическом текстотипе, который мы трактуем в качестве модельного воплощения риторического кода, позволяющего диагностировать эффективность/неэффективность текста в коммуникативной практике.

Но если риторическое кодирование с его двухтысячелетней концептуальной идеей риторического канона как «алгоритма речевого поведения», «модели речевой деятельности» (Н. А. Безменова) достаточно освоено в теоретическом и дидактическом аспектах, то риторическое декодирование оставляет шансы научному поиску.

Риторику декодирования не интересует напрямую идейно-тематическое и эмоционально-эстетическое содержание текста. В то время как стилистика декодирования ориентирована «на идейные и эстетические ценности литературного произведения параллельно с получением лингвистической информации» [Арнольд 2002, с. 33]. Фокус внимания риторики декодирования направлен на реконструкцию механизмов формирования текста, оцениваемых с позиции эффективности коммуникативного взаимодействия.

Соответственно, объектом риторики декодирования выступает текстообразующий замысел субъекта речи, а предметом – аналитические процедуры его распознавания, где ведущую роль играют стратегии текстообразования, а также способы и средства их вербализации, создающие персуазивный, или воздействующий, эффект текста.

2. Когнитивно-коммуникативные основания риторики декодирования

Распознавание текстообразующего замысла возможно при наличии у декодирующего системы представлений о тексте-образце, или тексте-эталоне, который выступает в терминологии психологов и психолингвистов в качестве «заданного результата», «модели потребного будущего» (Н. А. Берштейн), «образа результата» (А. А. Леонтьев), «ориентировочного образа действия» (П. Я. Гальперин).

В рамках предлагаемой концепции таким текстом-образцом выступает так называемый риторический текст – абстрагированный от конкретного жанрового воплощения текстотип, характеризующийся системой параметров текстовой эффективности, каждый из которых находится в зависимости от того или иного компонента коммуникативного акта. В структуру последнего, как известно, входят коммуниканты, система коммуникативных замыслов, состоящая из практических и коммуникативных целей, обстоятельства общения, процессы вербализации и понимания, коммуникативный текст [Городецкий 1989].

Обращение к структуре коммуникативного акта позволяет установить следующие корреляции между компонентами структуры коммуникативного акта и свойствами риторического текста:

- коммуниканты/авторство и адресность, как следствие – диалогичность;
- практическая цель/акциональность;
- коммуникативная цель/персуазивность, основанная на аргументированности;
- обстоятельства общения/публичность;
- процессы вербализации и понимания/ориентация на актуальность предмета речи;
- коммуникативный текст/осознанность, следование технологии текстообразования – риторическому канону [Гольшикина 2015].

Коммуникативный акт выступает прототипическим основанием такой структуры представления знаний, как модель коммуникативного контекста. Так, согласно Т. ван Дейку, чтобы построить текст, люди должны хранить в памяти модель коммуникативного контекста, содержащую информацию об участниках речевой коммуникации, их целях, о типе социальной ситуации, к которой должен быть приложен строящийся текст. При этом контекстная модель контролирует как стиль, так и содержание, определяет информацию о ситуации, которая должна быть передана в тексте, и, наконец, указывает на то, какой тип текста должен быть построен [Дейк ван 2015, с. 170–171]. Иначе

говоря, в случае риторического кодирования модель коммуникативного контекста, выступая когнитивным коррелятом коммуникативной ситуации, обеспечивает текстообразование.

В свою очередь риторическое декодирование предполагает возможность извлечения представлений продуцента об исходном коммуникативном контексте из самого текста. Так, Е. Ф. Тарасов, трактуя текст как превращенную форму реальной действительности, отмечает, что в тексте, кроме собственно передаваемого сообщения, есть «информация, которая закодирована в языковых знаках... и которая позволяет косвенным образом на основе анализа текста получить сведения о самом коммуникативном акте и его элементах» [Тарасов 2009, с. 104]. Декодирование такой косвенной информации осуществляется, с нашей точки зрения, путем риторической реконструкции текстообразования.

3. Метод риторики декодирования

Базовым методом риторики декодирования выступает риторическая реконструкция текстообразования, теоретическим основанием которой является риторический канон – технология текстообразования, отражающая универсальный идеоречевой цикл «от мысли к слову» и последовательно эксплицирующая основные этапы создания текста – инвенцию, диспозицию и элокуцию [Безменова 1991; Ворожбитова 2005; Клюев 1999].

Мысль Т. ван Дейка о том, что «порождение текстовой базы представляет собой стратегический процесс, совершаемый в оперативном режиме (on-line)» [Дейк ван 2015, с. 171], позволяет трактовать этапы формирования текста как реализацию соответствующих стратегий текстообразования, а именно – инвентивной, диспозитивной и элокутивной.

Так, инвентивная стратегия инициирует текстообразование: ее реализация предполагает ментальную разработку предметного содержания текста. Здесь происходит оформление мотива и построение во внутренней речи концептуального сценария зарождающегося текста, осуществляется разработка его замысла согласно целеполаганию продуцента.

Диспозитивная стратегия связана с дальнейшим формированием содержательно-смысловых компонентов текста и их упорядочением, результатом чего становится создание композиционно-аргументационной структуры текста.

Элокутивная стратегия нацелена на отбор и комбинаторику языковых средств, которые призваны ясно, точно, доступно и выразительно эксплицировать замысел автора, а также устанавливать и поддерживать интерперсональные отношения, создавать диалогичность текста.

Воплощение субъектом речи риторических стратегий текстообразования, следование которым понимается как залог построения успешного текста, формирует условия для продуктивного декодирования реципиентом замысла продуцента.

В свою очередь риторическая реконструкция определяется нами как аналитическая процедура, позволяющая поэтапно рассматривать способы и средства вербализации стратегий текстообразования, которые не только обеспечивают персуазивный эффект, но и снижают его.

Отметим, что приведенный выше порядок следования этапов/стратегий текстообразования соответствует подходу от кодирующего. Декодировщик движется в обратном направлении.

Реконструкция элокутивной стратегии текстообразования включает анализ селекции и комбинации лексических и синтаксических средств, в том числе и средств выразительности, реализующих замысел субъекта речи, а также выявление средств авторизации и адресации, обеспечивающих диалогичность текста. На этом этапе анализа мы верифицируем такие свойства риторического текста, как публичность, а также авторство и адресность, как следствие – диалогичность, которые есть проекция таких составляющих коммуникативного акта, как обстоятельства общения и коммуниканты.

Реконструкция диспозитивной риторической стратегии предполагает полиаспектный анализ композиционной организации текста. Так, структурно-семантический аспект связан с изучением селекции и комбинации коммуникативных регистров речи – базовых композиционных единиц, обеспечивающих смыслообразование. Аргумент-

тационный аспект объясняет механизмы создания персуазивности риторического текста. Формально-прагматический аспект нацелен на описание суперструктуры текста. Результатом декодирования становится выявленная цепь трансформаций композиционных единиц разных уровней, демонстрирующая поуровневое преобразование смыслов в направлении от содержания к функции и только затем к форме [Гольшшина 2019].

Именно этот этап реконструкции демонстрирует методологическую связь риторики декодирования и лингвистики текста – научного направления, изучающего единицы текстообразования, способы и средства создания связного текста, принципы его линейной организации, а также процедуры членности, объясняющие механизмы моделирования композиционной структуры текста.

На этапе реконструкции диспозитивной стратегии мы вскрываем механизмы формирования персуазивности текста, которая есть проекция такого компонента акта коммуникации, как коммуникативная цель говорящего.

Реконструкция инвентивной стратегии текстообразования включает анализ триады «тема – проблема – тезис», обуславливающей диктумное содержание текста. Здесь же квалифицируется тип аудиторией, которой адресован текст. Этот этап анализа выявляет установку на актуальность и акциональность как свойства текста риторического типа. При этом актуальность трактуется как ориентация продуцента на информационные потребности реципиента в режиме «здесь и сейчас». Актуальность выступает своего рода катализатором понимания текста адресатом. Акциональность, в свою очередь, есть проекция практической цели говорящего, в значительной степени отражающей представления о том результате, который субъект речи предполагает достичь в рамках того или иного типа социальной деятельности.

Важно отметить, что методологические возможности риторической реконструкции диагностируют как сильные стороны текста, так и зоны риторического риска текста как продукта мыслеречевой деятельности, возникающие вследствие нереализованности или ущербности тактических механизмов воплощения той или иной стратегии текстообразования.

Таким образом, предложенный метод направлен на извлечение из текста информации о коммуникативном акте, о модели коммуникативного контекста продуцента, на декодирование его представлений о тексте-образце, обеспечивающих эффективное текстообразование, на обнаружение и систематизацию способов и средств вербализации текстообразующих стратегий.

4. Риторика декодирования и риторическая критика: к проблеме соотношения научных направлений

Риторика декодирования как научное направление, претендующее на собственный онтологический статус, требует определения своего места в парадигме смежных риторических направлений. Так, сегодня в дисциплинарную схему современной риторики включают: так называемые «парариторические», т. е. имплицитно риторические или использующие основные концепты классической риторики [Безменова 1991, с. 135], направления (лингвистическую прагматику, психолингвистику, лингвоэтнографию, психологию интеллектуальных способностей, стилистику, культуру речи и т. д.); метариторику; этнориторику; риторическую герменевтику; риторическую критику [Катышев 2002, с. 30].

В парадигме риторических направлений риторика декодирования располагается ближе всего к риторической критике, получившей интенсивное развитие в XX столетии в США.

Из ряда трактовок риторической критики остановимся на актуальном понимании ее как методологического течения, объединяющего вокруг себя исследования, цель которых состоит в разработке и систематизации процедур, направленных на анализ и оценку конативности письменных и устных текстов [Александрова 1987, с. 71; Катышев 2002, с. 30; Медведева 1987, с. 99]. При этом объект, или предмет, риторической критики, помимо текста в совокупности всех его разноуровневых составляющих, включает и паралингвистические параметры (фонация и кинесика), а также характеристики личности ратора, непосредственной аудитории, историко-политического фона и последствий, вызванных данным публичным выступлением [Смолененкова 2005, с. 7–8].

В части определения объекта / предмета изучения риторическая критика явно шире риторики декодирования, которая сосредоточена на технологических аспектах текстообразования, что позволяет последней претендовать на автономность.

Отметим, что «риторическая критика, по сути, обратно пропорциональна риторике: она изучает слово, чтобы выяснить идеи, которые в этом слове выражены. Таким образом, мы можем сказать, что риторическая критика – это филологическая дисциплина, которая изучает отношение слова к мысли» [Смолененкова URL]. Принцип «от слова к мысли» разделяет и риторика декодирования. Однако поскольку генетическим источником риторики декодирования являются риторика и лингвистика текста, а «риторическая критика... выросла не столько из риторики, сколько из литературной критики» [Там же], то путь «от слова к мысли» сопоставляемые научные направления преодолевают с помощью разных методов.

Совпадение риторической критики и риторики декодирования наблюдается в фокусе категории субъекта. Так, П. А. Катышев связывает риторическую критику с дискурсивной деятельностью квалифицированного субъекта, оценивающего воздействующий потенциал и целесообразность речевого акта [Катышев 2018, с. 18]. Риторическое декодирование требует такого же типа субъекта в практике реконструкции текстообразования.

Сделанные наблюдения намечают перспективы дальнейшего системного сопоставительного анализа смежных риторических дисциплин, обосновывающего онтологический статус риторики декодирования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Очевидно, что для любой практики декодирования краеугольным камнем становится идея кода. В риторике декодирования она воплощается в модели риторического текста, несущем информацию о коммуникативной ситуации/коммуникативном акте. Аргументом в поддержку такого исследовательского ракурса выступает понятие кода в семиологической концепции У. Эко, который определяет его как «модель, являющуюся рядом условных упрощений, производимых

ради того, чтобы обеспечить возможность передачи тех или иных сообщений» [Эко 2004, с. 83].

Представленная итерация, обосновывающая сущность риторики декодирования, сопряжена с определением ее объекта, предмета и метода – неизменных составляющих любого научного направления.

Предлагаемый метод риторической реконструкции текстообразования, поэтапно дешифрующий текстообразующий замысел субъекта речи и диагностирующий степень эффективности текста, выявляющий зоны его риторических рисков, представляется нам эффективным инструментом на пути «преодоления чуждости текста» [Гадамер 1991, с. 199], позволяющим риторике декодирования занять свое место в парадигме риторических направлений и в сфере филологического знания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Александрова Л. Н.* Риторика и герменевтика: (Развитие и современное состояние теоретических исследований в ФРГ) // Неориторика: Генезис, проблемы, перспективы: сб. научно-аналитических обзоров / Отв. ред. Н. А. Безменова. М.: ИНИОН, 1987. С. 70–90.
- Арнольд И. В.* Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. 4-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2002. 384 с.
- Безменова Н. А.* Очерки по теории и истории риторики. М.: Наука, 1991. 215 с.
- Ворожбитова А. А.* Теория текста: антропоцентрическое направление: учеб. пособие. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Высшая школа, 2005. 367 с.
- Гадамер Г.-Г.* Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991. 367 с.
- Гольшикина Л. А.* Полиаспектность композиционной структуры риторического текста // Научный диалог. 2019. № 10. С. 94–109. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-94-109.
- Гольшикина Л. А.* Система типологических свойств риторического текста // Мир русского слова. 2015. № 3. С. 31–37.
- Городецкий Б. Ю.* Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 24. Компьютерная лингвистика. М.: Прогресс, 1989. С. 5–31.
- Дейк ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. Изд. 2-е. М.: ЛЕНАНД, 2015. 320 с.

- Дейк ван Т. А., Кинч В.* Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. М., 1988. С. 153–211.
- Катышев П. А.* Риторика как дисциплина // Риторика: учебно-методич. комплекс для студентов гуманитарных факультетов / Под ред. П. А. Катышева. Кемерово: КемГУ, 2002. С. 21–54.
- Катышев П. А.* Риторическая критика в гносеологическом и онтологическом измерениях // Русский язык за рубежом. 2018. № 2 (267). С. 18–23.
- Клюев Е. В.* Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция): учеб. пособие для вузов. М.: ПРИОР, 1999. 272 с.
- Медведева С. Ю.* Риторика и риторическая критика в США // Неориторика: Генезис, проблемы, перспективы: сб. научно-аналитических обзоров / Отв. ред. Н. А. Безменова. М.: ИНИОН, 1987. С. 91–113.
- Панов М. И., Тумина Л. Е.* Риторика // Эффективная коммуникация: история, теория, практика: словарь-справочник под ред. М. И. Панова. М.: ООО Агентство «КРПА Олимп», 2005. С. 323–328.
- Рождественский Ю. В.* Принципы современной риторики. М.: Флинта; Наука, 2003. 176 с.
- Смоленкова В. В.* Понятие риторической критики. URL: <https://www.portal-slovo.ru/philology/37416.php> (дата обращения: 22.11.2019).
- Смоленкова В. В.* Риторическая критика как филологический анализ публичной аргументации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2005. 24 с.
- Соседкина О. С., Чувакин А. А.* Относительно методов риторического исследования // Человек – Коммуникация – Текст. Барнаул, 2004. Вып. 6. С. 44–56.
- Тарасов Е. Ф.* К построению теории речевой коммуникации // Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. С. 15–147.
- Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2004. 544 с.
- Riffaterre M.* The Stylistic Function. Proceedings of the 9th Intern. Congr. of Linguistics / Ed. by Lunt. Cambridge: Mas., 1964. Pp. 316–323.

REFERENCES

- Aleksandrova L. N.* Ritorika i germeneytika: (Razvitiye i sovremennoye sostoyaniye teoreticheskikh issledovaniy v FRG) // Neoritorika: Genезis, problemy, perspektivy: sb. nauchno-analiticheskikh obzоров / Отв. ред. Н. А. Безменова. М.: ИНИОН, 1987. С. 70–90.

- Arnol'd I. V.* Stilistika. Sovremenniy angliiskiy yazyk: uchebnik dlya vuzov. 4-e izd., ispr. i dop. M.: Flinta: Nauka, 2002. 384 s.
- Bezmenova N. A.* Ocherki po teorii i istorii ritoriki. M.: Nauka, 1991. 215 s.
- Vorozhbitova A. A.* Teoriya teksta: antropotsentricheskoe napravlenie: ucheb. posobie. Izd. 2-e, ispr. i dop. M.: Vysshaya shkola, 2005. 367 s.
- Gadamer G.-G.* Aktual'nost' prekrasnogo. M.: Iskusstvo, 1991. 367 s.
- Golyshkina L. A.* Poliaspektnost' kompozitsionnoi struktury ritoricheskogo teksta // Nauchnyi dialog. 2019. № 10. S. 94–109. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-94-109.
- Golyshkina L. A.* Sistema tipologicheskikh svoystv ritoricheskogo teksta // Mir russkogo slova. 2015. № 3. S. 31–37.
- Gorodetskii B. Yu.* Komp'yuternaya lingvistika: modelirovanie yazykovogo obshcheniya // Novoe v zarubezhnoi lingvistike. Vyp. 24. Komp'yuternaya lingvistika. M.: Progress, 1989. S. 5–31.
- Deik van T. A.* Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. Izd. 2-e. M.: LENAND, 2015. 320 s.
- Deik van T. A., Kinch V.* Strategii ponimaniya svyaznogo teksta // Novoe v zarubezhnoi lingvistike. Vyp. 23. Kognitivnye aspekty yazyka. M., 1988. S. 153–211.
- Katyshev P. A.* Ritorika kak distsiplina // Ritorika: uchebno-metodich. kompleks dlya studentov gumanitarnykh fakul'tetov / Pod red. P. A. Katysheva. Kemerovo: KemGU, 2002. S. 21–54.
- Katyshev P. A.* Ritoricheskaya kritika v gnoseologicheskom i ontologicheskom izmereniyakh // Russkii yazyk za rubezhom. 2018. № 2 (267). S. 18–23.
- Klyuev E. V.* Ritorika (Inventsiya. Dispozitsiya. Elokutsiya): ucheb. posobie dlya vuzov. M.: PRIOR, 1999. 272 s.
- Medvedeva S. Yu.* Ritorika i ritoricheskaya kritika v SShA // Neoritorika: Genезis, problemy, perspektivy: sb. nauchno-analiticheskikh obzorov / Otv. red. N. A. Bezmenova. M.: INION, 1987. S. 91–113.
- Panov M. I., Tumina L. E.* Ritorika // Effektivnaya kommunikatsiya: istoriya, teoriya, praktika: slovar'-spravochnik pod red. M. I. Panova. M.: OOO Agentstvo «KRPA Olimp», 2005. S. 323–328.
- Rozhdestvenskii Yu. V.* Printsipy sovremennoi ritoriki. M.: Flinta; Nauka, 2003. 176 s.
- Smolenenkova V. V.* Ponyatie ritoricheskoi kritiki. URL: <https://www.portal-slovo.ru/philology/37416.php> (data obrashcheniya: 22.11.2019).
- Smolenenkova V. V.* Ritoricheskaya kritika kak filologicheskii analiz publichnoi argumentatsii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. M., 2005. 24 s.

Sosedkina O. S., Chuvakin A. A. Otnositel'no metodov ritoricheskogo issledovaniya // *Chelovek – Kommunikatsiya – Tekst*. Barnaul, 2004. Vyp. 6. S. 44–56.

Tarasov E. F. K postroeniyu teorii rechevoi kommunikatsii // *Teoreticheskie i prikladnye problemy rechevogo obshcheniya*. M.: LIBROKOM, 2009. S. 15–147.

Eko U. Otsutstvuyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu. SPb.: Simpozium, 2004. 544 s.

Riffaterre M. The Stylistic Function. Proceedings of the 9th Intern. Congr. of Linguistics / Ed. by Lunt. Cambridge: Mas., 1964. Pp. 316–323.

УДК 316.776.33

Грибанова Татьяна Игоревна

старший преподаватель кафедры грамматики и истории
английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: tigribanova65@yandex.ru

**РИТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТАКТИКИ ХЕДЖИРОВАНИЯ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ АКАДЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ СТАТЕЙ)**

Статья посвящена рассмотрению особенностей хеджирующих средств в письменных текстах научно-технической тематики. Анализируются англоязычные научно-исследовательские статьи с точки зрения взаимосвязи их дискурсивной направленности и выбора хеджирующих единиц с учетом их функциональной и типологической специфики. Выявляются типичные для данного типа текста средства хеджирования и определяется их риторический потенциал.

Ключевые слова: хедж; хеджирующее средство; научно-исследовательская статья; научно-технический текст; компенсационные тактики; риторический потенциал.

Gribanova Tatayna Igorevna

Senior Lecturer of Grammar and History of English,
Faculty of the English Language,
Moscow State Linguistic University
e-mail: tigribanova65@yandex.ru

**HEDGING AS A RHETORICAL STRATEGY
IN ENGLISH ENGINEERING RESEARCH ARTICLES**

The present article considers hedging in English research articles belonging to engineering discourse. Various hedging devices typical of the texts under investigation are traced with a focus on their functional and taxonomical characteristics, as well as their rhetorical potential.

Keywords: hedge; hedging device; research article; engineering text; mitigation; rhetorical potential.

ВВЕДЕНИЕ

Межличностное общение представляет собой двусторонний процесс – передачу говорящим/пишущим своей коммуникативной интенции декодирование им интенции собеседника. При этом, эффективность данного процесса определяется степенью сформированности у автора риторической компетенции, позволяющей предотвратить коммуникативную неудачу, и тем самым, успешно реализовать поставленные задачи.

Реализация подобных риторических задач во многом определяется эффективностью использования коммуникативных тактик, направленных на усиление/снижение воздействия на собеседника. К ним следует отнести и компенсационную коммуникативную тактику хеджирования [Лакофф, 1972; Браун, Левинсон, 1978; Принс, 1982; Суэлс, 1990; Тарантино, 1991; Лебедева, Грибанова, 2019].

Данная статья посвящена вопросу хеджирования в англоязычном академическом дискурсе на материале современных научно-технических исследовательских статей. Проведенный количественный и качественный анализ 10 публикаций из ведущих британских и американских технических журналов позволил выявить взаимосвязь между использованием хеджирующих языковых средств и спецификой конкретного типа дискурса с точки зрения их риторического потенциала.

Язык современного научного описания представляет собой сочетание точности предлагаемой фактической информации и аккуратности ее презентации. Авторам рекомендуется представлять свои гипотезы и предположения, предлагая различные взгляды на проблему и используя смягченные формулировки [Лакофф, 1972; Браун, Левинсон, 1978; Принс, 1982; Суэлс, 1990; Тарантино, 1991; Джалилифар, 2011; Тран, Дуонг, 2013; Риккинен, 2013]. Достижению этой цели и призваны способствовать хеджи как метадискурсивные маркеры. При этом можно выделить две основные точки зрения на использование хеджирующих средств в академическом дискурсе.

В соответствии с первой точкой зрения (превалирующей среди научного сообщества) хеджами в научных текстах ассоциируются

с неточностью изложения. Подобная недосказанность снижает жесткость высказывания, делая его более приемлемым для читателя/слушателя, за счет чего вырастает вероятность признания выдвигаемого тезиса и снижается риск его неприятия. [Салагер-Майер, 1994, с. 150; Тран, Дуонг, 2013, с. 1].

Хеджи позволяют установить некую дистанцию, ненавязчиво донести точку зрения автора до собеседника, защитить собственную репутацию исследователя, также как и репутацию научно-исследовательского заведения в целом. Важно определить, до какой степени автор может позволить себе твердо отстаивать свое научное мнение, и при каких условиях следует быть менее безапелляционным, допуская иные подходы к интерпретации данных. Так, использование хеджей можно считать риторическим приемом для «честного, скромного, умеренного и осмотрового изложения материала, при этом сохраняя «пространство для маневра» другим исследователям, специализирующимся в этой же научной области [Суэлс, 1990, с. 175]. Гейер (2008) вслед за Брауном и Левинсоном (1978) предлагает рассматривать хеджирование в терминах стратегий вежливости, иными словами в качестве рациональных стратегий социального взаимодействия (например, опубликование статьи предполагает солидаризирование с читателями, завуалированность критических замечаний, уважение к мнению коллег).

Сторонники второй точки зрения полагают, что трактовка хеджирования лишь как способа смягчения утверждения сужает сферу применения данной тактики. [Салагер-Майер, 1993]. По их мнению, средства хеджирования могут применяться также для повышения точности при описании итогов исследования, позволяя автору более полно представить свою позицию, тем самым, повышая доверие к полученным результатам. Хайленд (2000; 2008), характеризуя функционирование хеджирующих средств в академическом дискурсе, отмечает их способность не только смягчить формулировки (и тем самым обезопасить себя от возможной критики), но и обеспечить адекватную подачу авторского видения исследуемой проблемы.

Научно-исследовательские технические статьи (НИТС) как часть научного дискурса традиционно ассоциируются с высокой точностью.

Однако, как показывает практика, точность как обязательная характеристика научного текста является мифом, более того, в ряде случаев автор и не стремится к подобной точности [Джалилифар, 2011; Тран, Дуонг, 2013].

Источником материала для настоящего исследования послужили англоязычные технические издания, такие как International Journal of Electronics, Transactions on Biometrical Engineering, Transactions on Communications, Transactions on Magnetics. Число исследованных статей – 10 с общим количеством слов 8035.

Анализ употребления хеджирующих средств проводился в соответствии со следующими задачами: выявить типичные хеджирующие средства в научно-технических исследовательских статьях и составить их типологию; проанализировать хеджи с точки зрения их частотности; определить риторический потенциал хеджирующих средств в рамках НИТС.

Типология хеджей, использованная в данном исследовании, построена с учетом их морфолого-синтаксической природы и функционирования в речи. Так, исследованные языковые единицы подразделяются на:

1. Эпистемические модификаторы¹:

- a) отражающие истинность высказывания (plausibility shields) – модальные глаголы (may, can, would, etc.), эпистемические глаголы (suggest, speculate, appear, seem, etc.), глаголы умственной деятельности (believe, suppose, think, etc.), перформативные глаголы (apologize, promise, request и др.) наречия (probably, likely, etc.), прилагательные (probable), существительные (possibility);
- b) указывающие на источник информации (attribution shields) (according to, as far as anyone knows, etc.);

2. Модификаторы пропозиции (аппроксиматоры – approximators):

- a) адапторы (sort of, kind of, somewhat, etc.);
- b) раундеры (rounders) – almost, about, approximately, etc.

¹ См. Принс и др. (1982:90).

В отличие от эпистемических модификаторов (которые либо модифицируют степень уверенности автора, либо соотносят его позицию с точкой зрения других исследователей), аппроксиматоры модифицируют истинность пропозиции: для описания менее репрезентативных характеристик используются адапторы, для описания параметров, не требующих точности, используются раундеры.

Анализ показал, что наиболее частотными единицами являются эпистемические модификаторы, составившие около 77% от всех исследованных хеджирующих средств.

Помимо вышеперечисленных, к единицам, способным выполнять компенсационную функцию, ряд исследователей (Хайленд, 1996; 1998; 2000; Кутсантони, 2009) относят стратегические компенсаторы, включающие в себя вопросительные предложения, условные придаточные предложения и контрастные маркеры, а также ограниченный диапазон формульных фраз. Данные средства призваны выполнять три базовых функции (Хайленд, 2000):

- 1) «ограничение знания»:
e.g.: It is not known, whether...;
- 2) «ограничение конкретной модели, теории или метода»:
e.g.: In spite of it's shortcomings...;
- 3) «сомнение, связанные с экспериментальными условиями»:
e.g.: Under these conditions...

Кутсантони (2009) предлагает добавить к этому перечню еще две функции:

- 4) «ограничение по объему исследования»:
e.g.: To my knowledge...;
- 5) «соотнесение результатов собственного исследования с работами коллег».

Методология

Исследование проведено в русле актуальных направлений современной лингвистики, а именно функциональной грамматики, дискурсивного анализа, сопоставительного анализа, компенсаторной теории.

Обсуждение. Результаты

Исследование фактического материала проведено в соответствии с теми задачами, которые были сформулированы во Введении.

1. Дистрибуция хеджирующих средств в научно-исследовательских технических статьях

Таблица 1

Частотность хеджирующих средств в НИТС

Тип хеджирования	Количество в НИТС	%
Эпистемические модификаторы		
Модальные глаголы	83	30
Эпистемические глаголы	22	8
Глаголы умственной деятельности	15	5
Перфомативные глаголы	18	6
Наречия	64	23
Прилагательные	11	4
Существительные	1	0,5
Аппроксиматоры		
Адапторы	6	2,5
Раундеры	17	6
Стратегические хеджи	40	15
Итого	267	100

Проведенный анализ показал, что наиболее частотными хеджирующими средствами в научно-исследовательских технических статьях являются shields (76,5 %), представленные лексико-грамматическими языковыми единицами. Среди них явное преимущество отдается глаголам: модальным (30 %), эпистемическим (8 %), перфомативным (6 %) и глаголам умственной деятельности (5 %). При этом, среди неглагольных средств превалируют эпистемические наречия (23 %), которые более чем в 5 раз частотнее эпистемических при-

лагательных (4 %). Употребление эпистемических существительных находится в рамках статистической погрешности (1/0,5 %).

Что касается плотности хеджирующих средств, то в исследованных НИТС они составили 0,07 единицы на одну строку.

Сопоставление хеджирующих средств разных типов свидетельствует о том, что стратегические хеджи не являются абсолютно самостоятельным типом в силу того, что в подобных структурах зачастую используются отдельные слова и выражения, которые большинством исследователей относятся к эпистемическим модификаторам и аппроксиматорам.

В нашем исследовании подобных случаев насчитывается больше половины (65%), в связи с чем нам видится уместным относить эти комплексные структуры к многокомпонентным хеджирующим средствам, обладающим повышенной компенсаторной силой:

Because of the complexity of the problem it was not possible to evaluate the confidence of the estimate mean and variance, however, the results suffice to illustrate trends [Hebley, Taylor, 1998].

It proves to be quite difficult to obtain the theoretical probabilities Pfa, Pm, and Ph if the data are interleaved by character [Welburn, Cavers, 1999].

Далее рассмотрим функционирование стратегических хеджей различных типов в текстах НИТС.

Таблица 2

**Частотность стратегических хеджирующих средств
в НИТС**

Тип стратегического хеджа	Количество употреблений	%
Ограничение метода (ОМ)	16	40
Ограничение объема (ООБ)	10	25
Ограничение знания (ОЗ)	5	12,5
Соотнесение результатов с другими исследованиями (СР)	5	12,5
Сомнение, связанное с экспериментальными условиями (СЭУ)	4	10
Итого	40	100

Как видно из приведенных данных, наиболее характерными стратегическими компенсаторными тактиками в НИТС являются ограничение метода (40 %) и ограничение объема исследования (25 %), тогда как наименьшую частотность продемонстрировали компенсаторы, направленные на выражение сомнения автора, в связи с условиями проводимого эксперимента (4 %). Данная дистрибуция обусловлена форматом текста НИТС и статусом автора (описание результатов исследования, проведенного опытным ученым).

2. Реализация риторического потенциала хеджирующих средств

Учитывая комплексную структуру стратегических хеджирующих средств (компенсаторов), часто включающих в себя хеджи типа аппроксиматоров, адапторов и пр., рассмотрим риторический потенциал хеджирующих средств на примере именно стратегических компенсаторов.

2.1. Ограничение метода

Стратегические компенсаторы используются авторами с целью избежать негативной реакции со стороны научного сообщества, признав возможные недостатки прежде, чем это будет сделано рецензентами. Они характеризуются наибольшей частотностью (40%) в силу того, что являются приоритетными в любом научном описании.

The absorbent particle size was too small to enable accurate effective diffusivities to be obtained [Catchpole, 1991].

Regrettably the limited operating conditions of the SISTAM and the unexpectedly large errors in measuring drum surface temperature have restricted the study of some of the more interesting aspects of the heat transfer process (...) The experimental work was cut short as it became increasingly difficult to measure drum surface temperature due to the increasing appearance of trapped air pockets between thermocouples and the drum surface. To cure this problem would have involved ... (...) These modifications would have been very expensive and time consuming [Parkin, 1990].

Стоит отметить, что в ряде случаев признание автором собственных недостатков сопровождается указанием на сильные стороны использованного метода, модели или теории, а также на то, что упомянутые недостатки не оказали решающего влияния на результаты исследования. Подобный прием контрбаланса позволяет автору избежать излишнего самобичевания при соблюдении необходимых правил представления своего научного труда. В приведенном ниже примере автор использует прием контрбаланса для оправдания выбора определенной методики исследования, признавая при этом наличие некоторых проблем.

This method does not guarantee the global maximum, however, simulations indicate that the algorithm works well even when $Es/\delta 2$ is small [Halford, Brandt-Pearce 1998].

В ряде случаев применение стратегического компенсатора «ограничение метода» может быть связано с новизной научной проблемы или ограниченными временными или материальными ресурсами.

2.2. Ограничение объема исследования

Данный стратегический компенсатор является вторым по частотности среди других подобных хеджирующих средств в НИТС и связан, как правило, с неудачами в ходе проведения эксперимента или другими форс-мажорными обстоятельствами.

Although available directly from the FDTD results, the distribution and magnitude of power losses within the biological tissue of the model are not discussed in this paper [Scalon, Burns, Evans, 1999].

It is not our intention to present here a thorough investigation of the network as a communication system [Deane, Smythe, Jeffries, 1996].

Our design method for MTQ's differs substantially from that of ECTQ's described earlier, but in the interest of brevity will only be sketched here [Larsen, Frost, 1997].

2.3. Ограничение знания

Использование данного типа хеджирующих средств в НИТС отличается средней частотностью, по сравнению с другими подобными компенсаторами. Оно означает признание автором невозможности

предоставить подробный комментарий рассматриваемых явлений, сформулировать точные дефиниции, обосновать выбранные подходы к изучению материала.

It must be emphasized, however, that there is no way in general to eliminate the window effects on instantaneous bandwidth and higher moments of the spectrogram [Davidson, Loughlin, 2000].

However, we point out that our definition of m is neither universal nor complete [Larsen, Frost, 1997].

The cause of the discrepancy is uncertain [Catchpole, 1991].

2.4. Соотнесение результатов с другими исследованиями

Данный тип хеджирующих средств, так же как и предыдущий, отличается средней частотностью в НИТС. В данном случае минимизация «угрозы лицу» автора как ученого осуществляется за счёт признания того, что его исследование является лишь «каплей в море» познания человека, законов природы и мироздания» [Тарантино, 1991, с. 33].

These results are consistent with commonly used model for a permanent magnet with no equivalent volume current density corresponding to [Watterson, 2000].

There was good agreement between literature values and the measured diffusion coefficients obtained in this work [Catchpole, 1991].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная статья представляет собой описание функционирования разноуровневых хеджирующих средств в научно-исследовательских статьях технической тематики. Актуальность исследования обусловлена риторической ролью компенсаторов в академическом дискурсе. Несмотря на то, что неотъемлемыми требованиями к научному описанию справедливо считают объективность, точность, и четкость, любое исследование не лишено личностных суждений и субъективных оценок. В связи с этим, роль хеджей как компенсаторных средств для эффективного воздействия на адресата выглядит чрезвычайно важной. Компенсаторы подчеркивают непредвзятость суждений, уважительное отношение автора к взглядам других исследователей, что

позволяет ему избежать резкой критики со стороны научного сообщества, сохранить «лицо» и представить результаты своего исследования как серьезные и заслуживающие доверия.

Проведенный анализ доказал активное использование авторами научно-технических исследовательских статей различных хеджирующих средств. Среди лексико-грамматических хеджей наибольшую частотность продемонстрировали модальные, эпистемические и перформативные глаголы. Отдельно следует отметить синтаксические структуры выступающие в качестве стратегических компенсаторов.

Их использование в сочетании с лексико-грамматическими хеджами усиливает компенсационный эффект при описании выбранной методологии, хода эксперимента, полученных результатов, соотнесения с другими подобными исследованиями.

Как следствие, повышается степень доверия как к самому научному описанию, так и к автору публикации, что, в конечном итоге, обеспечивает более успешное достижение поставленной коммуникативной цели.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что использование хеджирующих средств в научно-техническом тексте служит важным риторическим средством адекватного представления предлагаемой информации, а также одним из надежных критериев успешного восприятия информации целевой аудиторией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Brown P., & Levinson, S.* Politeness: Some universals in language usage // Questions and politeness: Strategies in social interaction. In E. Goody (Ed.) Cambridge, Cambridge University Press 1978.
- Catchpole O. J.* Packed bed mass transfer using a near critical fluid solvent. Doctoral dissertation, University of Birmingham, UK, 1990.
- Davidson K. L., Loughlin P. J.* Compensating for window effects in the calculation of spectrographic instantaneous bandwidth, IEEE Transactions on Biometrical Engineering, 47, 4, 2000, p. 556-558.
- Deane J. H. B., Smythe C., Jeffries D. J.* Self-similarity in a deterministic model of data transfer, International Journal of Electronics, 80, 5, 1996, p. 677-691.
- Geyer N.* Discourse and Politeness: Ambivalent Face in Japanese. New York Continuum, 2008.

- Halford K. W. and Brandt-Pearce M. New-user identification in a CDMA system, *IEEE Transactions on Communications*, 46, 1, 1998, p. 144–155.
- Hebley M. G., Taylor D. P. The effect of diversity in a burst-mode carrier-frequency estimator in the frequency-selective multipath channel, *IEEE Transactions on Communications*, 46, 4, 1998, p. 553–560.
- Hyland K. Writing without conviction? Hedging in scientific research articles, *Applied Linguistics*, 17, 4, 1996, p. 433–453.
- Hyland K. Boosting, hedging and the negotiation of academic knowledge, *Text* 18, 3, 1998, p. 349–382.
- Hyland, K. *Disciplinary discourses: Social interactions in academic writing*. Longman, London, 2000.
- Hyland K. Persuasion, Interaction and the Construction of knowledge: Representing Self and Others in Research Writing // *International Journal of English Studies*. 2008. Vol. 8(2) p. 1–23.
- Jalilifar A. R. World of Attitudes in Research Article Discussion Sections: A Cross-Linguistic Perspective // *Journal of Technology and Education*. 2011. Vol. 5(3) p. 177–186.
- Koutsantoni D. Rhetoric and culture in published and unpublished communication. A comparative study of texts produced by Greek and native English speaking engineers. Doctoral dissertation, University of Birmingham, UK. 2009.
- Lakoff G. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts // *Journal of Philosophical Logic*. 1972. Vol. 2, 458–508.
- Larsen M. F., Frost R. L. Complexity-constrained trellis quantizers, *IEEE Transactions on Information Theory*, 43, 4, 1997, p. 1134–1143.
- Lebedeva I., Gribanova T. Hedging in courtroom discourse. *Voprosy prikladnoj lingvistiki* № 2 (34). 2019. С. 70–92.
- Parkin P. Heat transfer in a simulated nuclear waste store. Doctoral dissertation, University of Birmingham, UK, 1990.
- Prince E. F., Frader R. J., & Bosk C. On hedging in physician-physician discourse. In J. di Prieto (Ed.), *Linguistic and the Professions* (pp. 83–97). Norwood, Ablex Publishing Corporation 1982
- Riekkinen N. Softening Criticism: The Use of Lexical Hedges in Academic Spoken Interaction (Pro Gradu Thesis). 2013. http://www.helsinki.fi/englanti/elfa/ProGradu_Niina_Riekkinen.pdf
- Salager-Meyer F. Hedges and Textual Communicative Function in Medical English Written Discourse. *English for Specific Purposes*. 1994 13(20), 149–171.
- Scalon W. G., Burns B. J., Evans N. E. Radiowave propagation from a tissue-implanted source at 418 MHz and 916.5 MHz, *IEEE Transactions on Biomedical Engineering*, 47, 4, 1999, p. 527–533.
- Swales J. *Genre analysis*. Cambridge, Cambridge University Press. 1990.

- Tarantino M.* Scientific English: Qualitative factors via modern rhetoric // UNESCO-ALSED LSP Newsletter, 1991 13(3), 51–60.
- Thao Q. Tran & Tham M. Duong.* Hedging: A Comparative Study of Research Article Results and Discussion Section in Applied Linguistics and Chemical Engineering. *English for Specific Purposes World*. URL: <http://www.esp-world.info>, 2013 Issue 41, Vol. 14
- Watterson, P. A.* Energy calculation of a permanent magnet system by surface and flux integrals (the flux-mmf method), *IEEE Transactions on Magnetics*, 36, 2, 2000, p. 470.
- Welburn L., Cavers J. K.* Pilot signals improve the performance of a reed-solomon errors and ensures in rayleigh fading channels, *IEEE Transactions on Communications*, 47, 5, 1999, p. 689–696.

REFERENCES

- Brown P., & Levinson, S.* Politeness: Some universals in language usage // Questions and politeness: Strategies in social interaction. In E. Goody (Ed.) Cambridge, Cambridge University Press 1978
- Catchpole O. J.* Packed bed mass transfer using a near critical fluid solvent. Doctoral dissertation, University of Birmingham, UK, 1990.
- Davidson K. L., Loughlin P. J.* Compensating for window effects in the calculation of spectrographic instantaneous bandwidth, *IEEE Transactions on Biometrical Engineering*, 47, 4, 2000, p. 556–558.
- Deane J. H. B., Smythe C., Jeffries D. J.* Self-similarity in a deterministic model of data transfer, *International Journal of Electronics*, 80, 5, 1996, p. 677–691.
- Geyer N.* Discourse and Politeness: Ambivalent Face in Japanese. New York Continuum, 2008
- Halford K. W. and Brandt-Pearce M.* New-user identification in a CDMA system, *IEEE Transactions on Communications*, 46, 1, 1998, p. 144–155.
- Hebley M. G., Taylor D. P.* The effect of diversity in a burst-mode carrier-frequency estimator in the frequency-selective multipath channel, *IEEE Transactions on Communications*, 46, 4, 1998, p. 553–560.
- Hyland K.* Writing without conviction? Hedging in scientific research articles, *Applied Linguistics*, 17, 4, 1996, p. 433–453.
- Hyland K.* Boosting, hedging and the negotiation of academic knowledge, *Text* 18, 3, 1998, p. 349–382.
- Hyland, K.* Disciplinary discourses: Social interactions in academic writing. Longman, London, 2000.
- Hyland K.* Persuasion, Interaction and the Construction of knowledge: Representing Self and Others in Research Writing // *International Journal of English Studies*. 2008. Vol. 8(2) p. 1–23.

- Jalilifar A. R. World of Attitudes in Research Article Discussion Sections: A Cross-Linguistic Perspective // *Journal of Technology and Education*. 2011. Vol. 5(3) p. 177–186.
- Koutsantoni D. Rhetoric and culture in published and unpublished communication. A comparative study of texts produced by Greek and native English speaking engineers. Doctoral dissertation, University of Birmingham, UK. 2009.
- Lakoff G. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts // *Journal of Philosophical Logic*. 1972. Vol. 2, 458–508.
- Larsen M. F., Frost R. L. Complexity-constrained trellis quantizers, *IEEE Transactions on Information Theory*, 43, 4, 1997, p. 1134–1143.
- Lebedeva I., Gribanova T. Hedging in courtroom discourse. *Voprosy prikladnoj lingvistiki* № 2 (34). 2019. С. 70–92.
- Parkin P. Heat transfer in a simulated nuclear waste store. Doctoral dissertation, University of Birmingham, UK, 1990.
- Prince E. F., Frader R. J., & Bosk C. On hedging in physician-physician discourse. In J. di Prieto (Ed.), *Linguistic and the Professions* (pp. 83–97). Norwood, Ablex Publishing Corporation, 1982.
- Riekkinen N. *Softening Criticism: The Use of Lexical Hedges in Academic Spoken Interaction* (Pro Gradu Thesis). 2013. http://www.helsinki.fi/englanti/elfa/ProGradu_Niina_Riekkinen.pdf
- Salager-Meyer F. Hedges and Textual Communicative Function in Medical English Written Discourse. *English for Specific Purposes*. 1994 13(20), 149–171.
- Scalon W. G., Burns B. J., Evans N. E. Radiowave propagation from a tissue-implanted source at 418 MHz and 916.5 MHz, *IEEE Transactions on Biomedical Engineering*, 47, 4, 1999, p. 527–533.
- Swales J. *Genre analysis*. Cambridge, Cambridge University Press. 1990.
- Tarantino M. Scientific English: Qualitative factors via modern rhetoric // UNESCO-ALSED LSP *Newsletter*, 1991 13(3), 51–60.
- Thao Q. Tran & Tham M. Duong. Hedging: A Comparative Study of Research Article Results and Discussion Section in Applied Linguistics and Chemical Engineering. *English for Specific Purposes World*. URL: <http://www.esp-world.info>, 2013 Issue 41, Vol. 14
- Watterson, P. A. Energy calculation of a permanent magnet system by surface and flux integrals (the flux-mmf method), *IEEE Transactions on Magnetics*, 36, 2, 2000, p. 470.
- Welburn L., Cavers J. K. Pilot signals improve the performance of a reed-solomon errors and ensures in rayleigh fading channels, *IEEE Transactions on Communications*, 47, 5, 1999, p. 689–696.

УДК 808.5

Громыко Сергей Александрович

кандидат филологических наук, доцент

доцент кафедры русского языка, журналистики и теории коммуникации

Вологодского государственного университета

e-mail: ling2007@yandex.ru

**ПЕРВОЕ РУССКОЕ РУКОВОДСТВО ПО ПОЛИТИЧЕСКОЙ РИТОРИКЕ:
ОПЫТ АНАЛИЗА (О КНИГЕ М. Н. ПОПОВА
«ПОЛИТИЧЕСКОЕ КРАСНОРЕЧИЕ. ЧТО НУЖНО ДЛЯ ОРАТОРА»)**

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ
в рамках научного проекта № 20-012-00111*

*«Русский национализм в лингвоюридическом аспекте:
прагматика, динамика, экспертиза»*

В статье анализируется книга М. Н. Попова «Политическое красноречие. Что нужно для оратора». Книга рассматривается как первое русское риторическое руководство по политической речи. Появление работы Попова связывается с зарождением парламентской и шире – политической риторики в России начала XX века. Особое внимание уделяется формату издания – общедоступное, популярное риторическое руководство – и его содержанию в аспекте представлений автора о зарождающейся парламентской коммуникации. Воссоздается портрет читателя книги: это человек, не обладающий систематическим образованием, но имеющий опыт произнесения неинституциональных речей на митингах и народных собраниях. Анализируется структура книги в аспекте традиционных риторических руководств, обращается внимание как на отступления от традиционных канонов составления учебника по риторике, так и на преемственность последним.

Ключевые слова: риторика; история русской риторики; парламентская речь; политическая коммуникация; риторические руководства; риторический идеал.

Gromyko Sergey Aleksandrovich

PhD of Philological Sciences, Associate Professor

Associate Professor of Department of Russian Language, Journalism and

Communication Theory of the Vologda State University

e-mail: ling2007@yandex.ru

**FIRST RUSSIAN TRAINING BOOK OF THE POLITICAL RHETORIC:
ANALYSIS EXPERIENCE (ABOUT THE BOOK M. N. POPOV
«POLITICAL ELOQUENCE. WHAT IS NECESSARY FOR THE SPEAKER»)**

The article is devoted to the analysis of the book by M. N. Popov “Political Eloquence. What is necessary for the speaker». The book is considered as the first Russian rhetorical training book to political

speech. The appearance of the book of Popov is associated with the birth of parliamentary and, more broadly, political rhetoric in Russia at the beginning of the twentieth century. Particular attention is paid to the format of the publication – an accessible, popular rhetorical guide – and its content in the aspect of the author’s ideas about the emerging parliamentary communication. A portrait of the reader of the book is recreated: this is a person who does not have a systematic education, but who has experience in making non-institutional speeches at meetings and public meetings. The structure of the book is analyzed in the aspect of traditional rhetorical training books, attention is drawn both to deviations from the traditional canons of compiling a textbook on rhetoric and to the continuity of the latter.

Keywords: rhetoric, history of Russian rhetoric, parliamentary speech, political communication, rhetorical training books, rhetorical ideal.

ВВЕДЕНИЕ

В начале XX века устная публичная речь разных стилей и жанров получает исключительное право быть основным видом словесной культуры: расширяются ее виды и функции, увеличивается аудитория [Чистякова 2006]. Это было связано с тем, что в конце XIX – начале XX веков требования российского общества к речи достаточно сильно изменились по сравнению с предыдущими этапами развития русской риторики. Демократизация институтов власти разного уровня, начатая либеральными реформами 1860–1870-х годов, резко увеличила роль публичного общения, причем в самых различных сферах жизни человека. В публичную деятельность вовлекалось все больше людей из разных сословий. Умение ясно и убедительно высказывать свою точку зрения стало необходимым не только представителям высших слоев российского общества, но и мещанам, разночинцам, а позже – рабочим и крестьянам. В начале XX века в отечественной риторике наблюдается повышенный интерес к воздействующей функции речи, который отразился в риторических руководствах того времени. В 1906 году впервые в истории России был сформирован парламент, в котором равные возможности выражения своих позиций были предоставлены и дворянам, культура слова которых воспитывалась лучшими произведениями отечественной словесности, и рабочим,

речь которых оттачивалась в производственном общении, отчасти на митингах, и представителям духовенства с их познаниями и умениями в области духовной риторики, и крестьянам, которые, казалось бы, в искусстве красноречия должны были уступать остальным депутатам. Представителям разных сословий и политических партий было необходимо наладить такое речевое взаимодействие, на основе которого мог бы состояться эффективный политический диалог.

Русская политическая риторика в историческом аспекте на сегодняшний день изучена недостаточно. Нельзя не согласиться с мнением В. И. Аннушкина, заметившего, что, «к сожалению, история русского политического красноречия до сих пор не написана» [Аннушкин 2006, с. 237]. Данное высказывание, пожалуй, в наибольшей мере применимо к изучению русской парламентской речи: если публичные выступления отдельных выдающихся политических ораторов начала XX в., советской эпохи, рубежа XX–XXI вв. стали в последнее время объектом пристального внимания ученых, то парламентской речи в аспекте ее преемственности по отношению к сложившимся традициям отечественного парламентского красноречия посвящены лишь несколько работ [Баранов, Казакевич 1991; Культура парламентской речи 1994]. Среди фундаментальных трудов по истории политического красноречия необходимо назвать в первую очередь докторскую диссертацию и монографию И. Ю. Чистяковой «Русская политическая ораторика первой половины XX века». В этой работе впервые определены жанры и жанровые формы дореволюционной и советской ораторики, выявлена специфика образа политического оратора и риторического идеала в разные десятилетия первой половины XX века. Вопросы генезиса русской политической риторики, векторов развития институционального красноречия в данной работе отражены в меньшей степени.

В большинстве своем история русского политического красноречия излагается в лучшем случае в небольших по объему главах некоторых учебных пособий по риторике [Грановская 2004; Михальская 1996], где всегда подчеркивается особое значение для развития политического дискурса парламентских речей начала XX века. Думская дискуссия 1906 г. ознаменовала собой рождение новой для России отрасли светского красноречия – парламентской риторики. Многие

специалисты в области истории риторики связывают с I Государственной думой возникновение [Аннушкин 2006] либо интенсивное развитие [Грановская 2004; Михальская 1996; Чистякова 2006] в России не только парламентского красноречия, но и политической ораторики в целом. До 1906 г. в России не было системы институтов демократического народного представительства, следовательно, не были выработаны принципы и механизмы публичной дискуссии в рамках политических институтов. Депутатам I Государственной думы пришлось разрешать противоречие между необходимостью участия в дискуссии и отсутствием умений и опыта ведения публичной политической дискуссии.

В этих условиях представляется крайне важным проанализировать все имевшиеся в начале XX века попытки планирования, корректирования и моделирования зарождавшейся на тот момент устной публичной политической речи, так как они отражают генезис как открытого политического дискурса в целом, так и институциональной политической риторики в частности. Одна из наиболее известных таких попыток – риторическое руководство М. Н. Попова «Политическое красноречие. Что нужно для оратора».

Анализ риторического руководства

Риторическое руководство М. Н. Попова увидело свет в 1906 году в Санкт-Петербурге в издательстве С. М. Муллер. Типо-литография С. М. Муллер была на тот момент известна в столице, так как она специализировалась на издании книг либерально-прогрессивной и социалистической направленности, затрагивающих в первую очередь социально-политические вопросы.

Цель руководства сформулирована в небольшом предисловии, которое само по себе вызывает интерес. Его автор – знаменитый российский юрист приват-доцент Санкт-Петербургского университета Александр Георгиевич Тимофеев, знаменитый еще и как теоретик судебной риторики. В начале XX века Тимофеев считался главным специалистом по теории судебной риторики в России, о чем, например, свидетельствует тот факт, что им написана статья «Судебное красноречие» для «Энциклопедического словаря Брокгауза и Ефрона».

Уровень рассуждений автора предисловия очень глубок: Тимофеев в первую очередь пытается оправдать риторику как науку перед читателем, сформировавшим против нее предубеждения на основе стереотипных суждений. Риторика, по Тимофееву, не создает ораторов, она предполагает изучение ораторского искусства людьми, имеющими природные дарования, и таким людям она дает ряд правил для лучшего использования их сил. В современном же мире заслуга риторики в том, что она сберегает время и силы ораторов, давая возможность использования чужого положительного и отрицательного опыта [Тимофеев 1906, с. VI].

В предисловии же обозначен и адресат риторического руководства Попова – все начинающие заниматься ораторским искусством и выработкой слога, а также желающие «впервые вступить на скользкое поприще политического оратора» [Тимофеев 1906, с. VII]. Сам М. Н. Попов написание своей книги связывает с востребованностью политической риторики после Высочайшего Манифеста 17 октября 1905 года, так как ранее в России «...ораторское искусство не имело возможности свободно и всесторонне развиваться: для развития политического красноречия государственная форма правления не представляла какого-либо простора...» [Попов 1906, с. 1].

В начале работы традиционно дается определение риторики. У Попова оно очень краткое и общее: «Ораторское искусство, или искусство красноречия, есть искусство влиять посредством слова на энергию аудитории» [Попов 1906, с. 2]. Вместе с тем уже здесь видны основные ориентиры риторического учения: автор обучает в первую очередь воздействующей риторике и стремится основываться на психологии аудитории и ее взаимодействия с оратором.

Более традиционно, чем понимание ораторского искусства выделение двух сторон публичной речи: внутренней (содержательность, логичность, легкость для понимания и правильность, художественность изложения) и внешней (умение произносить речи). Однако автор делает акцент на неравнозначности этих составляющих для современного слушателя. Внешняя сторона выступления играет гораздо более важную роль: «Речь, плохо составленная, но умело, искусно произнесенная, всегда больше выигрывает, чем речь, хорошо состав-

ленная, но дурно произнесенная» [Попов 1906, с. 2]. Ориентируясь на Аристотелеву традицию, Попов выделяет три вида речей: политические, судебные и духовные (вместо традиционных эпидейктических). И опять же среди них выделяются однозначно более востребованные обществом и потому главные политические речи. «Всё, что необходимо для политического оратора, то пригодно и для судебного оратора, и для духовного» [Попов 1906, с. 3]. На этих трёх страницах, собственно говоря, и заканчивается теоретический курс риторики. Автор не рассуждает ни о преимуществах хорошего оратора над плохим, ни о терминологии, ни о пользе ораторского искусства для отечества – всё это в традиционной форме не актуально для общедоступного риторического руководства начала XX века.

Тем удивительнее наличие в книге, ориентированной на обучение практическим приемам публичной речи, пространной главы «История ораторского искусства». Эта глава занимает 20 (!) страниц, то есть практически четверть всего риторического руководства. Главу условно можно разделить на две части: развитие европейской риторики с Античности до современности и развитие русской риторики. Рассказ об истории ораторского искусства строится по принципу биографических очерков: Древняя Греция представлена Демосфеном и его системой воспитания оратора, Рим – Цицероном и стилистическими особенностями его речей. Далее кратко повествуется о парламентской риторике в Англии, Франции и Германии. Образы Демосфена и Цицерона являются, безусловно, классическими для методики обучения публичной речи, однако более привычно видеть их в гимназических учебниках и курсах лекций более раннего периода. «Политическое красноречие» Попова все-таки ориентировано на взрослого читателя, который решил заняться самообразованием. По-видимому, автор предполагал, что уровень образования читателя таков, что рассказать о двух великих ораторах будет не лишним.

Судебное красноречие в работе рассматривается как наиболее развитая, самобытная и прогрессивная отрасль русской риторики. Попов продолжает портретные очерки выдающихся ораторов, подчеркивая сложность и разнообразие проявлений отечественного судебного красноречия. А. Ф. Кони – спокойный, уравновешенный,

уверенный в себе оратор, выступления которого убеждают, а не воодушевляют присяжных. В его речах чувствуется влияние академической риторики. В.Д. Спасович – вдумчивый оратор, доминантами речей которого являются тщательная подготовленность, выверенность материала до мелочей, логичность, четкость, ясность. Совершенно другой тип оратора представляют Плевако и Карабчевский, выступления которых направлены на чувства, а не на разум, полны пафоса и увлекательных для аудитории приемов. Все эти юристы рассматриваются автором как ориентиры для начинающего оратора, а судебная риторика как источник развития политической риторики в целом. Последняя мысль особенно ценна, так как вопрос генезиса отечественного парламентского красноречия на сегодняшний день не решен, между тем влияние депутатов-юристов на дискуссию в Государственной думе неоспоримо [Громыко 2011]. Более того, по мнению автора руководства, А. Ф. Кони является практически готовым парламентским оратором: «Если конституционная Россия приобретёт парламентский строй, то место Кони в парламенте. Аудитория парламента – депутаты, люди более или менее образованные, специально подготовленные к обсуждению того или иного вопроса. Депутатов трудно увлечь, их нужно убедить в правильности проводимого оратором взгляда, доказать целесообразность принимаемой меры или закона. Оратор в этом случае прежде всего должен заботиться о богатстве фактического содержания речи, о строгой логичности и убедительности, а не столько о внешних приемах. У Кони этих качеств достаточно, а потому его трибуна – парламентская трибуна» [Попов 1906, с. 17–18]. В этой фразе интересно, скорее, идеалистическое представление автора о речевой деятельности в парламенте, чем оценка риторического потенциала А. Ф. Кони. Кроме того, М. Н. Попов, предполагая, какие ораторы будут востребованы в русском парламенте, отрицает западные образцы как основной источник парламентской риторики и говорит, что «русским ораторам необходимо учиться ораторскому искусству по русским образцам, необходимо усвоить особенности русской теории, русские приемы, выработанные лучшими представителями искусства, как светского, так и духовного» [Попов 1906, с. 21–22].

Основной частью анализируемого риторического руководства являются две главы – «Парламентские речи» и «Гражданские речи», что соответствует современному делению политической риторики и ораторики на институциональную и неинституциональную. Примечательно, что в книге виден явный содержательный крен в сторону парламентских речей. Впервые в отечественной риторике дается детальная характеристика парламентской речи, ее отличий от неинституциональных форм, предлагаются наиболее эффективные, по мнению автора, речевые приемы, решаются важные вопросы взаимодействия парламентского оратора с аудиторией. Правда, делается это специфически – через негативное осмысление при помощи рассуждений «от противного». Парламентская речь рассматривается в первую очередь как «не гражданская», резко отличающаяся от гражданской, которая определяется как речь в народном собрании, и даже противопоставлена ей. Очевидно, автор очень хорошо разобрался в гражданской риторике, а о парламентской имел теоретическое представление, при этом бинарность материала порождает схематичность описания новой отрасли красноречия: «Гражданская речь, произнесенная в парламенте, будет слишком легковесна, недостаточно убедительна и как таковая, конечно, не достигнет своей цели. И наоборот, хорошая парламентская речь может потерпеть полное фиаско, будучи произнесена в народном собрании, где слушателей составляют представители всех слоёв общества, люди с более низким уровнем умственного развития. Парламентская речь в народном собрании покажется слишком тяжеловесной, монотонной, академической речью» [Попов 1906, с. 23]. Из этой цитаты видно, что речь пока не идет о гетерогенности парламентских жанров, о влиянии на них регламента и о том, что парламентская речь, в сущности, и есть речь гражданская, только на высокой стадии развития.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Книга М. Н. Попова представляет собой интереснейший источник изучения истории русской политической риторики. Являясь первым в России риторическим руководством по политической речи, она в первую очередь концентрируется на парламентском красноречии,

которого в России на момент выхода в свет книги еще не было. Руководство отражает не реальное состояние парламентской риторики, а тот идеал, к которому должны были, по мнению автора, стремиться в своей речевой деятельности депутаты. М. Н. Поповым парламентская риторика рассматривается прежде всего как полная противоположность неинституциональной, соответственно, требования к форме, содержанию речей и ораторскому этосу депутатов достаточно высоки. Идеализируя парламентского оратора и его аудиторию, автор руководства в то же время насыщает книгу рекомендациями по использованию ряда приемов, которые были в дальнейшем востребованы депутатами дореволюционных парламентов.

В книге доминирует психологический подход к публичному выступлению: большое внимание уделяется внешней стороне речи, ее элокуции, конкретным приемам привлечения и удержания внимания слушателей, а также паравербальным средствам. По этой причине изложение материала строится не по принципу риторического канона, а от внешней стороны речи к внутренней. Однако в руководстве особым образом отражен и теоретический блок: категории оратора и аудитории, задачи публичного выступления, подготовка к речи рассматриваются на примере занимательных историко-биографических очерков.

Адресат «Политического красноречия» М. Н. Попова, с одной стороны, может показаться не вполне интеллектуальным и образованным – слишком много для такого небольшого издания информации начального уровня риторического образования. С другой стороны, читатель, несомненно, уже практиковался в устной публичной речи, а конкретно – на митингах и народных собраниях. Теперь же ему предстояло выступать в парламенте, и первоочередной задачей книги было показать отличия привычного вида речей от выступлений в институте власти. Автор оптимистично смотрит на будущих думцев и на зарождающуюся отечественную парламентскую риторику: «Как судебное красноречие выработало свою теорию и приемы, так, надо полагать, и русское политическое красноречие не удовлетворится западноевропейскими теориями... Практики выработают приемы, теории – правила» [8:22].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* История русской риторики: Хрестоматия. – М.: Академия, 1998.
- Аннушкин В. И.* Риторика. Вводный курс. – М.: Флинта: Наука, 2006.
- Грановская Л. М.* Риторика / под ред. В. А. Плотниковой. – М.: Азбуковник, 2004.
- Громыко С. А., Ганичева С. А.* Антитетические модели построения высказывания в русской парламентской речи начала XX века (на материале выступлений депутатов-националистов) // Казанская наука. – 2018. – № 10. – С. 80–83.
- Громыко С. А.* Язык российского парламента: становление отечественной парламентской коммуникации в начале XX века // Политическая лингвистика. – 2011. – № 2 (36). – С. 82–91.
- Данилина В. В.* Политическая риторика как научное направление // Вестник Московского университета. Серия 21. «Управление (государство и общество)». – М.: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2005. – № 2. – С. 88–106.
- Михальская А. К.* Основы риторики: Мысль и слово. – М.: Просвещение, 1996.
- Попов М. Н.* Политическое красноречие. Что нужно для оратора. – СПб.: Изд-во Муллер, 1906.
- Тимофеев А. Г.* Предисловие // Попов М.Н. Политическое красноречие. Что нужно для оратора. – СПб.: Изд-во Муллер, 1906. – С. III–VII.
- Чистякова И. Ю.* Русская политическая ораторика первой половины XX века: этос ратора: автореф. дисс... докт. филол. н. – М., 2006.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Istoriya russkoj ritoriki [History of Russian rhetoric]. Moscow, Akademiya, 1998.
- Annushkin V. I.* Ritorika. Vvodnyj kurs. [Rhetoric. Introductory course]. Moscow, Flinta, Nauka, 2006.
- Granovskaya L. M.* Ritorika [Rhetoric]. Moscow, Azbukovnik, 2004.
- Gromyko S. A., Ganicheva S. A.* [Antithetic models of constructing statements in the Russian parliamentary speech of the early twentieth century (based on the speeches of nationalist deputies)]. Kazanskaya nauka, 2018, no 10, pp. 80–83.
- Gromyko S. A.* [The language of the Russian parliament: the formation of national parliamentary communication in the early twentieth century]. Politicheskaya lingvistika, 2011, no 2 (36), pp. 82–91.

- Danilina V. V.* [Political rhetoric as a scientific direction] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 21. «Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo). 2005, no 2, pp. 88–106.
- Mihalskaya A. K.* Osnovy ritoriki: Mysl i slovo. [Basics of rhetoric. Thought and word]. Moscow, Prosveshchenie, 1996.
- Popov M. N.* Politicheskoe krasnorechie. Chto nuzhno dlya oratora. [Political eloquence. What is needed for a speaker]. St. Petersburg, Izd-vo Muller, 1906.
- Timofeev A. G.* [Preface]. Popov M. N. Politicheskoe krasnorechie. Chto nuzhno dlya oratora. St. Petersburg, Izd-vo Muller, 1906. S. III–VII.
- Chistyakova I.Yu.* [Russian political oratorio of the first half of the twentieth century: the rhetor's ethos]. Avtoref. diss... dokt. filol. n. Moscow, 2006.

УДК 327

Дресвянин Даниил Васильевич

Студент III курса Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации

Научный руководитель: кандидат исторических наук Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации”
Филиппов Владимир Николаевич
D_dresvyanin@mail.ru

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ДИПЛОМАТА

Статья посвящена проблеме современной языковой личности дипломата. Рассмотрены коммуникативные ситуации нового стиля в международной публичной дипломатии на примере деятельности бывшего представителя при ООН Виталия Чуркина. Выявлены эффективные коммуникативные стратегии, определены приемы речевого воздействия на оппонентов. Актуальность проблемы обусловлена необходимостью выявления скрытых приемов языкового манипулирования в дипломатическом дискурсе.

Ключевые слова: дипломатический дискурс, языковая личность дипломата, коммуникативные стратегии, языковые приемы.

Dresvyanin Daniil Vasylevich

Third-year student of Moscow State Institute of International Relations (University) of Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation
d_dresvyanin@mail.ru

LINGUISTIC PERSONALITY OF A DIPLOMAT

The article is devoted to the problem of the modern linguistic personality of a diplomat. The communicative situations of a new style in international public diplomacy are examined on the example of the activities of the former UN representative Vitaly Churkin. Effective communication strategies are revealed, methods of speech influence on opponents are defined. The urgency of the problem is predicated by the need to identify hidden techniques of language manipulation in diplomatic discourse.

Keywords: diplomatic discourse, linguistic personality of a diplomat, communication strategies, language techniques.

Международная публичная дипломатия – особая форма институционального дискурса, который представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений. Принято считать, что в дипломатическом дискурсе доля личностного начала достаточно мала. В то же время эффективное урегулирование мировых проблем, установление долгосрочных продуктивных контактов с зарубежными партнерами часто определяет личностный фактор, что позволяет выделить «в общей структуре дипломатического дискурса – языковую личность дипломата, – коммуникативные, когнитивные и языковые способности которого, в конечном итоге, определяют успех всей коммуникации» [Терентий Л. М. URL].

Виталия Чуркина, постоянного представителя при ООН с 2006 по 2017 годы, по праву следует считать создателем принципиально новой системы международных отношений, в которой ведется открытый конструктивный диалог и соблюдаются коммуникативно-нравственные максимы.

Защита интересов страны на международной арене становится определяющим фактором речевого поведения дипломата. Наиболее яркие выступления В. Чуркина – это ответ на провокационные выпады в сторону России со стороны участников политического процесса в ООН.

В марте 2014 года Постоянный представитель США при ООН Саманта Пауэр выступила с едкими и несдержанными комментариями в адрес России. Выступая с критикой действий нашей страны, она вспомнила русских писателей и позволила себе назвать Россию «вором». В. Чуркин отреагировал соответственно: «Госпожа Пауэр начала с упоминания о Толстом и Чехове, а закончила, опустившись до уровня бульварной прессы. Мы категорически не приемлем оскорбительных высказываний в адрес своей страны. Если делегация Соединенных Штатов рассчитывает на наше сотрудничество в Совете Безопасности по другим вопросам, то госпоже Пауэр следует твердо это усвоить» [Богданов В. URL]. Хотя выбор стратегически важных лингвистических средств выражения в дипломатическом дискурсе достаточно ограничен, слова В. Чуркина ироничны, но сдержанны и политкорректны.

Жесткие высказывания дипломата, затрагивающие актуальные проблемы мировой политики, нередко вызвали недружелюбную реакцию международных партнеров. Оппоненты считали Чуркина опасным человеком, жестким и непреклонным в проведении определенной дипломатической линии. Но стремление дипломата к объективному анализу сложившейся мировой конъюнктуры вызывало неизменное доверие и уважение у партнеров.

Речь В. Чуркина обязана быть официальной, но дипломат делает ее яркой, живой, вносит в нее лексику различного целевого и стилевого назначения. Те языковые средства, что в иной коммуникативной ситуации показались бы неуместными, Чуркин мастерски использует в дипломатической речевой практике.

Выступления дипломата институализированы, конкретны, что соотносится с концепцией ООН как рабочей площадки для урегулирования политических вопросов. В октябре 2016 года заместитель Генерального секретаря ООН по гуманитарным вопросам Стивен О'Брайен голословно обвинил российские войска в бомбежках мирного населения Сирии и позволил себе сделать более политизированное заявление, чем ожидалось. Виталий Чуркин справедливо ответил: «Господин О'Брайен, если бы нам нужна была проповедь, мы пошли бы в церковь. Если бы мы хотели слышать стихи, мы пошли бы в театр. От ооновцев, особенно руководителей Секретариата ООН, когда они приглашаются на заседания Совета Безопасности, ждешь объективного анализа происходящего» [Маслова В. URL].

Известный западный журналист авторитетной британской газеты "Financial Times", восхищаясь молниеносной и остроумной реакцией В. Чуркина на провокационные реплики британского дипломата Стивена О'Брайана, написал: "It was vintage Churkin: well-chosen images, sardonic humour and a sharp debating point. Never in his four decades of diplomatic service were these skills more to the fore than after 2012, when Russia's relations with western governments neared freezing point amid conflicts in Syria and Ukraine". В этом – весь Чуркин: хорошо отобранные образы, сардонический юмор и наострѐнное чувство спорщика. Никогда еще за четыре десятилетия его дипломатической службы эти навыки не выдавались так сильно, как после 2012 года,

когда отношения России с западными правительствами приблизились к точке замерзания на фоне конфликтов в Сирии и на Украине» [Barber T. URL].

По мнению авторитетного издания, один эпизод из дипломатической практики показывает целостную систему политических и коммуникационных ценностей Чуркина – бескомпромиссность, идиоматичность речи, запал настоящего спорщика.

«Речь политика должна обладать множеством, казалось бы, противоречащих друг другу качеств. Она должна быть понятна всем, и в то же время некоторые ее детали должны уловить только «посвященные». Политик должен говорить так, как требуют его статус и ситуация, и вместе с тем выражать собственную позицию <...> Политик должен уметь решительно отстаивать свою точку зрения, и вместе с тем он обязан быть толерантным к иным воззрениям» [Чудинов 2008]. Речевое поведение дипломата В. Чуркина может быть охарактеризовано как самодостаточность и благородство целей в поисках истины.

Следует отметить, что В. Чуркин говорит правильным литературным языком, богатым и разнообразным. Сообразно использованная книжная речь дипломата оживлена и одухотворена его внутренней страстью: ей свойствен ораторский пафос, публицистичность, образность, меткость, остроумие, энергичность. В. Чуркин используют харизматичный стиль коммуникации не только для успешного самопозиционирования себя как самодостаточного собеседника, но и для подчёркивания важности и глобальности освещаемых им тем. В поисках истины дипломат избирает эффективные коммуникативные стратегии, целью которых является преодоление политических препятствий и достижение согласия.

Безусловно, для современного дипломатического дискурса характерна высокая степень манипулирования. «Цели такого манипулирования – это преобразование языковой картины политического мира в сознании адресата, пробуждение в нем необходимых эмоций <...>» [Чудинов 2008]. В условиях изменяющейся политической обстановки важными становятся языковые, когнитивные и коммуникативные характеристики языковой личности. Продуктивность дипломатического дискурса зависит от выбора эффективных лингвистических средств, коммуникативных стратегий и тактик, приемов речевого воздействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Богданов В.* Заседание СБ ООН [Электронный ресурс] / Богданов В. // Вести. RU. URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=1394653#> (дата обращения: 30.10.19).
- Маслова В.* «Совбез не театр» [Электронный ресурс] / В. Маслова // RT на русском. URL: <https://ru.rt.com/71fw> (дата обращения: 30.11.19).
- Терентий Л. М.* Дипломатический дискурс как особая форма политической коммуникации /Л. М. Терентий // Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diplomaticheskij-diskurs-kak-osobaya-forma-politicheskoy-kommunikatsii/viewer/> (дата обращения: 30.11.19).
- Чудинов А. П.* Политическая лингвистика : учебное пособие / А. П. Чудинов. – Москва : Флинта : Наука, 2008. 254 с.
- Barber T. Vitaly Churkin, diplomat, 1952-2017* / T. Barber.// Financial Times: электрон. журн. 2017. № 24. URL: <https://www.ft.com/content/c5d58680-f9d0-11e6-bd4e-68> (дата обращения: 30.11.19).

REFERENCES

- Bogdanov V.* Session of the UN Security Council [Electronic resource] / Bogdanov V. // News. RU. URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=1394653#> (accessed: 30/11/19).
- Maslova V.* “Security Council is not a theater” [Electronic resource] / V. Maslova // RT. URL: <https://ru.rt.com/71fw> (accessed: 30/11/19).
- Terenty L. M.* Diplomatic discourse as a special form of political communication / L. M. Terenty // Cyberleninka. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diplomaticheskij-diskurs-kak-osobaya-forma-politicheskoy-kommunikatsii/viewer/> (accessed: 30/11/19).
- Chudinov A. P.* Political linguistics: study guide / A. P. Chudinov. – Moscow: Flint: Science, 2008. 254 s.
- Parikmacher T. Vitaly Churkin, diplomat, 1952-2017* / T. Parikmacher // Financial Times: online journal 2017. No. 24. URL: <https://www.ft.com/content/c5d58680-f9d0-11e6-bd4e-68> (accessed: 30/11/19).

УДК 808

Ежкова Виктория Андреевна

аспирантка кафедры общего и сравнительно-исторического языкознания филологического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова
arien_anor@mail.ru

**ДИПЛОМАТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА:
ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ И СТРОЕНИЕ АРГУМЕНТАЦИИ**

Данная статья посвящена дипломатической риторике как одной из частных деловых риторик. В статье описываются основные жанры дипломатических документов, среди которых особо выделяется жанр дипломатической ноты. В нотах обсуждаются вопросы государственной важности, и в них часто представлена аргументированная позиция автора документа. Аргументация, выбираемая автором, зависит от того, какая у него задача – донести позицию или убедить адресата выполнить определенные действия. В статье дается краткий анализ двух нот на предмет качества их аргументации и соответствия текста ноты необходимым стилистическим критериям. По результатам анализа делаются выводы о риторической значимости ноты и о необходимости дальнейшего исследования подобных текстов.

Ключевые слова: дипломатия; риторика; аргументация; дипломатическая риторика; дипломатическая нота.

Ezhkova Viktoria Andreevna

Graduate student of Department of General and Comparative-Historical Linguistics, Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University
e-mail: arien_anor@mail.ru

**THE DIPLOMATIC RHETORIC:
GENRES AND STRUCTURE OF ARGUMENTATION**

The article considers the diplomatic rhetoric as one of the private rhetoric. There are the main genres of diplomatic documents are described, one of the most important is the genre of the diplomatic note. The notes discuss issues of national importance, and they often present the reasoned position of the author of the document. The argumentation chosen by the author depends on his task – to convey a position or to convince the addressee to do certain actions. The article gives a brief analysis of the two notes and its argumentation as well as the accordance to stylistic criteria. In the end there are the conclusions about the rhetorical significance of the diplomatic note and about the necessity for further research of similar texts.

Keywords: diplomacy; rhetoric; argumentation; diplomatic rhetoric; diplomatic note.

ВВЕДЕНИЕ

Дипломатическая риторика относится к видам частных деловых риторик наряду с юридической, политической и бизнес-риторикой. Эти частные деловые риторикки основываются на постулатах классической риторики, но отличаются между собой специализированными формами общения и жанровым составом устных и письменных текстов. Дипломатическая риторика является малоисследованной областью в связи с конфиденциальным характером деятельности дипломатов, однако изучение дипломатических текстов и обучение их составлению и функционированию является не менее важной задачей для риторического сообщества, чем обучение искусству успешной коммуникации политиков или юристов.

Важность эта обусловлена тем, что в дипломатических текстах обсуждаются вопросы государственного значения. По классическому определению [БСЭ URL], дипломатия – это деятельность по защите интересов государства и его граждан за рубежом, осуществляемая посредством ведения дипломатической переписки, заключения международных договоров и соглашений, публикации в СМИ документов с официальной позицией государства по тому или иному вопросу, участия государственных и политических деятелей в дипломатических мероприятиях (совещания, конференции и т. д.) и в деятельности международных организаций. Из всех перечисленных форм дипломатической практики для нас наиболее интересна дипломатическая переписка, поскольку обмен письмами (или нотами) представляет собой обмен аргументированно представленными позициями в целях убедить адресата принять чужую точку зрения. Дипломатическую переписку ведут, как правило, послы иностранных государств с официальными представителями той страны, в которой они находятся, и от риторических навыков посла зависит продвижение интересов его государства.

В данной статье мы рассмотрим жанры дипломатических документов, определим стилистические критерии основного жанра дипломатической переписки – ноты, и проанализируем несколько примеров дипломатических нот на предмет характера их аргументации.

Изучение дипломатической риторики представляется актуальной задачей, так как глубокий анализ текстов дипломатической переписки предусматривает выработку неких общих установок, которые нужно учитывать при создании новых текстов. Эти знания могут оказаться полезными не только для риториков, но и для сотрудников дипломатической службы, которые хотели бы повысить риторическую грамотность своих текстов, сделать их более убедительными и эффективными.

Глава 1 Жанры дипломатической переписки

Под дипломатической перепиской понимается совокупность документов и текстов, посредством которых осуществляются отношения между государствами [Громыко 1971, т. 2, с. 488]. Дипломатическая переписка бывает официальная и полуофициальная (или частная) [Вуд 1976, с. 208]. В таблице 1 приведены жанры обоих видов переписок.

Таблица 1

Дипломатическая переписка

Официальная переписка	Полуофициальная переписка
личные и вербальные ноты	частные письма полуофициального характера
памятные записки	годовой политический отчет
меморандумы	политические письма
заявления правительства и министерства	информационные письма и справки
телеграммы	обзор прессы
послания министра иностранных дел, премьера и президента	политические характеристики

Согласно В. И. Попову (1918–2007 гг.), советскому дипломату и ученому, бывшему послом СССР в Великобритании и на Мальте, обозначенные жанры дипломатической переписки имеют следующие определения [Попов 2000, с. 435–454]:

1. Вербальная нота. Вербальная и личная ноты являются наиболее распространенным дипломатическим документом, поскольку затрагивают довольно широкий круг вопросов. Вербальная нота составляется в третьем лице. Начинается с обращения и комплиментов, завершается ими же. В левом нижнем углу указывается адрес и дата отправления. Подписи.

2. Личная нота. Личные ноты посылаются по важным вопросам в порядке информирования страны о каком-нибудь значимом государственном (изменение государственного строя) или дипломатическом (прибытие посла, вручение верительных грамот) событии. Текст составляется в первом лице и печатается на нотном бланке с государственным гербом.

3. Частное письмо полуофициального характера. Такие письма отправляются, чтобы показать личную заинтересованность отправителя в решении вопроса, а также в случае, когда излагать содержание письма в официальной переписке нежелательно. Пишутся обычно от руки на специальном бланке. отправителя. Обращение и комплимент нестандартны: «Уважаемый», «Мой дорогой»; «С благодарностью», «Искренне Ваш» и т.д.

4. Памятная записка. Этот документ предназначен для того, чтобы предупредить неправильное толкование представления или беседы, а также подтвердить сделанное в беседе заявление. Составляется в третьем лице с использованием безличных выражений («сообщается»). Отсутствуют комплимент и обращение.

5. Меморандум. «Документ, подробно излагающий фактическую сторону того или иного вопроса, содержащий анализ тех или иных положений или полемизирующий с доводами другой стороны» [Громыко 1971, т. 2, с. 489].

6. Заявление правительства или министерства. В заявлении правительства излагается позиция государства по ключевым вопросам. Обычно эти заявления делаются устно, а потом их текст передается в качестве приложения к ноте.

7. Послание министра иностранных дел, премьера или президента. Подобные документы содержат информацию по особо важным вопросам международных отношений.

8. Телеграмма. Отправителем телеграммы может быть правительство, президент или министр. В ней обычно передается поздравление или сожаление по поводу определенного события, говорится о назначении высокого должностного лица, предлагается помощь и содействие.

9. Годовой политический отчет. Этот важный документ внутриведомственной переписки заблаговременно готовится представительствами при международных организациях, консульствами и консульскими отделами при посольствах. В отчете дается анализ развития отношений двух стран и возможный прогноз относительно будущей политики страны пребывания или соответствующей международной организации. Помимо оценки, в отчете также должны содержаться предложения по развитию отношений со страной пребывания или с международной организацией.

10. Политическое письмо. Информировывает министерство или руководство страны о важных изменениях внутри страны пребывания (новый политический курс, смена власти, проведение важных международных мероприятий и т. д.).

11. Информационное письмо и справка. Представляют собой некий обзор ситуации, основанный на фактических данных. Такие документы составляются по самым разнообразным вопросам, которые могут представлять интерес для министерства иностранных дел.

12. Обзор прессы. Особый документ, распространен не во всех странах. Чаще всего такие обзоры составляются в тех случаях, когда постоянный посол или прибывшая делегация не знают языка страны пребывания, но хотят быть информированы о текущей политической ситуации.

13. Политическая характеристика. В этом документе содержится характеристика политического или общественного деятеля, бизнесмена или деятеля культуры с предоставлением информации о его характере, политических взглядах и увлечениях.

14. Шифротелеграмма. Документ, передающий важную информацию в зашифрованном виде.

Глава 2

Стилистическая характеристика дипломатических текстов

Дипломатический дискурс относится к дипломатическому подстилю официально-делового стиля (наряду с законодательным и административно-канцелярским подстилями). В дипломатических текстах присутствуют основные черты официально-делового стиля [Стилистика и литературное редактирование 2007, с. 84–87]:

- регламентированность;
- объективность;
- обобщенность;
- логическая организованность изложения;
- смысловая ясность, однозначность и определенность;
- языковой стандарт;
- четкая композиция;
- строгая система доказательств.

К этому стоит добавить, что официально-деловой стиль отличается особыми языковыми характеристиками, связанными с устойчивым употреблением определенных лексических, морфологических и синтаксических конструкций. Так, можно говорить о том, что в официально-деловом стиле распространены усложненные синтаксические построения в рамках простого и сложного предложения, стандартизированные конструкции с отыменными предлогами типа *в целях, в случае* и др., конструкции с отглагольными существительными, номенклатурные обозначения, единицы с абстрактным значением, канцеляризмы и фразовые речения (*принять меры, оказать помощь, произвести награждение*), комплиментарная лексика, клише, аббревиатуры. Нехарактерно употребление средств художественной выразительности и экспрессивной лексики, вовсе недопустимо использование сниженной и ненормативной лексики. [Стилистика и литературное редактирование 2007, с. 88-98].

При этом существуют стилевые черты, характерные исключительно для дипломатического подстиля (были выведены из анализа дипломатических текстов). К ним относятся:

- Обязательное употребление этикетной и комплиментарной лексики.
- Использование императивности и долженствования только в исключительных случаях (ноты протеста и ультиматума).
- Допустимость неточных и завуалированных формулировок, избегание прямого выражения мыслей, которые могут вызвать эмоциональную реакцию адресата.

Несколько примеров из «Дипломатии» Г. Никольсона [Никольсон 1941, с. 130]:

Таблица 2

Значения выражений в дипломатическом тексте

Слова дипломата	Истинный смысл
«В таком случае правительство ... будет вынуждено пересмотреть свою позицию»	Дружба в любой момент может превратиться во вражду
«Правительство считает необходимым сохранить за собой право»	Правительство не позволит
«В таком случае правительство будет вынуждено позаботиться о своих собственных интересах», «Правительство оставляет за собой свободу действий»	Предполагается разрыв отношений

Стоит отметить, что следование нормам дипломатического протокола и дипломатического подстиля официально-делового стиля представляется наиболее важным для текста такого рода, поскольку его отправителями и получателями являются представители высокой канцелярской культуры. Однако и риторическая составляющая текста имеет большое значение, так как дипломатические тексты – это убеждающие тексты, важнейшей их задачей является убеждение адресата в принятии некоторой точки зрения или совершении определенных действий. В этой связи в любой ноте присутствует определенный

стилистика-риторический конфликт: если текст будет написан в полном соответствии со стилистическими правилами, в нем практически не останется места для риторики; и наоборот, использование риторических приемов самого разного уровня, например, оценки (при помощи эмоционально-оценочной лексики), сделает ноту уже менее нейтральной. Мастерство послов во все времена заключалось в том, чтобы соблюсти все формальные (стиль, оформление) и церемониальные (правильные обращения, титулования и комплименты) критерии и при этом убедить адресата в своей позиции. С учетом этого, большая роль в дипломатических нотах отводилась аргументации и принципам ее построения.

Глава 3

Теза и аргументация в дипломатической ноте

Практически в любой ноте представлена теза, как правило, относящаяся к одному из трех типов: вопрошающая (запрос информации), информирующая (утверждение какой-либо позиции или взгляда на ситуацию) или убеждающая (призыв как-либо поступить). Аргументация ноты направлена на доказательство определенного типа тезы, соответственно, она будет иметь разный вид в зависимости от риторической задачи автора текста. Как сказано в «Новой риторике», «для аргументации важна не столько точность тех или иных логических модальностей, направленных на утверждение, сколько тот факт, что за счет различных изменений в способе выражения мысли оратор может добиться внимания и лояльности аудитории» [Perelman 1969, с. 163].

Приведем тексты двух нот из открытых источников, относящихся к советско-американским отношениям 1949-1952 гг.

Нота посольства СССР в США Государственному департаменту США относительно Конвенции о режиме судоходства на Дунае 1948 г.

27.02.1950

Посольство Союза Советских Социалистических Республик свидетельствует свое уважение Государственному департаменту Соединенных Штатов Америки и в ответ на ноту Государственного

секретаря от 15 ноября 1949 года уполномочено сообщить следующее:

Парижская мирная конференция 1946 года рекомендовала включить в Мирный договор с Болгарией, Венгрией и Румынией постановления о навигации на Дунае. Такие постановления были внесены в подписанный 10 февраля 1947 года окончательный текст Мирного договора с Болгарией в виде ст. 34, Мирного договора с Румынией в виде ст. 36 и Мирного договора с Венгрией в виде ст. 384.

На третьей сессии Совета министров иностранных дел в декабре 1946 года в Нью-Йорке правительства Соединенных Штатов, Соединенного Королевства, СССР и Франции согласились созвать конференцию для выработки новой Конвенции о режиме судоходства на Дунае в составе представителей придунайских государств: СССР, Украинской ССР, Румынии, Болгарии, Чехословакии, Венгрии и представителей следующих государств – членов Совета министров иностранных дел: Соединенных Штатов Америки, Соединенного Королевства и Франции. Такая конференция состоялась в Белграде с 30 июля по 18 августа 1948 года в указанном выше составе. На конференции была утверждена новая Конвенция, в основу которой были положены постановления Парижских мирных договоров, подписанных и ратифицированных США. Тем не менее правительство США в ноте от 15 ноября 1949 года оспаривает международную законную силу Конвенции о режиме судоходства на Дунае, подписанной в Белграде 18 августа 1948 года, заявляя, что остается в силе Конвенция, подписанная в Париже 23 июля 1921 года, которой, как известно, Соединенные Штаты не подписывали и которую Советский Союз также не подписывал и никогда не признавал.

Советское правительство констатирует, что против Дунайской конвенции 1948 года правительство Соединенных Штатов в своей ноте выдвинуло те же самые аргументы, которыми его представитель оперировал на Дунайской конференции 1948 года и на полную несостоятельность которых тогда же указывалось всеми делегациями, кроме делегаций США, Англии и Франции.

Общеизвестно, что ряд важных статей Конвенции 1921 года был отменен Синайским и Бухарестским соглашениями, заключенными

18 августа 1938 года и 1 марта 1939 г. при участии Великобритании и Франции. Последующие военные события привели к тому, что Конвенция 1921 года окончательно потеряла свою силу и значение. Именно это положение дало основание Совету министров иностранных дел при участии представителя Соединенных Штатов Америки принять в декабре 1946 года указанное выше решение о созыве конференции для выработки новой Дунайской конвенции.

В ноте Государственного секретаря утверждается, что Дунайская конвенция 1948 года будто бы принята вопреки статьям мирных договоров с Болгарией, Венгрией и Румынией, касающимся вопроса регулирования судоходства на Дунае. Это утверждение не соответствует действительности. Из приведенных выше статей мирных договоров исходят все положения Конвенции, направленные на обеспечение свободы и равенства условий торгового судоходства на Дунае, причем Конвенция буквально воспроизводит относящиеся к Дунаю постановления Парижских договоров. Равным образом Конвенция не нарушает, вопреки утверждению Государственного секретаря, концепцию международных водных путей, но освобождает эту концепцию от искажений, внесенных в нее мирными договорами 1919–1920 гг. и Дунайской конвенцией 1921 года, нарушившими принцип равенства сторон и суверенитет придунайских государств. Совершенно необоснованным является утверждение Государственного секретаря о том, что будто бы неучастие в подготовке и принятии Дунайской конвенции Бельгии, Греции и Италии умаляет законную силу этой Конвенции. Несостоятельность этого утверждения видна из того, что упомянутое выше решение Совета министров иностранных дел о созыве специальной Конференции для выработки новой Конвенции Дуная точно определило круг участников этой Конференции, причем это решение не предусматривало участия в Конференции Бельгии, Греции и Италии, которые к тому же, как известно, не являются придунайскими государствами.

Государственный секретарь США указывает как на недостаток Конвенции на то, что Австрия в настоящий момент лишена представительства в Дунайской комиссии, а относительно участия Германии не имеется никаких постановлений. Между тем известно,

что вопрос о представительстве Австрии в Дунайской комиссии урегулирован специальным приложением к Конвенции, вполне соответствующим указанному решению Совета министров иностранных дел, и допущение Австрии к участию в Дунайской комиссии зависит лишь от заключения австрийского договора. Что касается вопроса о Германии, то, как известно, этот вопрос был оставлен Конференцией открытым, и он может быть разрешен лишь в связи с заключением Мирного договора с Германией.

По поводу заявления Государственного секретаря о том, что правительство США не признает Дунайской конвенции 1948 года и юрисдикции Дунайской комиссии, учрежденной в силу ст. 5-й этой Конвенции, советское правительство считает необходимым заявить, что действительность Конвенции 1948 года, единогласно принятой придунайскими государствами, и деятельность Дунайской комиссии не зависят от отношения правительства США к этой Конвенции, заключенной в полном соответствии с положениями Мирных договоров 1947 года, обеспечивающей свободу судоходства по всему Дунаю и оберегающей суверенитет придунайских государств.

Советское правительство считает необходимым отметить, что нота Государственного секретаря допускает грубые искажения действительного положения вещей, заявляя, будто бы Конвенция отстраняет Дунайский бассейн от нормального общения с остальным миром и дает возможность Советскому Союзу сохранять монополию коммерческой деятельности на Дунае.

Известно, что конвенция обеспечивает свободу навигации для торговых судов, граждан и товаров всех стран на условиях равенства портовых и навигационных сборов (ст. 1), что при взимании портовых сборов не допускается никакой дискриминации по мотивам национальной принадлежности судов, пунктов их отправления или назначения или по каким-либо другим причинам (ст. 40), что никакие сборы на транзит как таковой с судов, плотов, пассажиров и товаров устанавливаться не будут (ст. 42) и т. д. В отношении равенства условий торгового судоходства Конвенция 1948 года никому не предоставляет монопольных прав.

(Теза) Советское правительство не видит надобности останавливаться на содержащихся в ноте Государственного секретаря выпадах в отношении государств, подписавших Дунайскую конвенцию 1948 года, считая, что такого рода приемы не могут усилить содержащуюся в ноте аргументацию.

Итак, характер тезы в данной ноте – информирующая. Автор текста заявляет свою позицию, согласно которой нота Государственного секретаря безосновательная, а все ее заявления лишь выпады и приемы, и доказывает эту позицию развернутой и логической аргументацией с опорой на факты, выставляя контраргументы на как минимум семь аргументов оппонента. Количество опущенных топов минимально, стиль изложения соответствует всем критериям, комплимент присутствует (*Посольство Союза Советских Социалистических Республик свидетельствует свое уважение Государственному департаменту Соединенных Штатов Америки...*).

Рассмотрим другую ноту, в которой можно наблюдать более высокий эмоциональный градус повествования:

Нота посольства СССР в США Государственному департаменту США в связи с введением в портах США незаконной практики дискриминации в отношении судов Советского Союза.

20.08.1950

Посольство Союза Советских Социалистических Республик имеет честь по поручению Советского Правительства заявить следующее.

Представитель таможенных властей Нью-Йоркского порта Дэрнинг заявил, что таможенные чиновники впредь будут задерживать все суда, приходящие в американские порты из Советского Союза, с целью их обыска. По заявлению указанного представителя, таможенные чиновники будут проводить досмотр якобы для того, чтобы выяснить, «нет ли на борту судов чего-нибудь, что могло бы нанести ущерб порту». Аналогичное заявление было сделано таможенными властями порта Филадельфии.

Эти заявления представителей портовых властей свидетельствуют о том, что американские власти вводят незаконную практику дискриминации в отношении судов Советского Союза.

В этой связи Советское Правительство обращает внимание на факт грубого произвола в отношении торгового судна Советского Союза со стороны американских властей, который имел место в порту Балтимора 22 июля 1950 года, когда советский торговый пароход «Краснодар» без каких-либо оснований был подвергнут американскими властями повальному обыску, причем в нарушение общепринятых обычаев полицейские агенты находились на борту парохода вплоть до выхода его из порта.

При входе в порт пароход еще в открытом море был встречен американским вооруженным катером, который сопровождал судно до места стоянки в порту. Далее этот же пароход на обратном пути из США в открытое море 10 августа был подвергнут неоднократному осмотру с воздуха со стороны американских военных самолетов «МС-8» и «МС-2», которые на малой высоте пролетали над судном.

*Подобного рода дискриминационные мероприятия в отношении торговых судов являются несовместимыми с нормальными отношениями между государствами и с общепризнанными нормами международного права. **(Теза1)** Советское Правительство заявляет протест против дискриминационных мероприятий в отношении советских судов, заходящих в порты США, и **(теза2)** настаивает на отмене таких мероприятий.*

***(Теза 3)** Вместе с тем Советское Правительство считает необходимым заявить, что в случае, если дискриминационные мероприятия в американских портах в отношении советских судов будут продолжаться, оно будет вынуждено прибегнуть к ответным мерам в отношении американских судов, заходящих в порты СССР.*

Первое, о чем стоит сказать, это то, что в данной ноте три тезы. Первая – информирующая (заявление позиции): Советское Правительство заявляет протест против дискриминационных мероприятий в отношении советских судов, заходящих в порты США; вторая – убеждающая (требование отмены действий): настаивает на отмене таких мероприятий; третья – информирующая (шантаж, угроза): Вместе с тем Советское Правительство считает необходимым

заявить, что в случае, если дискриминационные мероприятия в американских портах в отношении советских судов будут продолжаться, оно будет вынуждено прибегнуть к ответным мерам в отношении американских судов, заходящих в порты СССР.

Ключевая роль отведена второй тезе. В конечном счете, правительство СССР хочет не столько того, чтобы адресат знал о его позиции и был готов к ответным мерам, сколько того, чтобы он сделал то, на чем настаивают, и этих ответных мер не последовало. Целью автора документа было показать действия властей США в свете противоположной оценки: они заявили, что будут проводить досмотр, а на самом деле производят безосновательный повальный обыск с нарушением общепринятых обычаев. Аргументация автора сводится к тому, что вместо фразы *провести досмотр* он употребляет такие оценочные и экспрессивные выражения, несвойственные официально-деловому стилю, как *подвергнуть повальному обыску* и *факт грубого произвола*. Перед нами ситуация, когда в силу отсутствия существенных аргументов автор ноты строит свою систему доказательств на оценке. Он намерен убедить адресата выполнить определенные действия, показав события как недопустимые и в некотором роде незаконные (в нарушение общепринятых обычаев), хотя возможно, что они таковым не являются.

Таким образом, бывают случаи, когда автор ноты нарушает стилистические правила и делает выбор в пользу квазилогической аргументации, строя систему доводов на оценке. Это особенно характерно для тех текстов, в которых обсуждается конфликтная ситуация, и эмоциональное отношение субъекта к этой ситуации передается лексикой, несвойственной официально-деловому стилю. Это еще раз подтверждает тот факт, что риторическая составляющая ноты имеет большое значение, и для убеждения адресата в своей точке зрения дипломат может незначительно нарушить правила построения текста или использовать нестандартные риторические ходы. Именно поэтому жанр ноты является прекрасным образцом риторической прозы, заслуживающим должного анализа со стороны специалистов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной статье мы ввели понятие дипломатической риторики, которое давно присутствует в обыденном сознании, но еще не получило полного научного определения, и обозначили актуальность изучения дипломатических текстов в связи с их особым риторическим содержанием и сферой функционирования. Мы перечислили основные жанры дипломатических текстов и выделили среди них жанр ноты, который создается для убеждения адресата в своей точке зрения. Нота, как и любой другой дипломатический документ, пишется в соответствии с определенными правилами – композиционными и стилистическими, но также нота, как правило, содержит некоторую тезу, или пропозицию, и аргументацию, направленную на обоснование этой пропозиции. Мы привели тексты двух нот, в одной из которых представлена логическая аргументация, а в другой – квазилогическая. Употребление эмоциональной-оценочной лексики и, шире, оценки для обоснования своей точки зрения является отступлением от стилистических критериев, тем не менее, авторы нот нередко прибегают к такого рода нарушениям, чтобы сделать свою аргументацию более эффективной.

Таким образом, на примере этих текстов мы показали, что дипломатический текст является прекрасным примером литературной ораторской речи, и что убеждение – основная целевая установка автора ноты, которая вынуждает его использовать самые разнообразные приемы, чтобы склонить адресата на свою сторону. В связи с этим мы видим необходимость в дальнейшем изучении дипломатической риторики, что, как представляется, будет полезным как для науки, так и для дипломатической деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вуд Дж., Серре Ж.* Дипломатический церемониал и протокол, М.: Прогресс, 1976. 400 с.
- Громыко А. А., Земсков И. Н., Хвостов В. М.* Дипломатический словарь. Т. 2. М.: Издательство политической литературы, 1971. 592 с.
- Никольсон Г.* Дипломатия, М.: ОГИЗ Государственное издательство политической литературы, 1941. 156 с.

- Попов В. И.* Современная дипломатия. Теория и практика. М.: Научная книга, 2000. 573 с.
- Стилистика и литературное редактирование / под ред. В. И. Максимова. М.: Гадарика, 2007. 656 с.
- Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L.* The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation. University of Notre Dame Press, 1969. 566 p.
- Большая советская энциклопедия. / под. ред. О. Ю. Шмидт. [1-е изд.]. Т. 22. М., «Сов. энциклопедия», 1935. URL : <http://bse.sci-lib.com/article028663.html>.
- Нота посольства СССР в США Государственному департаменту США относительно Конвенции о режиме судоходства на Дунае 1948 г. 27.02.1950. Доступно по адресу: <https://alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/71712>.
- Нота посольства СССР в США Государственному департаменту США в связи с введением в портах США незаконной практики дискриминации в отношении судов Советского Союза. 20.08.1950. Доступно по адресу: <https://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/72012>.

REFERENCES

- Vud Dzh., Serre Zh.* Diplomaticeskii tseremonial i protokol, М.: Progress, 1976. 400 s.
- Gromyko A. A., Zemskov I. N., Khvostov V. M.* Diplomaticeskii slovar'. Т. 2. М.: Izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1971. 592 s.
- Nikol'son G.* Diplomatiya. М.: OGIZ Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1941. 156 s.
- Popov V. I.* Sovremennaya diplomatiya. Teoriya i praktika, М.: Nauchnaya kniga, 2000. 573 s.
- Stilistika i literaturnoe redaktirovanie / pod red. V. I. Maksimova. М.: Gadariki, 2007. 656 s.
- Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L.* The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation. University of Notre Dame Press, 1969. 566 p.
- Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya. / pod. red. O.Yu. Shmidt. [1-е изд.]. Т. 22. М., «Сов. entsiklopediya», 1935. URL: <http://bse.sci-lib.com/article028663.html>.

УДК 378.1

Зиновьева Татьяна Ивановна

кандидат педагогических наук, доцент

доцент Московского городского педагогического университета

E-mail: zti_111@mail.ru

РИТОРИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В РАЗРАБОТКЕ УЧЕБНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВОЙ ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГА

В статье обосновывается потенциал идеи сочетания риторических традиций и педагогических инноваций в процессе коммуникативно-речевой подготовки педагога. Реализация идеи показана на примере авторского пособия «Речевая деятельность педагога», в основе построения которого лежит модель обучения «перевернутый класс». Выполнение заданий, коммуникативно-речевых задач, тестов на этапе самостоятельного изучения темы обеспечивает обучающимся возможность последующего обсуждения темы на занятии в режиме диалога.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция; педагогическая коммуникация; риторические традиции; педагогические инновации; учебное пособие.

Zinovieva Tatyana Ivanovna

PhD of pedagogical Sciences, associate Professor,

associate Professor of Moscow city pedagogical University

E-mail: zti_111@mail.ru

RHETORICAL TRADITIONS AND PEDAGOGICAL INNOVATIONS IN THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL SUPPORT OF COMMUNICATIVE AND SPEECH TEACHER TRAINING

The article substantiates the potential of the idea of combining rhetorical traditions and pedagogical innovations in the process of communicative and speech training of a teacher. The realization of the idea is shown by the example of the author's manual "Speech activity of the teacher", which is based on the model of teaching "inverted class". Performing tasks, communicative and speech tasks, tests at the stage of independent study of the topic provides students with the opportunity to discuss the topic in the classroom in a dialogue mode.

Keywords: communicative competence; pedagogical communication; rhetorical traditions; pedagogical innovations; textbook.

ВВЕДЕНИЕ

Современная Россия характеризуется процессами расширения сфер коммуникации, стремительного нарастания интенсивности этих процессов, вовлечения в общение широких слоев общества. Сказанное выявляет необходимость адекватного решения обществом, системой образования проблемы формирования коммуникативно-речевой культуры граждан.

Миссия решения названной проблемы принадлежит педагогу, готовность которого к профессиональной деятельности в этой области определяется уровнем владения ключевыми (универсальными) компетенциями как совокупностью знаний, ценностных ориентаций, способностей их применения в практической деятельности [Колодкина 2016].

В ряду ключевых компетенций гармоничной и успешной личности XXI века, согласно концепции, получившей название 4К, сегодня указывают коммуникацию и кооперацию, креативность, критическое мышление [Зиновьева 2019б, с. 10]. Кооперация и коммуникация в их взаимосвязи трактуются современными исследователями (С. М. Авдеева, И. В. Брун, Е. Ю. Карданова, Н. Н. Колодкина, Е. А. Орел, И. Л. Углова и др.) как компетенции, предполагающие, во-первых, способность к анализу и оценке ситуации и результатов взаимодействия; во-вторых, готовность к командной работе, к согласованию своих действий с коллегами на основе принятых групповых ценностей; в-третьих, способность к конструктивному диалогу, к формулированию понятных собеседнику сообщений, к пониманию позиции партнера и др. [Колодкина 2016, с. 25].

Очевидна актуальность решения проблемы разработки пособия, предназначенного для формирования коммуникативной компетенции.

Учебно-методическое пособие по формированию коммуникативной компетенции. Отражение проблемы в нормативных документах

Исследователи проблемы разработки учебно-методического сопровождения процесса формирования ключевых компетенций обучающихся (С. В. Алексеев, А. В. Антюхов, В. П. Беспалько, Л. В. Загрекова, М. В. Ретивых, Н. В. Фомин и др.) рекомендуют авторам ориенти-

роваться на установки современных нормативных документов. Так, «Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 годы» содержит ориентиры на обеспечение взаимодействия всех возможных технических и человеческих ресурсов, на максимальное задействование резервных возможностей личности каждого обучающегося за счет внедрения инновационных образовательных технологий как эффективного средства реализации новой образовательной парадигмы – гуманизации образования, способствующей самоактуализации и самореализации личности обучающегося [Концепция Федеральной целевой программы развития образования 2014].

Инновационная модель «перевернутый класс» – основа разработки учебного пособия

Значительным потенциалом реализации названных установок нормативных документов располагает инновационная технология активного обучения – образовательная модель «перевернутый класс» («перевернутое обучение»), разработанная и апробированная в 2007 году в собственной профессиональной деятельности в группах студентов, по уважительным причинам не посещавшими аудиторные занятия, американскими преподавателями Джонатаном Бергманом и Аароном Сэмсоном. Сущность образовательного процесса, построенного по инновационной модели «перевернутый класс», состоит в самостоятельном опережающем изучении студентами дисциплины с последующим обсуждением материала в аудиторных условиях под руководством преподавателя [A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing 2013].

По нашему мнению, условием успешного овладения обучающимися содержанием осваиваемого курса является разработка и применение в образовательном процессе особого учебно-методического сопровождения, предназначенного для выполнения функций навигатора, тьютора, фасилитатора на этапе самостоятельной работы по овладению содержанием изучаемой темы курса. Своеобразие такого учебно-методического пособия состоит в следующем: при отсутствии теоретического материала пособие предоставляет пути, способы овладения содержанием темы для последующего совместного

обсуждения. Данный подход обеспечивает эффективное становление, развитие ключевых компетенций кооперации и коммуникации в их взаимосвязи, поскольку максимально активизирует готовность обучающихся к командной работе, к согласованию своих действий с коллегами, способность к анализу и оценке результатов такого взаимодействия, а также готовность и способность к диалогу, что проявляется в способности формулировать понятные собеседнику сообщения, в стремлении понять партнера и др. [Колодкина 2016, с. 25].

Идея инновационной модели «перевернутый класс» нами использована при разработке и внедрения оригинального учебно-методического пособия «Речевая деятельность педагога», предназначенного для самостоятельного овладения студентами содержанием одноименной дисциплины, для становления у обучающихся полноценных представлений о профессиональной коммуникативной компетентности педагога, реализуемой в образовательном процессе учебного заведения посредством его же речевой деятельности. Становление «навыкового» компонента коммуникативной компетенции будущего педагога осуществляется в аудиторных условиях, в режиме конструктивного диалога, который все участники образовательного процесса (преподаватель, студенты) ведут «на равных».

Отражение в учебном пособии риторических традиций

Содержание учебно-методического пособия «Речевая деятельность педагога» развивает риторические традиции, согласовано с теоретическими положениями учебников по риторике [например: Педагогическая риторика 2012], органично дополняет соответствующие учебные пособия [например: Педагогическая риторика. Практикум 2017].

Изучение курса «Речевая деятельность педагога» по разработанному нами пособию предусматривает овладение обучающимися следующим содержанием: становление теории и практики коммуникации в историческом аспекте; педагогическая коммуникация как основа профессиональной деятельности учителя; барьеры и риски педагогической коммуникации, пути их преодоления; профессиональное педагогическое слушание; профессиональное педагогическое говорение; востребованные виды педагогического чтения и письма, жанры речи

педагога; корпоративная культура образовательного учреждения; риторическая личность педагога в образовательном процессе; риторический идеал и др.

Понятие «риторический идеал» в пособии «Речевая деятельность педагога» предстает в особом статусе благодаря реализации принципа ориентации на риторический идеал, позволяющего активизировать процессы позитивного воздействия речевой среды, образцов речи на развитие коммуникативной компетенции обучающихся [Зиновьева 2019а].

В процессе изучения курса студенты овладевают понятием «риторический идеал» в трактовке современных лингвистов, методистов (В. Г. Костомарова, А. К. Михальской, Е. К. Поляковой, И. А. Стернина и др.) – как «идеал речевого поведения, которому нужно следовать», который «в своих основных чертах соответствует общим представлениям человека о прекрасном», как «концепт, содержащий совокупность ментальных представлений, отражающих идеальные характеристики оратора и реализуемого им коммуникативного акта, сложившиеся исторически в определенную эпоху в определенной культуре» [Полякова 2003, с. 6].

Изучение курса помогает студентам осознать: в учебном процессе именно педагогу принадлежит высокая миссия предъявления обучающимся эталонов речевой деятельности, коммуникативного поведения, что значительно повышает мотивацию студентов к овладению коммуникативной компетенцией.

Содержание и структура учебно-методического пособия, этапы изучения темы

В работе по овладению студентами содержанием каждой темы курса мы выделяем два основных этапа. **На первом этапе изучения темы** обучающиеся самостоятельно овладевают ее содержанием вне аудитории, используя представленную в пособии «навигационную систему», структурными компонентами которой являются: цель и задачи изучения темы; список литературы; перечень основных понятий; комплекс заданий для самостоятельной работы; серия коммуникативно-речевых задач; тесты для самоконтроля. Пособие также

содержит методические рекомендации для студентов по выполнению заданий в режиме самостоятельной работы.

Для более полной характеристики «навигационной системы» приведем примеры названных компонентов учебно-методического пособия.

Знакомство студентов с *рубрикой «Цель и задачи изучения темы»* позволяет создать установку на учебную деятельность обучающихся, значимо повышает эффективность овладения темой. В качестве иллюстрации приведем содержание данной рубрики в теме «Барьеры и риски педагогической коммуникации, пути их преодоления».

Цель изучения темы: формирование у педагогов представлений о барьерах и рисках педагогической коммуникации и о путях их преодоления.

Задачи изучения темы: 1) овладение представлениями о барьерах и рисках педагогической коммуникации; 2) овладение представлениями о манипуляциях в коммуникации, о видах манипуляций; 3) овладение способами распознавания манипуляциями разных видов в процессе педагогической коммуникации; 4) овладение способами защиты от манипуляций и предупреждения манипуляций разных видов.

Рубрика «Литература для самостоятельного изучения» включает до 20 литературных источников, изданных в последние 15 лет. Изучение указанной литературы помогает студентам расширить, углубить знания, составляющие основу готовности педагога решать коммуникативно-речевые задачи, возникающие в его профессиональной деятельности. Наличие в пособии этой рубрики обеспечивает навигацию студентов в современной педагогической, лингвистической и методической литературе, в интернет-источниках с целью отыскания необходимой информации.

Рубрика «Основные понятия» включает перечень понятий, которые должны быть усвоены будущими педагогами на высоком уровне, который обнаруживается в способности студента критически оценивать содержание высказываний по теме, выбирать, делать выводы, принимать адекватные решения. Приведем пример перечня понятий, которыми должны овладеть по теме «Профессиональное педагогическое говорение».

Основные понятия: говорение как вид речевой деятельности, профессиональное педагогическое говорение, виды профессионального педагогического говорения, этапы профессионального педагогического говорения, правила для говорящего, слушательская аудитория, неудачи педагогического говорения; подготовка педагогического говорения.

Рубрика «Задания для самостоятельной работы» включает задания в определенной последовательности. Приведем содержание рубрики по теме «Теоретические основы педагогической коммуникации».

Задание 1. Изучите литературу по теме «Теоретические основы педагогической коммуникации», подготовьтесь к обсуждению темы.

Вопросы для обсуждения: 1) понятия «взаимодействие» и «педагогическое взаимодействие»; 2) уровни педагогического взаимодействия (коммуникация, общение, со-бытие); 3) междисциплинарный характер понятия «коммуникация»; 4) понятия «общение» и «коммуникация»; 5) понятия «педагогическая коммуникация» и «педагогическое общение»; 6) информационные основы педагогической коммуникации; 7) педагогический (знаниевый, ценностный, стимульный, ориентировочный) потенциал информации; 8) связь понятий «информация» и «личностное знание»; 9) антропологические основы педагогической коммуникации; 10) культурная обусловленность педагогической коммуникации: образование как передача во времени и пространстве опыта (образцов поведения, традиций) посредством различных культурных форм.

Задание 2. Разработайте *терминологический словарь*¹ по теме «Теоретические основы педагогической коммуникации», взяв за основу следующий терминологический минимум: взаимодействие, педагогическое взаимодействие, коммуникация, педагогическая коммуникация, общение, педагогическое общение, информация, личностное знание, антропология, физиологическая основа коммуникации, трехуровневая структура организации психической деятельности, модальность, сенсорная репрезентативная система, сенсорная модальность

¹ Описание устного выступления с презентацией представлено в разделе «Методические рекомендации к самостоятельному выполнению заданий».

человека, сенсорная модальность педагога, семиотика, знаки, значения, смыслы.

Подготовьтесь к презентации терминологического словаря.

Задание 3 (работа в паре, в малой группе). Подготовьте устное выступление с презентацией¹ по одной из предложенных тем (по выбору):

1. Информационные основы педагогической коммуникации.
2. Антропологические основы педагогической коммуникации.
3. Семиотика педагогической коммуникации.
4. Культурная обусловленность педагогической коммуникации.

Учет обучающимися правил подготовки к публичному выступлению и правил оформления презентации² обеспечивает целостное восприятие, позволяет избежать диссонанса между отдельными его фрагментами.

Задание 4 (работа в паре). Подготовьте аннотированный список³ по источникам, представленным в разделе «Литература для самостоятельного изучения» темы «Теоретические основы педагогической коммуникации».

На основе данных изучения рекомендованной литературы по теме «Теоретические основы педагогической коммуникации» предложите расширение терминологического минимума на 2–3 термина.

Подготовьте выступление с презентацией по аннотированному списку – сделайте обзор публикаций, выводы и конструктивные предложения.

Рубрика «Коммуникативно-речевые задачи» ориентирована на формирование коммуникативной компетенции педагога. Приведем пример из темы «Письмо в профессиональной деятельности учителя».

Задача 1. И. А. Колесникова отмечает, что педагогическая коммуникация культурно обусловлена, поэтому рассматривает образование

¹ Описание устного выступления с презентацией представлено в разделе «Методические рекомендации к самостоятельному выполнению заданий».

² Правила подготовки к публичному выступлению и правил оформления презентации представлены в разделе «Методические рекомендации к самостоятельному выполнению заданий».

³ Описание аннотированного списка представлено в разделе «Методические рекомендации к самостоятельному выполнению заданий».

как передачу во времени и пространстве опыта – образцов поведения, традиций, обычаев, знаний – посредством различных культурных форм.

В Примерной основной образовательной программе общего образования представлен принцип ориентации на идеал как общий образец речевого поведения, которому нужно следовать, который в основных чертах соответствует представлениям человека о прекрасном.

Познакомьтесь с фрагментами образовательного процесса, определите, реализует ли педагог принцип ориентации на речевой идеал.

Фрагмент 1.

– Прошу внимания, уважаемые первоклассники! Яков и Вова, у вас было особое задание. Напомните своим товарищам, что именно вы должны были сделать. (Нам надо было расшифровать письмо древнего человека.) Верно. Яков, что же написал наш предок в своем письме? (Наш предок написал так: «Хорошую речь хорошо и слушать»). Вова, как же ты понял слова древнего человека? (Приятно слушать того человека, который говорит правильно и культурно). Отлично. Яков, какой речью воспользовался предок, когда составил это письмо? (Письменной речью). Правильно. Вова, а какой речью воспользовался ты, когда вслух читал это письмо? (Это звучала устная речь). Верно! Яков и Вова, вы справились с особым заданием. И я, и первоклассники – мы все вас благодарим.

Фрагмент 2.

– Ученики! Разберем неприятную ситуацию. Некоторые дети звонят учителю и не могут толком сказать, зачем позвонили. Запомните: к телефонному разговору надо готовиться! Иначе будете мямлить. Выучим правила подготовки к разговору по телефону! Первое правило: рядом с телефоном нужно держать блокнот и ручку, чтобы записать важную информацию. Второе правило: нужно заранее продумать список вопросов, можно их написать, чтобы ничего не забыть. Третье правило: не забывать вежливые слова! Кто может повторить три правила?

Прокомментируйте ситуацию с психолого-педагогических и лингвистических позиций. Предложите вариант общения в данной ситуации.

Пособие имеет *раздел «Методические рекомендации к самостоятельному выполнению заданий»*, обращение к которому обеспечивает помощь в подготовке устного выступления с презентацией, терминологического словаря, аннотированного списка источников информации, реферата, эссе и других заданий.

Второй этап овладения содержанием темы протекает на практических занятиях в аудиторных условиях, где по итогам самостоятельного выполнения различного рода заданий студенты вступают в совместное обсуждение поставленных в рубрике «Вопросы для обсуждения» вопросов. Это обсуждение представляет собой именно полноценный конструктивный диалог, возможность которого обусловлена ознакомлением студентов с темой; это диалог, в котором органично перемежаются диалог-расспрос, когда вопросы в основном задает преподаватель, диалог-дискуссия в ситуациях обсуждения проблемных вопросов и диалог-беседа, если осведомленность студентов в теме оказывается столь значительной, что они способны участвовать в обсуждении темы «на равных». Будущие педагоги выступают с подготовленными в малых группах презентациями, с результатами мини-исследований, аналитическими обзорами самостоятельно составленных аннотированных списков и терминологических словарей, знакомят сокурсников с оригинальными краткими эссе. В этой ситуации студенты обнаруживают компетенцию кооперации – способность к участию в командной работе, к согласованию своих действий с коллегами, способность к принятию групповых ценностей. Особое внимание уделяется способности обучающихся выслушать и высказать оценочные суждения.

Изучение темы завершается выполнением контрольного теста.

Таким образом, овладение каждой темой пособия обеспечивается выполнением заданий двух видов – инвариантных (анализа источников, составления терминологического словаря и аннотированного списка источников, выполнения тестовых заданий и др.) и вариативных (подготовки устного выступления, разработки презентации, написания эссе или реферата, проведения мини-исследований и др.). При этом вариативные задания имеют различную степень сложности и направленность, позволяют студентам и преподавателям осуществлять

их выбор и режим выполнения (индивидуально, в малой группе) в соответствии с учебными задачами, интересами и потребностями, уровнем подготовки, что эффективно стимулирует инициативу будущих педагогов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Апробация учебно-методического пособия «Речевая деятельность педагога», разработанного на основе инновационной модели обучения «перевернутый класс», позволяет констатировать его (пособия) ресурс в аспекте преодоления свойственных традиционным технологиям барьеров овладения ключевыми компетенциями, коммуникативной компетенцией как конечной целью изучения данного курса.

Опыт организации образовательного процесса по курсу «Речевая деятельность педагога» на основе одноименного пособия дает нам право выделить следующие его достоинства. Во-первых, преодолевается пассивность обучающихся, их нежелание работать самостоятельно; во-вторых, происходит существенное замещение озвученной письменной речи студентов речью говоримой, «живой», рождаемой в момент продуцирования высказывания, что особенно значимо в рамках дисциплины «Речевая деятельность педагога», ориентированной на формирование коммуникативной компетенции; в-третьих, реализуются индивидуальный и дифференцированный подходы за счет возможности выбора студентами не только форм выполнения заданий (индивидуальных, в паре, в малой группе, вариативных и инвариантных), но и устройств (смартфонов, планшетов, ноутбуков, телефонов и др.); в-четвертых, создается благоприятный режим работы (индивидуальный темп овладения материалом, отсутствие временных ограничений, возможность обсуждения проблемных вопросов в режиме онлайн-дискуссий).

Оснащение образовательного процесса пособием, реализующим модель «перевернутый класс», обеспечивает более высокий уровень освоения учебного материала. По модели уровней усвоения учебного материала Б. Блума – это четвертый, пятый, шестой уровни: уровень анализа (анализирует, классифицирует, сравнивает, систематизирует); уровень синтеза (обобщает, комбинирует, интегрирует, создает, вы-

ражает гипотезу); уровень оценки (критически оценивает, выбирает, тестирует, делает выводы, принимает решения). Подчеркнем: в рамках традиционной системы обучения большая часть студентов достигает второго–третьего уровня овладения материалом; это уровень понимания (объясняет своими словами, приводит примеры) и уровень применения (использует, решает) [A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing 2013].

Перевернутое обучение обеспечивает изменение статуса преподавателя – не носителя и транслятора знаний, а фасилитатора, тьютора, модератора. Изменения затрагивают и студентов, берущих на себя значительную долю ответственности за качество и результаты освоения учебного материала. Сказанное свидетельствует о потенциале модели «перевернутый класс» в создании гармоничной атмосферы плодотворного сотрудничества участников образовательного процесса, кооперации, обеспечивающей их совместный вклад в освоение темы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Зиновьева Т. И.* Риторический идеал в системе развития устно-речевой деятельности обучающихся поликультурной школы // Когнитивно-коммуникативный подход в обучении русскому языку и литературе в школе и вузе : сборник научных статей и методических рекомендаций по материалам Всероссийской научно-практической конференции (г. Иваново, 29 марта 2019 г.) / сост. и науч. ред. И. А. Сотовой (отв. ред.) и др. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2019а. С. 250–259.
- Зиновьева Т. И.* Навыки и компетенции XXI века в научном описании // Известия ИППО. 2019б. №1. С. 9–16.
- Колодкина Н. Н.* О множественности трактовок термина «компетенция» / Н. Н. Колодкина, А. Д. Черемухин // Карельский научный журнал. 2016. Т. 5. № 4 (17). С. 24–28.
- Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 гг. <http://static.government.ru/media/files/mlorxfXbbCk.pdf>.
- Педагогическая риторика. Практикум: учеб. пособие для академического бакалавриата / под ред. Т. И. Зиновьевой. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2017. 225 с.
- Педагогическая риторика: учебник для студ. учрежд высш. проф. образования / Л. В. Ассиурова, Н. Д. Десяева, Т. И. Зиновьева и др.: под ред. Н. Д. Десяевой. М. : Изд. центр Академия, 2012. 256 с.

- Полякова Е. К.* Риторический идеал в русском коммуникативном сознании: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Воронеж, 2003. 19 с.
- A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: Pearson New International Edition: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives / L. W. Anderson [etc.]. – London: Pearson Education Limited, 2013.

REFERECETS

- Zinov'eva T. I.* Ritoricheskii ideal v sisteme razvitiya ustno-rechevoi deyatel'nosti obuchayushchikhsya polikul'turnoi shkoly // Kognitivno-kommunikativnyi podkhod v obuchenii russkomu yazyku i literature v shkole i vuze : sbornik nauchnykh statei i metodicheskikh rekomendatsii po materialam Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii (g. Ivanovo, 29 marta 2019 g.) / sost. i nauch. red. I. A. Sotovoi (otv. red.) i dr. Ivanovo : Ivan. gos. un-t, 2019a. S. 250–259.
- Zinov'eva, T. I.* Navyki i kompetentsii KHKHl veka v nauchnom opisaniy // Izvestiya IPPO. 2019b. № 1. S. 9–16.
- Kolodkina, N. N.* O mnozhestvennosti traktovok termina «kompetentsiya» / N. N. Kolodkina, A. D. Cheremukhin // Karel'skii nauchnyi zhurnal. 2016. T. 5. № 4 (17). S. 24–28.
- Kontsepsiya Federal'noi tselevoi programmy razvitiya obrazovaniya na 2016–2020 gody. <http://static.government.ru/media/files/mlorxfXbbCk.pdf>
- Pedagogicheskaya ritorika. Praktikum: ucheb. posobie dlya akademicheskogo bakalavriata / pod red. T. I. Zinov'evoi. 2-e izd., ispr. i dop. M.: Izdatel'stvo Yurait, 2017. 225 s.
- Pedagogicheskaya ritorika: uchebnik dlya stud. uchrezhdenii vyssh. prof. obrazovaniya / L. V. Assurova, N. D. Desyaeva, T. I. Zinov'eva i dr. ; pod red. N. D. Desyaevoi. M. : Izdatel'skii tsentr Akademiya, 2012. 256 s.
- Polyakova E. K.* Ritoricheskii ideal v russkom kommunikativnom soznaniy: avtoref. dis. ... kand. pед. наук. Voronezh, 2003. 19 s.
- A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: Pearson New International Edition: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives / L. W. Anderson [etc.]. – London: Pearson Education Limited, 2013.

УДК 811.133.1 '38+811.16.11 '38+929 Петр I

Иванчук Ирина Анатольевна

доктор филологических наук

профессор кафедры Журналистики и медиакоммуникаций

факультета социальных технологий СЗИУ

Российской академии народного хозяйства и государственной службы.

e-mail: ivanchukia@rambler.ru

**Ф. ПРОКОПОВИЧ – Б. ФОНТЕНЕЛЬ – М. В. ЛОМОНОСОВ.
РИТОРИЧЕСКИЕ ПОРТРЕТЫ ПЕТРА ВЕЛИКОГО XVIII СТОЛЕТИЯ.
ТЕНДЕНЦИИ ЕВРОПЕЙСКИХ ВЛИЯНИЙ**

В статье отражена специфика жанра «Похвальное слово» в европейской и российской литературной традиции; риторические установки авторов панегирических речей о Петре Великом (Ф. Прокопович – Б. Фонтенель – М. В. Ломоносов) соотносятся с исторической эпохой, литературными течениями, изменениями в составе литературного языка Петровской эпохи; рассматривается трансформация литературных жанров и тенденции европейских влияний в сфере языковых и литературных процессов в России и во Франции XVIII в.

Ключевые слова: панегирик; Похвальное слово; Прокопович; Фонтенель; Ломоносов; взгляд «извне»; традиции; мажорность; пафос.

Ivanchuk Irina Anatolyevna

Doctor of the philological Sciences,

Professor of the department of Journalism and media communications

of the department of the social terminology of the SZIU Russian Academy of the national economy and public service.

e-mail: ivanchukia@rambler.ru

**F. PROKOPOVICH – B. FONTENELLE – M. V. LOMONOSOV.
THE RHETORICAL PORTRAITS OF THE PETER THE GREAT
OF THE XVIII CENTURY.
THE TRENDS IN THE EUROPEAN INFLUENCES.**

The article describes the specifics of the genre “of words of praise” in the European and Russian literary traditions; the rhetorical setting of the authors of the panegyric speeches about the Peter the Great (F. Prokopovich – B. Fontenelle, M.Lomonosov) relate to the historical period, the literary currents, the changes in the composition of the literary language of the the Petrine era; the discusses the transformation of the literary genres and the trends of the European influences in the field of the language and the literature in France and in Russia of the 18th century.

Keywords: eulogy; Fontenelle; Prokopovich; Lomonosov; look “outside”; traditions; mozority; paphos.

ВВЕДЕНИЕ

Образ Петра Великого, запечатленный в многочисленных памятниках художественной литературы, мемуарах, беллетристических произведениях (XVIII – нач. XXI вв.) – свидетельство художественного обобщения черт Великого императора в различные исторические эпохи – широко и всесторонне изучен в существующем мировом культурном наследии, историко- и литературоведении. Отношение русского общества Александровского времени к Петру I и его реформам было предметом специального изучения в дореволюционной России (Е. Ф. Шмурло); в зарубежной культуре (Н. В. Резановский); однако обобщение черт образа Петра Великого в общественной мысли и литературе второй половины XVIII – XIX вв. нуждается еще в последовательном и всестороннем анализе. Основу источниковедческой базы создания портрета Петра Великого составляют публицистические и исторические труды, научные сочинения. Среди них – источники личного происхождения (воспоминания, мемуары, дневники; ценное свидетельство – мемуары известного писателя герцога Сен-Симона, 30–40-е годы XVIII в.); сочинения А. С. Шишкова, Н. М. Карамзина, литературные и исторические труды декабристов; шедевры мировой художественной литературы («Медный всадник», «Арап Петра Великого» (А. С. Пушкин); «Петр Первый» (А. Н. Толстой); «Петр и Алексей» (Д. С. Мережковский); музыкального (С. Н. Глинка), изобразительного и архитектурного искусства (Э. М. Фальконе, А. Н. Бенуа, Е. Е. Лансере, В. И. Суриков, В. А. Серов; Б. К. Растрелли, М. М. Шемякин). Задачей нашего исследования является сопоставление риторического образа Петра Великого (не нашедшего еще освещения в лингво-культурологических исследованиях), отраженного в текстах выдающихся мировых панегириков – «Слове на погребение Всепресветлейшего Державнейшего Петра Великого» (1725); «Слове на похвалу блаженныя и вечнодостойныя памяти Петра Великаго», произнесенном 29 июня 1725 года Ф. Прокоповичем; «Похвальном слове Петру» Бернара Ле Бовье де Фонтенеля (1725); «Слове похвальном блаженныя памяти государю императору Петру Великому, говоренном апреля 26 дня 1755 года М. Ломоносовым». Риторические портреты Петра Великого раскрывают новые черты облика россий-

ского императора, добавляют существенные параллели историческим и литературным образам. Определяется круг российского (и санкт-петербургского) читателя, имевшего возможность в 80-е годы XVIII столетия впервые познакомиться с риторическим портретом Петра I с позиции «взгляда со стороны».

**Роль жанра «панегирик» в мировой риторической
и литературной мысли.**

Ф. Прокопович – Б. Фонтенель – М. В. Ломоносов

**1. Панегирический жанр «Слово» в русской и европейской
культуре.**

Проповеди и речи с амвона были известны в России и ранее, однако только со времен Петра I они стали событием не только церковной, но и светской, и политической жизни. Публичные речи начали активно использовать для прославления и пропаганды новых идей царя-реформатора, для воспевания блестящих побед русского оружия. Развитие публицистического стиля в жанрах высокого торжественного красноречия связано с петровскими реформами литературного языка. Создается новый облик торжественных речей. Особенности торжественного красноречия XVIII в. был созвучен и высокий пафос патриотических речей самого Петра I (с вниманием слушали речь Императора в какнун Полтавского сражения как проявление особой пафосности торжественного Слова). Знали и ценили проповедническое мастерство его соратников – Ф. Прокоповича, С. Яворского. Роль жанра «панегирик» в мировой риторической и литературной мысли, специфика «Похвального слова» в европейской и российской литературной традиции, русской и французской риторической словесности определяется в структуре анализа влияния взглядов теоретиков ораторского искусства на российскую риторику XVIIIв. В области художественной перед русскими классицистами стояли такие сложные задачи, которых не знали европейские авторы. Французская литература середины XVIII в. уже имела хорошо обработанный литературный язык и сложившиеся на протяжении длительного времени светские жанры; на долю русских писателей XVIII столетия выпало не только создание нового литературного направления, но и про-

ведение кардинальных реформ в области литературного языка, русского стихосложения (А. Д. Кантемир, М. В. Ломоносов, А. П. Сумароков). Научные труды российских и европейских исследователей освещают подход к «Слову» с риторических позиций, традиционно рассматривают выделяемые компоненты, формирующие произведение, – модель и методы изложения, типы представленной аргументации, средства топики (топосы) и диспозиции. В соотношении содержания понятий «речь – слово» в русской лексикологии и лексикографии XVIII в. И. Аннушкин видит значимое совпадение определений терминов (в понимании их как жанра публичного монолога), отражённое в «Словаре Академии Российской», присутствующее и в современном языке: *«речь – «рассуждение, изустно перед кем предлагаемое или сочиненное», а слово – «речь, проповедь, беседа, изустно предлагаемая»* [Аннушкин 2015, с.60].

2. Хронология создания риторического образа Петра Великого в России и Франции XVIII в.

8 марта 1825 года (Петрепавловский собор, Санкт – Петербург) – произнесение «Слова на погребение Петра Великого...»; 29 июня 1725 года – «Слова на похвалу блаженных и вечnodостойных памяти Петра Великого» Ф. Прокоповичем. Ноябрь 1725 года – Парижская Академия наук поручает своему секретарю Б. Фонтенелю подготовить речь – «Похвальное слово царю Петру I». 26 апреля 1755 года – произнесение в Санкт-Петербурге на публичной ассамблее Академии наук «Слова похвального Петру...» М. В. Ломоносовым (российский читатель знакомится с риторическим образом Петра I – ломоносовским панегириком Петру Великому (1755) – на 16 лет ранее, чем с первым переводом на русский язык «Похвального слова царю Петру I» Б.Фонтенеля, 1725). 1755 год – публикация «Слова похвального Петру...» М. В. Ломоносова отдельным изданием (первое Похвальное слово Петру Великому, произнесенное после Ф. Прокоповича, служило образцом для панегириков Петру I второй половины XVIII в.). 1757 год – перевод «Слова похвального Петру...» М. В. Ломоносова на французский язык секретарем И. И. Шувалова, бароном де Чуди. 1771 год ознаменован выходом первого перевода (с француз-

ского на русский язык) «Похвального слова царю Петру I» Б. Фонтенеля (сатирический журнал «Трудолюбивый муравей», Санкт-Петербург, 1771. Перевод В. Г. Рубана – литератора, панегириста, издателя журнала). 1840 г. – полный перевод текста Фонтенеля А. Зражевской (журнал «Маяк»), с патриотическими комментариями историка А. В. Висковатова. 2015 год – перевод «Похвального слово царю Петру I» Б. Фонтенеля С. А. Мезиным.

3. Образ Петра Великого в риторических текстах Ф. Прокоповича

Стилистические изменения в тексте публичной речи особо ярко проявились в риторическом творчестве Ф. Прокоповича, выдающегося церковного и государственного деятеля, талантливого поэта, писателя, драматурга, одного из самых образованных людей своей эпохи, преданного сподвижника и друга Петра I. Ф. Прокопович значительно сокращает (в сравнении с текстами начала XVIII в.) круг архаической лексики и в то же время расширяет состав лексики разговорной, использует иноязычные заимствования, уже утвердившиеся в русском языке и необходимые по тематике речей. Успехи Ф. Прокоповича в пересмотре состава речевых средств столь значительны («Слово похвальное о флоте российском»), что его торжественные речи и творчество в целом рассматривалось в XVIII в. как преобразование русского литературного языка (Ф. Г. Карин). Поэт, сатирик, блестящий памфлетист, Ф. Прокопович явился в России одним из первых крупных теоретиков ораторского искусства. Воплощая в своей ораторской практике принципы, провозглашенные им в теоретическом труде «Риторика», первоначально задуманном как руководство по созданию церковных проповедей, на первое место Ф. Прокопович выдвигал «высокие и пленяющие мысли, изложенные ясно и доказательно». Исследователи творчества Ф. Прокоповича выявляют черты европейского размаха его личности. В XX в. Ф. Прокопович всё более пристально изучается в Германии, Англии, Бельгии, Польше, в широком контексте польско-украинско-русских связей [Смирнов 1994]. В «Слове на погребение Петра Великого...» Ф. Прокопович – автор особого музыкально-ритмического риторического произведения, вир-

туозно играющий на струнах скорбящей человеческой души. Используя приемы создания пафосности текста (восклицания и риторические вопросы, открывающие торжественную речь), Ф. Прокопович интонационно выделяет центральную мысль – величие и значимость Петра I («Кого бо мы, и какового, и коликого лишились?...»), создавая особый по эмоциональности и пафосности текст в стиле вопросно-ответного повествования. Иной по тону и содержанию была другая проповедь Ф. Прокоповича – «Слово на похвалу блаженных и вечнодостоинных памяти Петра Великого». Если «Слово на погребение Петра Великого ...» – «крик боли», то «Слово на похвалу блаженных и вечнодостоинных памяти Петра Великого» – итоговый хатактер его преобразований. Воздав хвалу Великому императору, Ф. Прокопович обращает внимание не только на военные победы, армию, флот, рост городов, фабрик, но и на внутренние изменения в человеке, которые происходили в русском народе [Прокопович URL]. «Петр, обожествляя государство, требует неслыханных жертв во имя общего блага, вместе с тем стремится уравновесить эти требования в неслыханом дотоле внимании к отдельному человеку» [Смирнов 1994, с.93]. Оценка исторического значения Полтавской баталии почти полностью перешла позднее в «Историю Петра» Ф. Прокоповича из «Похвального Слова Петру...», продолжая традицию морально-психологического выделения значения Полтавской победы. «История Петра Великого» Ф. Прокоповича находится в полном соответствии с его взглядами на историографию, изложенными ранее в курсе «Риторики». Не избежал он лишь одной указанной там опасности – увлеченности, пристрастности в изображении событий» [Мезин 2000, с.165].

4. Панегерическое красноречие (М. В. Ломоносов – мастер торжественного жанра)

Мастер торжественного жанра панегирического красноречия, положивший начало развитию классицизма в России, М. В. Ломоносов в стиле изложения «Слова похвального блаженных памяти государю императору Петру Великому» (1755) верен принципам возвышенности и высокаторжественности, созвучной эмоциональной пафосности текста Ф. Прокоповича. «...Талант великого оратора блистает в двух

похвальных речах его, которые и теперь должно назвать одним из лучших произведений российского, собственно так называемого красноречия», – такую высокую оценку ораторскому мастерству М. В. Ломоносова дал в 1802 году Н. М. Карамзин, имея в виду его «Слово похвальное... Елизавете Петровне» 1749 года и «Слово похвального блаженныя памяти государю императору Петру Великому», произнесенное в 1755 году [Карамзин, т. 7, с. 430]. М. В. Ломоносов представляет искусное создание речи, чередующее аккорды хвалебных панегирических комплиментов то Петру I, то Елизавете. Вот как он говорит о совпадении в одном году победы под Полтавой и рождения Елизаветы: *«Петр, сохранив Россию от расхищения, вместо мрачного страха принес безопасную и пресветлую радость; Елизавета увидела свет, дабы простреть на нас сияние отрады, избавив от мрака печалей»* [Ломоносов 1957, т. 8, с. 418]. Особые нюансы в сопоставительном взгляде на риторический облик Петра I вносит соотношение фреймов концепта «Радость» [Аннушкин URL] в текстах Ф. Прокоповича и М. В. Ломоносова, дополняющее традиционно выделяемые фреймы («душевное удовлетворение»; «радость как следствие похвалы»; «радость как проявление храбрости»; «радость как проявление положительных эмоций»; «радость как чувственная реакция удовольствия»; «радость как этикетный знак»; «радость как событие»). Анализ тропов и фигур в тексте речи Ф. Прокоповича, старославянизов и книжной лексики, формирующих риторическую пафосность стиля, свидетельствует, что величественная фигура Петра I появляется сквозь пышное древо художественной метафоры панегирического стиля ритора, повествующего о великом горе народном. Ф. Прокопович, долгое время не имеющий силы начать говорить, выстраивает величественный образ преобразователя России, предстающий в антитезе «истинная печаль», «жалость и сердоболие» – «добро», «истина», «бессмертие», «радость»: *«Винючник бесчисленных благополучий наших и радостей, воскресивший аки от мертвых Россию и воздвигший в толикую силу и славу...»* [цит. по: Шедевры мировой литературы 18 в.... 2000, с.57 – 61]. Создание мажорной пафосности церковной проповеди, ориентированное, в частности, на речи с Амвона Ф. Прокоповича, нашло глубокое научное

освещение в определении традиций и фигур мысли в текстах Патриарха Кирилла о Русском мире, анализе его публичных речей, определении образа ратора. Всесторонность характеристик позволила исследователям дискурса воссоздать медийный образ миссионера в выступлениях в СМИ [Риторика Патриарха...2016]. Радость (в различных ее эмоциональных и смысловых проявлениях) становится основой идиостиля поэтического и риторического творчества и Ф. Прокоповича, и М. В. Ломоносова. Торжество открытий, величественных преобразований, смелость научного познания («О вы, счастливые науки!...»), сила разума человеческого как основа и итог философского постижения счастья – фрейм, дополняющий в русской риторической мысли традиционно выделяемые значения концепта «Радость». Таким образом, М. В. Ломоносов, на протяжении всего творческого пути испытывавший влияние европейских тенденций (Марбургская школа), которое академик В. И. Вернадский характеризует как «крайне благотворное», отразил в своей оценке Петра Великого последовательную позицию «взгляда изнутри» – радость видения преобразований Российского Отечества. Подводя итог рассуждениям о значимости для России петровских реформ, М. В. Ломоносов торжественно провозглашает: *«Покрываются Невские струи судами и флагами; не вмещают береги великого множества стекшихся зрителей, колеблется воздух и стонет от народодого восклицания, от шума весел, от трубных гласов, от звука огнедышащих машин. Какое счастье, какую радость нам небо посылает?...»* [Ломоносов 1959, т. 8, с. 428].

5. Риторический облик Петра во взгляде «извне» («Похвальное слово царю Петру I» Б. Фонтенеля)

В. О. Ключевский в «Исторических портретах» пишет, что Петру I известны были некоторые суждения о его реформе в России и за границей. И эти суждения болезненно отзывались в его душе. «Он знал, что там и здесь многие видели в его реформе насильственное дело, которое он мог вести, только пользуясь своей неограниченной и жестокой властью и привычкой народа слепо ей повиноваться» [Ключевский 1991, с.175]. Риторический портрет российского императора в изображении Б. Фонтенеля лишен внешней панегирич-

ности. Б. Фонтанель отходит от классического риторического канона (уже в трактате Б. Лами «Искусство речи» (1675) содержатся «нападки» на правила классицистской риторики). Стремление «хвалить то, что достойно похвалы» (Б. Лами), душевное волнение и страсть передаются в тексте Б.Фонтенеля не риторическими фигурами торжественного высокого стиля (как в образцах российского панегирического красноречия), но живым динамичным характером повествования, точностью (а порой и резкостью) оценочных характеристик, приводящих автора к глобальным социальным и историческим обобщениям. Слог Б. Фонтенеля – слово мудрого наблюдателя. Метод описания – последовательность и рациональность оценок. *«Англия...Голландия... Вена... Все необходимо было сделать заново в Московии. Там нечего было улучшать...»* [Фонтенель 2014, с. 265]. Основа текста – сквозная антитеза «варварство» – «цивилизация», отражающая идею благотворных преобразований периода европейских влияний на Московию (защитник рационализма и скептической философии, Б. Фонтенель подкрепляет своим ученым именем мысль, созревавшую во французском обществе о Петре I – «творце новой России»). Описывая многочисленный ряд нововведений Петра Великого, Б. Фонтенель неукоснительно видит в них следы европейских влияний: *«...Типографии, в которых он переменял древний шрифт – ...почти неразборчивый из-за частых сокращений... Царская библиотека, составленная из трех больших библиотек, купленных в Англии, Голландии и Германии...»* [Фонтенель 2014, с. 273]. Подобную реалистичность фонтенелевского повествования продолжит образ вольтеровского Петра в «Истории Карла XII» как развитие французской просветительской историографии великого российского императора [Мезин 2014]. Принципы создания риторического портрета Петра Великого Б. Фонтенелем соотносятся со стилистической формой последующего реалистического художественного описания образа Петра I первой половины XIX столетия в русской литературе (фигура пушкинского Петра в «Арапе Петра Великого»). Исследователи отмечают, что пафос публичной речи Б. Фонтенеля приобретает особую эмоциональную рельефность в сопоставлении со скупым фактологическим описанием пребывания Петра Великого в Париже, отраженном в публикациях номеров «Gazette de France» (вып. от 28 апреля 1725 г.) [Мезин 2014].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Частные выводы.

1. Медиафера как особая территория коммуникации сегодня занимает центральное место в культуре. Цифровизация журнала XVIII в. «Трудолюбивый Муравей» несомненно «приведет к особым эффектам – медийным, социальным и стилистическим» [Клушина 2018, с. 183], представляя собой не только занимательное чтение, но и возможность знакомства широкого читателя и исследователя с первым переводом с французского речи Б. Фонтенеля «Похвальное слово царю Петру I» (В. Г. Рубан, 1771).

2. В восприятии исторической личности чрезвычайно важна роль каждой детали. Потому столь актуальным представляется совершенство лингвистических формулировок литературных переводов первоисточников, создающих оценочность исторических характеристик («Похвальное слово Петру» Б. Фонтенеля в переводе В. Г. Рубана 1771 года представляло собой формализованный панегирик: исключены были и определенные фрагменты текста – о строительстве Петербурга; о религиозных реформах Петра I; о завещании Петра I Екатерине II покровительствовать привлечению в Россию иностранных специалистов). В современном переводе с языка – первоисточника С. А. Мезина (2015) историческая концепция Б. Фонтенеля нашла наиболее полную смысловую и стилистическую завершенность.

Общие выводы.

Сопоставление текстов Похвальных слов (Ф. Прокопович – Б. Фонтенель – М. В. Ломоносов) первого тридцатилетия после кончины императора (1725– 755) позволяет обнаружить единичное, особенное и общее в трансформации литературных жанров и тенденциях европейских влияний в сфере языковых и литературных процессов и стилистических преобразований в России и во Франции XVIII столетия, уточнить критерии понятия «исторические перемены Петровской эпохи «изнутри» и «извне, со стороны» (В.С. Ржеуцкий), обозначить основные черты стилевой манеры двух выдающихся современников – Ф. Прокоповича и Б. Фонтенеля, одновременно (1725) воспевших деяния Петра Великого в риторическом жанре панегирика;

сопоставить их с последующей оценкой роли Великого Императора, данной М. В. Ломоносовым. «После Пушкина взгляд на Петра не мог быть уже столь панегирическим, как у историков-современников, но не обязательно столь неразрешимо трагическим... В адресованной императору Николаю «Записке о древней и новой России» (1811 год), Карамзин уже обозначает тот круг проблем, которые будут обсуждать историки XIX века: его Петр резко меняет курс государственного корабля, порывает с прошлым, вводит европейские институты, «пре-небрегая духом народным...». Мы стали гражданами мира... Виною всему – Петр» – чеканит основной афоризм автор «Истории государства Российского» [Сухих 2009, с. 22].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* Основы русской филологии. Курс лекций. М.: Флинта: Наука, 2015. 125 с.
- Аннушкин В. И.* Проект «Школа русского слова» Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина. «РАДОСТЬ в языке – культуре – жизни». URL: www.pushkin.institute (дата обращения 25.12. 2018).
- Карамзин Н. М.* Сочинения Карамзина: в 11 т. 3-е изд., исправленное и умноженное. М.: тип. С. Селивановского, 1820. Т. 7. 325 с.
- Клушина Н. И.* Медиастилистика. М.: Флинта, 2018. 183 с.
- Ключевский В. О.* Исторические портреты. М. 1991. М.: Правда, 1990. 624 с.
- Ломоносов М. В.* Слово похвальное блаженныя памяти государю императору Петру Великому, говоренное апреля 26 дня 1755 года. Полное собрание сочинений: в 11 т. М.-Л.: Изд-во Академии Наук СССР, 1959. Т. 8. 1280 с.
- Мезин С. А.* «История Петра Великого Ф. Прокоповича» // Русская литература, № 2, 2000. С.158–167.
- Мезин С. А.* Петр 1 во Франции. СПб.: Изд-во «Европейский Дом», 2015. 312 с.
- Прокопович Ф.* Слово на похвалу блаженныя и вечnodостойныя памяти Петра Великого, произнесенное 29 июня 1725 г. URL: [www.Lib.Ru/Классика: Прокопович Феофан: Собрание сочинений](http://www.Lib.Ru/Классика:ПрокоповичФеофан:Собраниеочинений) (дата обращения: 20.10.19).
- Прокопович Ф.* Слово на погребение Всепресветлейшего Державнейшего Петра Великого, Императора и Самодержца Всероссийского, отца Отечества, проповеданное в царствующем Санктпетербурге // Шедевры мировой литературы 18 века. Избранное. Кн. 1. М.: Изд. Дом «Синергия», 2000. С.57 – 61.
- Риторика Патриарха. К 70-летию патриарха московского и Всея Руси Кирилла. М.: Изд-во «Русистика», 2016. 253 с.

-
- Смирнов В. Г.* Феофан Прокопович. М.: Изд-во «Соратник», 1994. 221 с.
- Сухих И.* Лики Петра // Петр Великий в русской литературе. Воспоминания. Оценки. Образ. СПб.: Изд-во «Геликон плюс», 2009. С. 7–26.
- Фонтенель Б.* Похвальное слово царю Петру I // Мезин С. А. Петр I во Франции. СПб.: Изд-во «Европейский Дом», 2015. С. 261–277.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Osnovy russkoi filologii. Kurs lektzii. M.: Flinta; Nauka, 2015. 125 s.
- Annushkin V. I.* Proekt Shkola russkogo slova Gosudarstvennogo instituta russkogo yazyka im. A. S. Pushkina. «RADOST' v yazyke – kul'ture – zhizni». URL: www.pushkin.institute (data obrashcheniya 25 dekabrya 2018).
- Karamzin N. M.* Sochineniya Karamzina. v 11 t. – 3-e izd., ispravlennoe i umnozhennoe. M.: tip. S. Selivanovskogo, 1820. T. 7. 325 s.
- Klushina N. I.* Mediastilistika. M.: Flinta, 2018. 183 s.
- Klyuchevskii V. O.* Istoricheskie portrety. M.: Pravda, 1990. 624 s.
- Lomonosov M. V.* Slovo pokhval'noe blazhennyya pamyati gosudaryu imperatoru petru velikomu, govorennoe aprelya 26 dnya 1755 goda. Polnoe sobranie sochinenii v 11 t. M.-L., Izd-vo AN SSSR, 1959. T. 8. 1280 s.
- Mezin S. A.* «Istoriya Petra Velikogo F. Prokopovicha» // Russkaya literatura, № 2. 2000. S. 158–167.
- Mezin S. A.* Petr I vo Frantsii. SPb.: Izd-vo «Evropeiskii Dom», 2015. 312 s.
- Prokopovich F.* Slovo na pokhvalu blazhennyya i vechnodostoinyya pamyati Petra Velikago, proiznesennom 29 iyunya 1725 g. URL: www.Lib.Ru/Klassika: Prokopovich F.: Sobranie sochinenii (data obrashcheniya: 20. 10. 19).
- Prokopovich F.* Slovo na pogrebenie Vsepresvetleishego Derzhavneishego Petra Velikogo, Imperatora i Samoderzhtsa Vserossiiskogo, ottsa Otechestva, propovedannoe v tsarstvuyushchem Sanktpeterburge // Shedevry mirovoi literatury 18 v. Izbrannoe. Kn. 1. M.: Izd. Dom «Sinergiya», 2000. S. 57–61.
- Ritorika Patriarkha. K 70-letiyu patriarkha moskovskogo i Vseya Rusi Kirilla. M.: Rusistika, 2016. 253 s.
- Smirnov V. G.* Feofan Prokopovich. M.: Izd-vo Soratnik, 1994. 221 s.
- Suhih I.* Liki Petra // Петр Великий в русской литературе. Воспоминания. Оценки. Образ. СПб.: Изд-во «Геликон плюс», 2009. С. 7–26.
- Fontenel' B.* Pokhval'noe slovo tsaryu Petru I // Мезин С. А. Петр I во Франции. – СПб.: Изд-во «Европейский Дом», 2015. С. 261–277.

УДК 808.5

Кабанкова Юлия Юрьевна

кандидат филологических наук

доцент Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина

Julia.Kabankova@mail.ru, JYKabankova@pushkin.institute

**КОНЦЕПЦИЯ РИТОРИЧЕСКОГО ПАФОСА
КАК ОСНОВА ПОНИМАНИЯ ЗАМЫСЛА
И НАМЕРЕНИЙ РИТОРА В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ**

В статье рассматривается проблема понимания замысла и намерений ратора в процессе коммуникации и категория риторического пафоса как основа осмысления данной проблемы. Риторический пафос представлен как одна из ключевых составляющих теоретической категории «образ ратора», определены принципы изучения пафоса образа ратора, описаны составляющие категории пафоса, его виды. Реализация данных принципов проиллюстрирована некоторыми выводами исследования пафоса образа ратора конкретной языковой личности.

Ключевые слова: риторический пафос; замысел ратора; эмоциональное воздействие; целевая установка коммуникации

Kabankova Yulia Yurevna

Ph.D. of philological science

Associate Professor of Pushkin State Russian Language Institute

Julia.Kabankova@mail.ru

JYKabankova@pushkin.institute

**RHETORICAL PAPHOS CONCEPTION AS THE BASIS
FOR UNDERSTANDING OF THE RHETORICIAN'S PLAN
AND INTENTIONS IN THE PROCESS OF COMMUNICATION**

This article reviews a problem of understanding of the rhetorician's purpose and intent in the communication process and the category of rhetorical pathos as a basis for this problem comprehension. Rhetorical pathos is as one of the key components of the "Rhetorician's Image" theoretical concept. The article defines principles of the rhetorical pathos study, describes pathos components and its types. The author illustrates the implemented pathos analysis principles in the study of the public speech activity of a particular linguistic personality.

Keywords: rhetorical pathos; rhetorician's plan and intention; emotional impact; communication target.

ВВЕДЕНИЕ

Цель данной статьи – рассмотреть понятие риторического пафоса, которое в рамках триады этос-пафос-логос составляет основы теоретической категории «образ ратора». Опираясь на классические труды (Аристотель, Цицерон, Ломоносов, Кошанский и др.) и современные работы по риторике отечественных ученых (Рождественский, Волков, Аннушкин, Смолененкова и др.), мы определяем принципы изучения пафоса образа ратора, описываем составляющие категории пафоса, его виды и в качестве иллюстрации приводим некоторые выводы исследования того, как реализуется данная категория в процессе коммуникации конкретного речедеятеля с его аудиторией.

Под пафосом ратора мы понимаем замысел будущего действия, осуществляющийся в императиве речи как целевая установка, направленная на достижение согласия аудитории с предложением ратора. Пафос включает в себя интенцию ратора в отношении способов преодоления противоречий, препятствующих воплощению замысла, и направленность эмоционального воздействия речи.

Основу пафоса составляет замысел ратора. Замысел рождается исходя из намерений ратора по отношению к аудитории и к условиям, в которых ритор и аудитория осуществляют свою деятельность. Условия речи, которые определяются историческим и социокультурным контекстом в широком смысле, а в узком – конкретным поводом, временем, местом и прочими внешними обстоятельствами, диктующими соответствующую фактуру речи, её вид/жанр; свойства аудитории и личности самого ратора составляют категорию риторического этоса и непосредственно влияют на содержание пафоса.

Замысел и намерения ратора в процессе коммуникации

Замысел ратора связан с его намерениями в отношении изменений существующих условий окружающей действительности или принесения нового в эти условия. Реализация намерений ратора зависит от отношения к его предложению и присоединения к нему аудитории в ходе диалога. Целевая установка, направленная на достижение

согласия аудитории с предложением ратора, выражается в пафосе как риторическом императиве речи.

Рассматривая виды риторического пафоса с точки зрения замысла будущего действия и императива речи, мы основываемся на положениях теории диалога Ю. В. Рождественского, в соответствии с которой виды пафоса могут быть охарактеризованы исходя из целенаправленности, интенсивности и содержательности диалога [Рождественский 2004].

Минимальный диалог, состоящий из двух реплик-монологов, осуществляющийся при минимальном наращении смысла и имеющий целью конкретное практическое действие, например, вопрос-ответ, доклад-команда (действие), – характеризуется *пафосом деловитости*.

Неминимальному диалогу, состоящему из более чем двух реплик-монологов и проводимому с целью наращения информации, необходимой для принятия решения, свойственен пафос формирования намерения или *пафос решимости*.

Продолженным диалогам, в которых в определенной последовательности сочетаются монологическая речь ратора и обмен репликами ратора и аудитории, целью которых является образование, информирование или изменение духовного состояния аудитории, присущ *пафос формирования человека*. Так в основе пафоса диалогов обучения лежит замысел привести человека к норме знания; пафос пропаганды/информирования имеет в своей основе замысел изменить поведение человека путем сообщения ему новой информации; пафос диалогов воспитания основан на замысле подвигнуть человека к самооценке своего духовного состояния и поступков.

Обучение в сочетании с информированием характеризуется *пафосом назидания*, который в своей основе имеет намерение сообщить аудитории сведения о нормах знания и нормах поведения, и *пафосом формирования навыков*. Диалогам, в которых сочетаются воспитание и информирование, свойственен *пафос ориентирования в жизни*.

Соединение пафоса деловитости, пафоса решимости и пафоса формирования человека образует, с одной стороны, *пафос успеха* диалога, основанный на замысле достижения общего успеха диалога

и лиц, участвующих в нем, и, с другой, – *пафос лидерства*, как пафос успеха лица, ведущего диалог.

Пафос лидерства состоит из гармоничного сочетания пафосов различного плана. Так пафос деловитости объединяет в себе *коммуникабельность* как умение и стремление входить в диалог, *проницательность* как умение ставить вопросы и *дружественность* как намерение и способность сохранять отношения.

Пафос решимости формируется из *пафоса возражения-утверждения*, в основе которого лежит умение и намерение при необходимости выражать несогласие и формулировать свою позицию, и *пафоса волевого решения*, который характерен для диалогов, содержащих недостаточную для принятия логически обоснованных решений информацию, и основан на намерениях, сформированных благодаря убежденности, нравственным принципам и дисциплине.

Главной составляющей пафоса лидерства является пафос формирования человека, который требует сочетания всех видов пафосов: решимости, основанной на нравственности; умению работать с возражениями и доходчиво формулировать утверждения; проницательности, коммуникабельности и дружественности; назидания, обучения навыкам и ориентирования в жизни с терпением и терпимостью, а также искренней заинтересованностью в успехе диалога и аудитории.

Как было отмечено выше в отношении пафоса решимости, он связан с ситуацией диалога, которая может характеризоваться достаточностью или недостаточностью информации для принятия решения и реализации замысла. Полнота или неполнота обсуждаемого в диалоге содержания, фактов, образов или мыслей относится к сути *пафоса содержательности*, который заключается в выявлении составляющих проблемы или факторов, влияющих на её формирование, и творческом обобщении всей совокупности этих факторов для принятия решения и реализации намерений при эффективном – с необходимым и достаточным минимумом реплик в диалоге – обсуждении.

С точки зрения замысла в отношении состояния имеющей место системы того или иного социума и условий, в которых она существует, различаются *пафос устойчивости* или пафос управления,

т. е. постоянного созидания и поддержания системы и *пафос развития стиля*, в основе замысла которого изменение структуры системы, критика порядка управления и формирование новых сторон понимания действительности. «Сочетание пафоса управления и пафоса развития стиля составляет то, что является динамикой общественной мысли, выраженной в диалоге» [Рождественский 2004].

Основные виды риторического пафоса следующим образом соотносятся с видами речи: пафос управления характерен для устной речи, письменной речи и массовой коммуникации; пафос развития стиля свойственен всем видам речи, всем уровням и частям общества; пафос знания присущ фольклору, сочинениям, информатике; пафос формирования намерений – судебной, показательной и совещательной речи; пафос формирования человека – проповеди, учебной речи, пропаганде.

Условия этоса подразумевают существование определенных, зачастую различных, взглядов, мнений, позиций участников диалога в отношении предмета обсуждения, в том числе, ситуаций несогласия или спора. Противоречия по вопросу приемлемости выдвигаемого ритором предложения, возникающие в ходе диалога ратора и аудитории или ратора и его оппонента, вызывают необходимость преодоления этих противоречий или поиска иных путей реализации замысла в данной аудитории. Интенция ратора в отношении выбора способов реакции на несогласие с его предложением выражается в речи в том или ином виде пафоса.

Ю. В. Рождественский пишет: «В процессе любого диалога <...> существуют три основных направления пафоса: диалектический, эристический и софистический. Только некоторые виды речи воспрещают этически эристический и софистический пафос» [Рождественский 2004].

Диалектический пафос характерен для речи, целью которой является поиск объективной истины или взаимоприемлемого решения путем обмена мнениями и развитие диалога при уважительном отношении к позиции оппонента.

Эристический пафос свойственен речи, в основе замысла которой лежит намерение любыми средствами утвердить свой интерес, свое

право на поступок и оставить за собой окончательное суждение, пренебрегая интересами и мнением оппонента.

Софистический пафос присутствует в речи тогда, когда целью является, создавая видимость поиска истины и тем самым вводя оппонента в обман, добиться выигрыша в споре, утвердить свой интерес, решить дело в свою пользу или угодить [Рождественский 2004].

Эристические уловки, по Ю. В. Рождественскому, могут быть классифицированы как фигуры речи-мысли, реализованные, чтобы либо увести обсуждение от неудобной темы; либо уничтожить предмет обсуждения, нарушая условия его смысловой целостности; либо изменить модальность, отношение к теме обсуждения; либо уничтожить позицию оппонента, разорвать с ним речевой контакт, сохраняя при этом связь с аудиторией [Рождественский 2004].

Софизмы, как указывает С. И. Поварнин, представляют собой намеренные ошибки в доказательствах. «Сколько есть видов ошибок, – пишет ученый, – столько видов и софизмов», и главное отличие софизма от ошибки – намеренное включение такой «ошибки» в аргументацию «в надежде, что противник не заметит». Софизмы могут выражаться, например, в отступлении от тезиса и от задачи спора, подмене спора из-за тезиса спором из-за доказательства, переводе спора на противоречия в аргументации противника, изменении тезиса, ложных, субъективных или произвольных доводах, мнимых доказательствах и т. д. [Поварнин 1993]

Ю. В. Рождественский выделяет следующие основные признаки софизмов как категории речи-мысли: смешение понятий благодаря полисемии; подмена объемов содержания понятия; неопределенность содержания понятия; недостаточно выраженная презумпция (предварительного условия) о содержании понятия [Рождественский 2004].

Пафос, имеющий в основе замысла преследование выгоды или победу в споре, не запрещается в риторике до тех пор, пока он этически допустим.

Этически недопустимыми считаются: 1) фальсификация – суждения с подменой источника информации; 2) диффамация – суждения с оскорбительным смыслом для людей; 3) ложь и введение в заблуждение – суждения, содержащие неверное освещение событий,

т. е. искажение фактов; 3) наглость – нарушение речевого общения и его правил.

Диалектический пафос допустим во всех видах речи. Софистический и эристический виды пафоса запрещены в таких видах речи, как проповедь, учебная речь, научная литература [Рождественский 2004]. Диалектическая аргументация является основной для риторики как речевой деятельности, имеющей целью поиск истины и убеждение в правильности высказываемого положения при возможности существования противоречий в процессе развития диалога. Данному виду аргументации противопоставляется аргументация догматическая, характерная в частности для научной теории или богословия и исходящая из положений, которые не требуют доказательств, не вызывают противоречий и всеми участниками диалога «считаются самоочевидными и универсальными» [Волков 2016].

Способы построения аргументов, наличие или отсутствие в речи софизмов и эристических уловок, их этическая допустимость, тактика ответных мер на уловки, если таковые применяются оппонентом, а также уместность и приемлемость выбранного типа аргументации в данной аудитории являются принципиальным моментом характеристики логоса образа ратора в его непосредственной связи с этосом и пафосом.

Эмоциональное воздействие как часть замысла ратора

Еще античные мыслители отводили первостепенную роль эмоциональной убедительности речи, утверждая преимущества средств эмоционального воздействия по сравнению с логическими.

В соответствии со своим замыслом и в зависимости от состава и характера аудитории ритор стремится вызвать у слушателей определенные эмоции, заставить их испытать некоторые чувства, что должно привести аудиторию к толкованию речи в нужном ратору смысле и к согласию в реализации его намерений.

М. В. Ломоносов в «Кратком руководстве к красноречию» среди основных чувств, к которым чаще всего обращаются риторы, выделяет радость, любовь, надежду, милосердие, честь и противоположные

им печаль, ненависть, гнев, отчаяние, зависть. Ученый отмечал, что при эмоциональном воздействии на аудиторию необходимо учитывать три фактора: состояние самого ратора, состояние слушателей и воздействующую силу красноречия [Аннушкин 2002].

М. М. Сперанский, Н. Ф. Кошанский и другие классики риторической науки свидетельствуют о том, что в отечественной традиции убедительным может быть тот ритор, который сам эмоционально вовлечен и увлечен той идеей, тем делом, которое он предлагает аудитории, и может передать свою увлеченность аудитории, создав в ней соответствующую эмоцию [Аннушкин 2002].

Ю. В. Рождественский указывает на то, что из всего спектра человеческих эмоций, вызываемых и выражаемых различными семиотическими и несيميотическими средствами, речевые эмоции выделяются тем, что они ограничены выразительными возможностями языка.

Речевыми средствами создания эмоций являются: сам факт речевого контакта; ритм, тембр, интонация, динамика речи (темп и громкость), модальность речи, предметное значение лексики; соответствие речи этосу; образное и логическое построение речи; коннотативный смысл речи.

Данными речевыми средствами могут вызываться определенные эмоции: любви или ненависти, волнения или покоя, сострадания или страха, любопытства или равнодушия, а также наводиться эмоции, связанные с той или иной стороной переживаний человека: этической – чувство должного и не должного, эстетической – чувство прекрасного и безобразного, рациональной – чувство удовлетворенности и неудовлетворенности, физиологической – чувство удовольствия или отвращения.

Состав речевых эмоций обусловлен задачами ратора, который комбинирует эмоции в речи, «как бы окрашивая речь для слушающего в определенные тона», и искусно варьирует распределение «эмоциональных красок» по тексту словесного произведения, «чем и образует красноречие» [Рождественский 2004].

От того, насколько ратору удалось прочувствовать состояние аудитории и избрать верное направление эмоционального речевого воздействия на нее, в значительной мере зависит реализация его

замысла и достижение поставленной цели. Цицерон писал: «Кому, например, неизвестно, что высшая сила оратора – в том, чтобы воспламенять сердца людей гневом, или ненавистью, или скорбью, а от этих порывов вновь обращаться к кротости и жалости? Но достичь этого красноречием может только тот, кто глубоко познал человеческую природу, человеческую душу и причины, заставляющие ее вспыхивать и успокаиваться».

Исследование пафоса образа ратора конкретной языковой личности

В своем исследовании, посвященном изучению образа современного русского ратора на материале публичных речей конкретной языковой личности, мы рассматривали публичную речевую деятельность Патриарха Московского и всея Руси Кирилла. Исследованный материал всех выступлений Патриарха, имевших место в течение одного календарного года (2014), позволил нам выделить пять основных видов речи и, соответственно, пять составляющих единого риторического образа Предстоятеля: 1) проповеди – образ проповедника-духовного пастыря; 2) напутствия – образ наставника священнослужителей-архиереев; 3) обращения общецерковные – образ руководителя церковной организации; 4) обращения к общественности – образ общественного деятеля; 5) выступления в СМИ – медийный образ миссионера. Во всех выделенных видах речи нами были определены особенности этоса, пафоса и логоса.

Главный пафос проповедей Патриарха – пафос формирования человека, в основе которого лежит замысел утверждения истин веры, духовного просвещения и приведения человека к норме знания, данного в Откровении Священного Писания и Священного Предания Церкви, намерение побудить человека изменить свое поведение путем сообщения ему и объяснения норм высшего нравственного закона, суть которого отражена в евангельском послании, а также стремление подвигнуть человека к оценке своего духовного состояния, испытанию своей души, осмыслению и анализу своей внутренней жизни.

Наряду с пафосом формирования человека для проповедей Патриарха характерен пафос поддержания устойчивости, который

выражается в стремлении побудить человека к сохранению веры, системы традиционных духовно-нравственных ценностей и духовного единства членов Церкви, в частности, на пространстве «исторической Руси» и в мире. Важным аспектом пафоса проповеди Патриарха является соединение в содержании вопросов веры и духовности с актуальными проблемами современности и призыв к каждому человеку соотносить свои действия в реальной повседневной частной и общественной жизни с евангельскими истинами. Пафос проповедей Патриарха характеризуется эмоциональностью содержания и стремлением разделить собственные чувства со слушателями, вызвав у них ответные эмоции.

Характерным признаком напутственной речи Патриарха является сочетание пафоса лидерства и пафоса формирования человека, в основе которого – назидание и ориентирование новорукоположенного архиерея в предстоящем служении. Основополагающий императив речи – дать Первосвятительские наставления Патриарха как Главы Церкви новопоставленному архиерею и сообщить ему о главных приоритетах будущей деятельности. Возвышенный эмоциональный пафос напутственной речи характеризуется стремлением передать глубину внутренних чувств в отношении высокого призвания и не менее высокой ответственности архиерейского служения.

Основной пафос общецерковных обращений Патриарха – пафос лидерства, главным компонентом которого является пафос формирования человека, заключающий в себе замысел утверждения истин веры и духовного просвещения как главную цель деятельности Церкви. С точки зрения руководства церковной организацией в речи сочетаются пафос управления, связанный с поддержанием эффективно функционирующих структур, и пафос развития, в основе замысла которого изменение существующих условий, требующих усовершенствования, и формирование новых элементов в церковных структурах. Пафос управления и пафос развития непосредственно связаны с пафосом решительности, а также с пафосом формирования намерений, направленных на осуществление замысла в конкретных будущих действиях. Эмоциональный пафос обращения характеризуется намерением разделить с аудиторией чувство важности предпринимаемых

действий и предлагаемых инициатив, чувство неудовлетворенности тем положением дел, которое имело или имеет место и требует усовершенствования, а также чувства удовлетворенности и радости от успешно реализованных замыслов.

Главный пафос обращений Патриарха к общественности, на наш взгляд, был выражен Предстоятелем в выступлении на встрече с участниками VI Международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово»: «Задача Церкви одна и та же на протяжении тысячелетий, и, верим, что она сохранится неизменной до скончания века. Церковь призвана продолжать служение Господа Иисуса Христа, свидетельствовать о Божественной истине, вести людей ко спасению, и другой цели у Церкви нет. Все остальное, что мы делаем, – социальная работа, участие в политическом диалоге, работа с информацией и в сфере массовой информации – осуществляется Церковью лишь настолько, насколько она служит делу человеческого спасения» [Патриарх Кирилл 2014]. Следовательно, основополагающий пафос обращений – пафос формирования человека, который непосредственно связан с пафосом поддержания устойчивости, выражающимся в стремлении побудить человека к сохранению веры, системы традиционных духовно-нравственных ценностей, духовного единства, национального самосознания. Для обращений Патриарха к общественности также характерен пафос лидерства, который заключается в сочетании пафоса управления, пафоса развития и пафоса решительности, выражающихся в реализации конкретных общественно значимых проектов в области культуры, образования, воспитания, укрепления семейных ценностей и т.д., инициируемых Русской Православной Церковью во главе с Предстоятелем и направленных на решение важнейших задач, составляющих миссию Церкви.

Эмоциональный пафос обращений Патриарха преимущественно связан с этической стороной переживаний человека – эмоциями должного и недолжного, а также рациональной стороной – эмоциями удовлетворенности и неудовлетворенности и направлен на то, чтобы разделить чувства по отношению к предмету речи с аудиторией, вызвав в ней ответные эмоциональные переживания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были представлены наиболее значимые характеристики и принципы исследования риторического пафоса, основу которого составляет замысел ратора, связанный с намерениями ратора в отношении изменений существующих условий окружающей действительности или привнесения нового в эти условия; приведена краткая систематизация видов пафоса; было особо отмечено, что важную роль для характеристики замысла играет интенция ратора в отношении способов преодоления существующих в диалоге противоречий; как составляющая пафоса рассмотрена направленность эмоционального воздействия речи, в частности, используемые ритором речевые средства для создания тех или иных эмоций в аудитории.

В качестве иллюстрации приведены некоторые выводы исследования того, как реализуется данная категория в процессе коммуникации конкретного речедеятеля – Патриарха Московского и всея Руси – с его аудиторией. Так ключевым пафосом всех публичных речей Патриарха можно назвать пафос формирования человека, в основе которого лежит замысел утверждения истин веры, духовного просвещения, сочетающийся с пафосом поддержания устойчивости, который выражается в стремлении побудить человека к сохранению веры, системы традиционных духовно-нравственных ценностей, духовного единства, национального самосознания, пафосом лидерства, а также пафосом назидания (в напутственных речах) и пафосом управления, развития и решительности в отношении существующих внутриконфессиональных и социальных проблем (в обращениях общецерковных, обращениях к общественности). Важным аспектом пафоса является соединение вопросов веры и духовности с актуальными проблемами современности. Речи Патриарха отличаются высокой эмоциональностью содержания. Пафос эмоционального воздействия речей Предстоятеля отличается разнообразием и выражает стремление разделить собственные чувства со слушателями, вызвав у них ответные эмоции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* История русской риторики. Хрестоматия. М., 2002. 416 с.
- Аннушкин В. И.* Логос. Пафос. Этос / Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск, 2012. С. 311–312.
- Аристотель.* Риторика. Античные риторики / под ред. А. А. Тахо-Годи. М., 1978. 352 с.
- Волков А. А.* Курс русской риторики. М., 2001. С. 67.
- Волков А. А.* Теория риторической аргументации. Образ ратора. [Электронный ресурс] Образовательный портал СЛОВО. URL: <http://www.portal-slovo.ru/philology/46959.php>; <http://www.portal-slovo.ru/philology/37425.php> (дата обращения: 21.01.2016)
- Патриарх Кирилл.* Выступление на встрече с участниками VI Международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово» 25.09.2014 [Электронный ресурс] <http://www.patriarchia.ru/db/text/3760321.html>; <http://www.patriarchia.ru/db/text/3760219.html> (дата обращения: 21.01.2016)
- Поварнин С. И.* Искусство спора. О теории и практике спора. М., 1993. С. 64–94.
- Рождественский Ю. В.* Принципы современной риторики. М., 2005. 176 с.
- Рождественский Ю. В.* Теория риторики. М., 2004. 512 с.
- Смолененкова В. В.* Риторическая критика как филологический анализ публичной аргументации. Дисс. канд. филол. наук. МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. С. 107–112.
- Цицерон М. Т.* Три трактата об ораторском искусстве / Под ред. М. Л. Гаспарова. М., 1994. 475 с.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Istoriya russkoi ritoriki. Khrestomatiya. M., 2002. 416 s.
- Annushkin V. I.* Logos. Pafos. Etos / Effektivnoe rechevoe obschchenie (bazovye kompetentsii): slovar'-spravochnik pod red. A. P. Skovorodnikova. Krasnoyarsk, 2012. S. 311–312.
- Aristotel'.* Ritorika. Antichnye ritoriki / pod red. A. A. Takho-Godi. M., 1978. 352 s.
- Volkov A. A.* Kurs russkoi ritoriki. M., 2001. S. 67.
- Volkov A. A.* Teoriya ritoricheskoi argumentatsii. Obraz ritora. [Elektronnyi resurs] Obrazovatel'nyi portal SLOVO. URL: <http://www.portal-slovo.ru/philology/46959.php>; <http://www.portal-slovo.ru/philology/37425.php> (data obrashcheniya: 21.01.2016)

- Patriarkh Kirill.* Vystuplenie na vstreche s uchastnikami VI Mezhdunarodnogo festivalya pravoslavnykh SMI «Vera i slovo» 25.09.2014 [Elektronnyi resurs] <http://www.patriarchia.ru/db/text/3760321.html>; <http://www.patriarchia.ru/db/text/3760219.html> (data obrashcheniya: 21.01.2016)
- Povarnin S. I.* Iskusstvo spora. O teorii i praktike spora. M., 1993. S. 64–94.
- Rozhdestvenskii Yu. V.* Printsipy sovremennoi ritoriki. M., 2005. 176 s.
- Rozhdestvenskii Yu. V.* Teoriya ritoriki. M., 2004. 512 s.
- Smolonenkova V. V.* Ritoricheskaya kritika kak filologicheskii analiz publichnoi argumentatsii. Diss. kand. filol. nauk. MGU im. M. V. Lomonosova, 2005. С. 107–112.
- Tsitseron M. T.* Tri traktata ob oratorskom iskusstve / Pod red. M. L. Gasparova. M., 1994. 475 s.

УДК

Каверина Валерия Витальевна

доктор филологических наук, доцент

доцент Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова

kaverina1@yandex.ru

РИТОРИКА ТРОПОВ Ф. НИЦШЕ И СОВРЕМЕННАЯ ЛЕКСИКОГРАФИЯ

В статье проблемы современной лексикографии рассмотрены в зеркале риторической теории Ф. Ницше. Для нас представляет интерес тезис Ницше о принципиальной метафоричности языка и связанная с ним мысль об отсутствии противопоставления между прямым и переносным значениями. Данная концепция находит отражение в построении словарных статей в толковых и академических словарях XX–XXI вв. На материале «Толкового словаря русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова 1935–1940 гг., «Словаря русского языка» С. И. Ожегова (изд. с 1949 по 1970 гг.), четырехтомного «Словаря русского языка» 1981–1984 гг. под ред. А. П. Евгеньевой и «Большого академического словаря русского языка» 2004–(издание продолжается) сделаны выводы о неясности критериев разграничения прямого и переносного значений и порядка следования значений в словарной статье.

Ключевые слова: риторика тропов Ницше; метафоричность языка; прямое и переносное значение; структура словарной статьи.

Kaverina Valeria Vitalevna

Doctor of Philology Science, Associate Professor

Associate Professor of Moscow State University named after M. V. Lomonosov

kaverina1@yandex.ru

F. NITZSCHE'S RHETORIC OF TROPES AND MODERN LEXICOGRAPHY

The article deals with the problems of modern lexicography in the light of F. Nietzsche's theory rhetoric. Of interest to us is Nietzsche's thesis on the fundamental metaphor of language and the related idea that there is no opposition between direct and figurative meanings. This view is reflected in the construction of vocabulary entries in explanatory and academic dictionaries of the 20th – 21st centuries. The analysis of the Explanatory Dictionary of the Russian Language, ed. by D. N. Ushakov 1935–1940., S. I. Ozhegov's Dictionary of the Russian language (ed. from 1949 to 1970), the four-volume Dictionary of the Russian language ed. by A.P. Evgenieva 1981–1984 and the Big Academic Dictionary of

the Russian Language (2004) enabled us to make conclusions as to the order of meanings in a dictionary entry as well as the ambiguity of criteria used to distinguish between direct and figurative meanings.

Keywords: Nietzsche's rhetoric of tropes; metaphorical language; direct and figurative meaning; structure of a dictionary entry.

ВВЕДЕНИЕ

Риторика Ф. Ницше была незаслуженно забыта. Тому причины как научного, так и иного характера. Однако в ницшеанских концепциях тропов есть много такого, что можно и должно изучать в наше время. Согласимся с тем, что «рассмотрение теории риторики Ницше, какой бы маргинальной она ни была, по крайней мере кажется многообещающим» [Ман 1999: 64], и посмотрим с этой позиции на проблемы современной лексикографии.

Риторическая концепция Ницше Риторичность языка

Впервые Ницше обратился к риторике при чтении курса в 1872–1873 гг., и впоследствии были опубликованы отрывки из заметок к этому курсу. Философ рассматривает техники красноречия и убеждения, отделяя их от риторики и полагая, что они производны от первичной теории фигур речи, или тропов. Ницше выделяет три основных вида тропов: метафору, метонимию и синекдоху. По мнению автора, красноречие и стиль – формы применения фигур, производные от их теории: «Нет разницы между верными правилами красноречия [Rede] и так называемыми риторическими фигурами. На самом деле все, что обобщенно называется красноречием, – это фигуральный язык» [Цит. по: Ман 1999: 64].

Понятие «фигурального» активно развивается философом. Так, «фигуральное значение», производное от буквального, он отрицает, как и эстетическую функцию тропов. Напротив, «фигуральная структура» характеризует язык в целом, а не как один из многих лингвистических модусов. В результате Ницше приходит к выводу о том, что троп – лингвистическая парадигма, а не особая форма языка: «Несложно продемонстрировать, что те средства сознательного иску-

ства, которые называются «риторическими», присутствуют в языке и в его развитии как средства бессознательного искусства. Мы можем пойти настолько далеко, что скажем, что риторика – это расширение [Fortbildung] применения вкрапленных в язык приспособлений при ясном свете разума. Нет никакого не-риторического, «естественного» языка, который можно было бы использовать как исходную точку: сам по себе язык – это результат риторических трюков и приспособлений... Язык риторичен, ибо он стремится передавать только доха (мнение), а не episteme (истину)... Тропы – это не что-то такое, что можно по желанию добавлять к языку или отнимать у языка; они – его истиннейшая природа. Нет никакого собственного значения, о нем можно говорить только в некоторых особых случаях» [Цит. по: Ман 1999: 64]. Таким образом, Ницше утверждает парадигматичность риторической структуры языка в ущерб структуре, представляющей или выражающей собственное значение. Уделяя большое внимание теории тропов, Ницше заявляет о намерении создать вслед за тем их таксономию, включающую катахрезу, аллегория, иронию, металепсис и т. д.

Проблемы языка Ницше поднимает и на более позднем этапе творчества. В отрывке 1888 года, известном как «Воля к власти», философ рассуждает: «Внутренний опыт» выступает в нашем сознании лишь после того, как он найдет себе словесную форму для своего выражения, понятную для индивида, т. е. перевод некоторого состояния на языке более знакомых ему состояний; «понять» значит, с наивной точки зрения только: иметь возможность выразить нечто новое на языке чего-то старого, знакомого» [Ницше 1994: 223]. «Языком» здесь называют среду, в которой имеет место описанная в отрывке игра обращений и подстановок – именно так Ницше определяет риторическую фигуру, парадигму всего языка.

Метонимия как металепсис и гипаллага

В курсе риторики Ницше дает дефиницию метонимии как «обмена или подстановки причины на место действия» [Цит. по: Ман 1999: 66], сужая ее понятие до металепсиса. Напомним, что металепсис – это «разновидность метонимии, замены одного слова другим, которое выступает как эмблема заменяемого (Гефест вместо огонь);

одновременно это и уподобление. Между переносимыми понятиями должна существовать некоторая средняя ступень, сама по себе ничего не значащая, но подготовляющая переход. М. делает переход плавным, не бросающимся в глаза; тем самым не возникает впечатление дисгармонии» [Теория литературы... URL]. Ницше пишет: «Хронологическое извращение: причина появляется в сознании позднее, чем действие. Мы узнали, что боль проецируется в известное место тела, хотя и не имеет там своего пребывания; мы узнали, что ощущение, которое наивно предполагалось обусловленным внешним миром, скорее обусловлено миром внутренним; что истинное воздействие внешнего мира протекает собственно всегда бессознательно... Та часть внешнего мира, которая отражается в нашем сознании, является порождением того действия, которое производится на нас извне и лишь затем проецируется как его «причина»... [Ницше 1994: 222]. Весь этот процесс подстановки и обращения Ницше считает лингвистическим. Отрывок завершается словами: «Внутренний опыт» выступает в нашем сознании лишь после того, как он найдет себе словесную форму для своего выражения, понятную для индивида, т. е. перевод некоторого состояния на языке более знакомых ему состояний; «понять» значит, с наивной точки зрения только: иметь возможность выразить нечто новое на языке чего-то старого, знакомого» [Ницше 1994: 223]. П. де Ман комментирует данное рассуждение: «Языком» здесь называют среду, в которой имеет место описанная в отрывке игра обращений и подстановок. Этот посредник, это свойство быть языком, тем самым открывает возможность менять местами полюса бинарных полярностей, ставить «прежде» вместо «после», «раньше» вместо «позже», «вовне» вместо «внутри», «причину» вместо «действия», не учитывая истинностную ценность этих структур. Но именно так Ницше определяет риторическую фигуру, парадигму всего языка» [Ман 1999: 65–66].

Метонимия характеризуется Ницше и в следующем рассуждении: «Абстрактные существительные – это свойства внутри и вовне нас, оторванные от своих основ и рассматриваемые как автономные сущие... Такие понятия, которые обязаны своим существованием только нашим чувствам, положены так, как если бы они были внутренней

сущностью вещей: мы приписываем событиям причину, которая на самом деле только действие. Абстракции создают иллюзию того, что они – сущее, вызывающее свойства, тогда как они получают свое объективное образное существование [bildliches Dasein] только от нас, только как следствие самих этих свойств» [Цит. по: Ман 1999: 66]. В данном рассуждении метонимия выступает уже как гипаллага – «стилистическая фигура, состоящая «в переносе элемента одной синтаксической группы в другую, с ней смежную» [Никитина, Васильева 1996: 62], в результате чего возникает «перемена логической связи между понятиями в предложении» [Горте 2007: 57]. Напр.: Тебя за щекой, как денежку, / Серебряно сберегу (А. Вознесенский). Ср.: Тебя сберегу, как серебряную денежку за щекой; Но мы уже не в силах ждать. / И нас ведёт через траншеи / Окоченевшая вражда, / Штыком дырявящая шеи (С. Гудзенко). Ср.: И нас, окоченевших, ведёт через траншеи вражда...; Царь грозной Руси (заголовок книги В. Шамбарова). Ср.: Грозный царь Руси» [Гипаллага URL].

Сначала Ницше называет метонимию прототипом всего фигурального языка, а затем описывает феноменализм сознания – метафизическую конструкцию, подверженную деконструкции, коль скоро известна ее лингвистическая, риторическая структура. Это риторическая модель тропа или, если угодно, литература как язык, явственнее всего обоснованный риторикой. Именно поэтому П. де Ман утверждает, что «вопрос о возможности бегства из капкана риторики за счет признания риторичности языка, – это главный вопрос «Philosophenbuch» и ее единственного завершённого отрывка, эссе «Об истине и лжи во вненравственном смысле» [Ман 1999: 67]. В данном эссе отличительной особенностью языка названо неизбежное извращение истины риторикой. «Что есть истина?» – спрашивает Ницше и отвечает: «Движущаяся толпа метафор, метонимий, антропоморфизмов – короче, сумма человеческих отношений, которые были возвышены, перенесены и украшены поэзией и риторикой и после долгого употребления кажутся людям каноническими и обязательными: истины – иллюзии, о которых позабыли, что они такое; метафоры, которые уже истрепались и стали чувственно бессильными; монеты, на которых стерлось изображение и на которые уже смотрят не как на монеты, а как на металл» [Ницше 1912: 398].

Метафоричность языка и истины

Ницше утверждает идею принципиальной риторичности языка и метафоричности всех человеческих истин. Осознавая значение языка и риторики для философии и науки, он утверждает, что эстетическое измерение является фундаментом философского познания, где центральное место занимает метафора. Метафора у Ницше – образец особого языкового поведения, на котором основывается возможность описания мира и его познания.

Тропы и, в частности, метафора – истинная природа языка. Нет никакого собственного значения, о нем можно говорить только в некоторых особых случаях. Такое положение вещей возможно потому, что основой знания является человек, а не бытие. П. де Ман раскрывает суть эгоцентризма Ницше: «Превращение отрицающего «я» языка в центр лингвистически спасает «я» в то самое время, когда утверждается отсутствие смысла и пустота «я» как простой фигуры речи. «Я» может оставаться «я», только переместившись в отрицающий его текст. «Я», первоначально центр языка, его эмпирический референт, теперь становится языком центра, вымыслом, метафорой «я». Первоначально простой референциальный текст теперь становится текстом текста, фигурой фигуры. Деконструкция «я» как метафоры не заканчивается строгим разделением двух категорий («я» и фигура), но вместо того приводит к обмену свойствами, позволяющему взаимно сохранить их, пожертвовав буквальной истиной» [Ман 1999: 67].

Картина мира является не чем иным, как «умноженным отпечатком одного первообраза-человека» [Ницше 1912: 400]. Все истины представляют собой перенос свойств субъекта на мир, и общепризнанные истины нашей культуры, в силу сказанного, представляют собой метафоры, превратившиеся в конвенции, метафоричность которых прочно забылась. «В этой ложной буквальности как раз и забывается риторическое, символическое качество всего языка. Вырождение метафоры в буквальное значение не осуждается, поскольку это не столько забвение истины, сколько забвение не-истины, лжи, которой, в первую очередь, метафора и была. Наивно верить в собственный смысл метафоры, не ведая о проблематичной природе ее фактического, референциального основания», – поясняет П. де Ман [Ман 1999: 67].

Метафорическая истина возникает из возможности различных интерпретаций любого явления, что отражается в многозначности метафоры: «“Вещь в себе” (ею была бы именно чистая беспоследственная истина) совершенно недостижима... для творца языка и в его глазах совершенно не заслуживает того, чтобы ее искать. Он обозначает только отношение вещей к людям и для выражения их пользуется самыми смелыми метафорами. Возбуждение нерва становится изображением! Первая метафора. Изображение становится звуком! Вторая метафора. И каждый раз полный прыжок совершенно в другую и чуждую область...» [Ницше 1912: 396] Данный фрагмент представляет различные варианты понимания метафоры философом: превращение нервного возбуждения в образ, перевод образа в звук, перенесение внутреннего опыта в сферу объективного.

Подобное расширенное понимание метафоры не исключает активное использование Ницше данного тропа в его основной функции – функции эмоционального воздействия, как, например, в работе «Так говорил Заратустра», которая определяется как *метафора в метафоре*. «Все произведение – это миф, аллегория, развернутая метафора странствий Заратустры; кроме того, в своих проповедях ницшевский Заратустра и сам постоянно использует метафоры, смелые сравнения, яркие образы. Таким образом, возникает новая сторона в функционировании философской метафоры. Когда плотность метафор достигает уровня, при котором отдельные метафоры смыкаются, покрывая все пространство текста, само по себе взаимодействие метафор порождает и генерирует новые смыслы. Метафоры перетекают друг в друга, дополняют друг друга, взаимно высвечивая каждый раз новые грани смыслов», – пишет Е. О. Акишина [Акишина 2009: 16].

Здесь, казалось бы, Ницше входит в противоречие со своим тезисом о принципиальной метафоричности языка и о забвении, стирании его образности. На самом же деле это лишь одна из граней теории метафоры Ницше, у которого есть два измерения языка: первое – формальное, использующееся в повседневной речи и науке, где преобладают врожденные языковые схемы, необоснованно претендующие на замещение структуры мира; – второе поэтическое, использующееся гением для выражения творческого отношения к миру.

Важнейшим отношением между субъектом и объектом является эстетическое отношение, выражаемое метафорой. «Ассоциативность человеческого мышления обнаруживает часто незримые связи между несопоставимыми объектами действительности, создавая при этом новое понятие, вербализованное в языковой системе вторичными номинациями. Продуктивность ассоциативной техники уподобления особенно четко обнаруживается в обозначении и создании неповторимых экспрессивных образов элитарных личностей, позволяющих затем составить представление о ценностных доминантах определенной языковой личности», – поясняет О. С. Макарова [Макарова 2007: 14]. Язык в связи с этим не рассматривается Ницше как адекватное отражение реальности, а видится им как конституирующая, одухотворяющая, поэтическая сила, являющаяся эстетическим фундаментом познания. Этим объясняет философ неискоренимое побуждение человека к созданию метафор. Понятие же является производным от метафоры: «Понятие, сухое и восьмиугольное, как игральная кость и такое же передвижное как она, все же является лишь обломком метафоры» [Ницше 1912: 399]. Такое положение вещей возможно потому, что основой знания у Ницше является человек, а не бытие, а метафоры являются не просто лингвистическим феноменом, но представляют собой процесс, в котором мы сталкиваемся с миром: «Мы думаем, что знаем кое-что о самих вещах, когда говорим о деревьях, красках, снеге и цветах, на самом же деле мы обладаем лишь метафорами вещей, которые не соответствуют их первоначальным сущностям» [Ницше 1912: 396]. Установленная таким путем метафорическая истина представляет собой перспективную истину, бесконечное творческое подражание, в котором границы мира являются подвижными.

Метафоричность языка и её отражение в современной русской лексикографии

Знакомство с новым «Большим академическим словарем» [БАС 2004–] приводит к мысли о нестареющей актуальности идей Ницше в наше время. Мысль о том, что фигуральность есть истинное свойство языка, конечно, реализуется здесь не полностью, а как тенденция, но очень заметная и усилившаяся в последнее время. Приведем

простой пример. В дефиниции А. А. Зализняк указаны слова с переносным значением на основе метафоры: «Внутренней формой э п и д и г м а т и ч е с к о г о типа обладают слова, имеющие «прямое» и «переносное» значение, при условии что исходное значение у данного слова тоже актуально, например: нос (корабля), яблоко (глазное) и т. п., источник («причина»), осел («глупый человек»), ведро, стакан, мешок в значении меры объема и т. п.» [Зализняк 2006: 49]. В новейшем БАС многие названные значения не имеют пометы «переносное», из чего можно сделать вывод о том, что стертые метафоры в концепции составителей формируют еще одно значение многозначного слова. Так, из 7 значений слова *нос*, описанных в БАС на 9 с лишним страницах [БАС 2009: 563–573], ни одно не помечено как переносное, в частности упомянутое А. А. Зализняк значение «передняя часть судна, лодки» [БАС 2009: 572]. Согласно БАС, только прямые значения и у лексемы *ведро*. Несколько сложнее обстоит дело со словом *мешок*, у которого есть здесь переносные значения. На ней и оставим свое внимание.

Рассмотрим словарные статьи «Мешок» в самых авторитетных словарях XX в. – «Толковом словаре русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова 1935–1940 гг., «Словаре русского языка» С. И. Ожегова (изд. с 1949 по 1970 гг.) и четырехтомном «Словаре русского языка» под ред. А. П. Евгеньевой 1981–1984 гг. (Малый академический словарь, МАС).

В словаре Д. Н. Ушакова находим: «МЕШОК, мешка, м. 1. Кусок холста или другой плотной материи, сшитый в форме сумки, служащий для хранения и перевозки сыпучих веществ и разных мелких предметов житейского обихода. Походный мешок. Сложить вещи в мешок. Ссыпать муку в мешок. Таскать мешки. Мешок с картошкой. || Что-н. похожее на такой предмет, широкое, неуклюжее (в сравнениях; разг.). Костюм сидит на нем мешком. 2. Принятая в обиходе и на рынке мера сыпучих тел (разг.). Мешок картошки. 3. перен. О неповоротливом, неуклюжем человеке (разг. фам.). Мешки под глазами (разг.) – отеки под глазами. Золотой (или денежный) мешок (разг.) – богатый человек; богатство, капитал. И золотой мешок, и метит в генералы. Грибоедов» [Ушаков URL].

По сравнению со словарем Ушакова у Ожегова появляются еще два значения: «3. перен. Окружение вражескими войсками. Попасть в м. Быть в мешке. Вырваться из мешка. 4. Вместилище в теле животного, в растении (спец.). Защечный м. Зародышевый м.» [Ожегов URL]. Кроме того, одно значение теряет помету «переносное»: – ‘о неповоротливом, неуклюжем человеке’ [Ожегов URL]. В МАС отмечены те же значения, только здесь они все прямые [МАС URL]. Данное решение представляется нам как раз в духе Ницше, с его идеями о метафоричности языка в целом и отсутствии противопоставления прямого и переносного значений. Однако у Ожегова все-таки отмечено переносное значение – ‘окружение вражескими войсками’, что выявляет нечеткость критериев разграничения прямого и переносного значений в данном словаре.

Посмотрим, как решается данная проблема в новейшем «Большом академическом словаре русского языка» [БАС 2004–]. О принципах толкования слов здесь говорится в статье «Общие сведения о словаре», предваряющей первый том, где представлено понимание переносного значения как «отдельного, самостоятельного значения слова в том случае, если образность, свойственная метафорическому употреблению слова, ощущается говорящими как развитие основного значения слова» [БАС 2004: 12]. Не признается переносным значение, возникшее в результате метонимических смысловых изменений или при «угасшей» метафоре, и в пример приводится как раз один из разбираемых нами случаев – *нос корабля* [БАС 2004: 12]. Кроме того, в словаре выделяются «переносные оттенки прямых значений слов» на основании «близости к прямому значению» [БАС 2004: 12].

Сформулированные критерии представляются нам крайне нестрогими и субъективными. Нам не понятно, чем отличаются примеры переносного значения слова *гибкий* – ‘подходящий для различных условий, обстоятельств и т. п.; легко поддающийся изменениям, преобразованиям’ и переносного оттенка значения слова *внедрять* – ‘заставлять усвоить, запомнить, понять что-л.’ [БАС 2004: 12]. В обоих случаях мы наблюдаем переосмысление конкретного явления как абстрактного. Приведем пример употребления переносного значения слова *гибкий* из словаря: «*Ее гибкий, подвижный ум и свежее*

воображение торжествовали над моим педагогическим бессилием» [БАС 2006: 103]. «И не старайтесь внедрять это в мое сознание» [БАС 2004: 12] – пример употребления слова *внедрять* с переносным оттенком значения. На первый взгляд принципиальной разницы не видно, а формальные черты отличия между данными явлениями не определены.

Обратимся к словарной статье «Мешок» в БАС. Интересующее нас значение здесь представлено под номером 2 и вновь, как и в словаре Д. Н. Ушакова, помечено как переносное: ‘о неповоротливом, нерасторопном, неуклюжем человеке (обычно в функц. сказ.) [БАС 2008: 156]. Напротив, значение ‘полное окружение частей противника’ стало здесь прямым [БАС 2008: 157]. Кроме того, добавилось еще одно переносное, устарелое – ‘об остроге, тюрьме’, которое делится на три подпункта: ‘острог, тюрьма’, ‘тюремная камера’ ‘тесное пространство, окруженное высокими стенами домов и т. п.’ [БАС 2008: 157]. Заметим, что последний оттенок значения вряд ли является устарелым. Свидетельство тому находим во множестве примеров из современных произведений, представленных в НКРЯ. Вот первый из них: «Серый дневной свет падал из окон, за которыми, однако, не было никакого, даже самого убогого вида. Там был только *каменный мешок* – покрытая серой штукатуркой стена примерно в метре от стекла. Так мир выглядит из полуподвала. Странное слово – «полуподвал». [Виктор Пелевин. Бэтман Аполло (2013)]». Даже такой беглый обзор показывает небрежность лексикографического описания слов в БАС 2004–.

Рассмотрим еще одну словарную статью многозначного слова – глагола *играть*. В словаре Ушакова описание данной лексемы предельно лаконично: «ИГРАТЬ, играю, играешь, несов. 1. без доп. Развлекаться, забавляться; резвьясь, забавляться. Дети весь день играли в саду. Кошка играет на ковре. || во что и что. Проводить время в каком-н. занятии, служащем для развлечения, доставляющем удовольствие, удовольствие одним только участием в нем. Играть в лапту. Играть в футбол. Играть в карты. Играть в жмурки. Играть в прятки. Одну партию играли целый час. || что. Избрать ближайшей целью игры, брать, захватывать, бить во что-н. (спортивное аргю).

Играть какой-н. шар (в бильярде – бить в него). 2. кого-что и на чем. Исполнять какое-н. музыкальное произведение» [Ушаков URL]. Отметим, что здесь представлено всего два значения, оба прямые, но в первом выделено несколько случаев управления с разными оттенками значения.

Значительно полнее словарная статья данного глагола представлена в словаре Ожегова: здесь описано 8 значений, а в конце дается множество устойчивых сочетаний со словом *играть*. Первое значение почти полностью совпадает с ушаковским: «1. Резвась, развлекаться; забавляться чем-н. Дети играют в саду. Рыба играет в реке (перен.). И. с кем-н. как кошка с мышью (забавляясь, мучить). И. кистями платка (перебирать их)» [Ожегов URL]. В соответствии с принципами организации материала в словаре здесь представлен оттенок значения с переносом в форме примера, хотя для слова *мешок* переносное значение выделено особым пунктом. Не совсем понятно, почему *мешок* ‘окружение вражескими войсками’ представляет собой более самостоятельное значение, чем *играть* в предложении *Рыба играет в реке*.

Значение 2 из словаря Ушакова разделяется здесь на три: «2. во что и на чем. Проводить время в игре (во 2 знач.). И. в куклы. И. в солдатики. И. в прятки, в жмурки. И. в шахматы. И. в футбол. И. на бильярде. 3. что и на чем. Исполнять музыкальное произведение. И. вальс. И. на скрипке. И. первую скрипку (также перен.: занимать руководящее положение в каком-н. деле; разг.). И. на чьих-н. нервах (перен.: намеренно нервировать, раздражать кого-н.). 4. кого-что. Исполнять сценическую роль, пьесу на сцене. И. роль (также перен.: изображать кого-н. или действовать в качестве кого-н.). И. роль Гамлета. И. Хлестакова. И. комедию (также перен.: притворяться, действовать неискренне; неодобр.)» [Ожегов URL]. Здесь также представлены переносные оттенки значений, причем метафоры эти более живые, чем первом случае.

Следующее значение полностью определено как переносное: «5. перен., кем-чем и с кем-чем. Обращаться с кем-чем-н. легкомысленно, как с игрушкой, забавой. И. своей жизнью (понапрасну рисковать). И. (шутить) с огнем (обращаться легкомысленно с чем-н.

опасным). И. людьми (обращаться с ними по своей воле). И. чьими-н. чувствами» [Ожегов URL]. Данное значение достаточно четко обособлено, метафора достаточно стерта, чтобы определить его как независимое. Вместе с тем омертвление метафоры свидетельствует о потере переноса, что не отражено в словаре.

Значения 6 и 7, очевидно, несут следы переноса, но, согласно словарю, уже таковыми не являются: «6. (1 и 2 л. не употр.). О чувствах, состоянии: проявляться, обнаруживать себя каким-н. образом. В глазах играет радость. На лице играет злорадство. 7. (1 и 2 л. не употр.). О музыке: быть, звучать (во 2 знач.). Играет музыка. На плацу играет марш (т. е. звучит марш)» [Ожегов URL]. Последнее значение также является результатом метафорического переноса, что и зафиксировано словарем: «8. (1 и 2 л. не употр.), перен. Существовать, проявляясь с силой, ярко, в движении. Играют волны. Солнце играет на поверхности воды. Играют звезды. В бокале играет вино. На стене играют солнечные зайчики. Молодая кровь играет (о силе чувств)» [Ожегов URL]. Сопоставляя данные значения, заметим, что седьмое является результатом метонимического переноса, что обычно не отражается в словарях, вспомним, что об этом сказано в преамбуле к БАС [БАС 2004: 12]. Значение 6 действительно представляет собой угасшую метафору, что видно в сравнении с сохранившим образность восьмым. Однако и в данном случае неприятно поражает зыбкость и субъективность критериев разграничения прямого и переносного значений.

Еще обширнее словарная статья «Играть» в МАС: здесь выделено 11 значений, в конце дан перечень устойчивых сочетаний с данным глаголом [МАС URL]. Прямые значения ‘забавляться, резвиться, развлекаться’, ‘проводить время в каком-л. занятии, служащем для заполнения досуга, для развлечения и т. п.’, ‘исполнять что-л. на музыкальном инструменте’, ‘участвовать в сценическом представлении, выступать на сцене’ уже встречались у Ожегова, как и переносное ‘относиться к кому-, чему-л. несерьезно, легкомысленно, расправляться по своему произволу’. Однако на первый взгляд может вызвать недоумение последовательность презентации значений. Вопреки обыкновению они располагаются не в порядке убывания их употребительности, а скорее с учетом смысловой близости, стилистических особенностей и особенностей функционирования. Так,

следом за двумя, пожалуй, самыми частотными, следует новое относительно словаря Ожегова значение ‘поводить, двигать из стороны в сторону, вверх и вниз’ с примером: «Так иногда лукавый кот // За мышью крадется с лежанки. // Свернется в ком, хвостом играет, // Разинет когти хитрых лап. Пушкин, Граф Нулин» [MAC URL]. Очевидно, это стертая метафора первого значения.

Четвертое значение – ‘обращаться с каким-л. предметом как с игрушкой: бесцельно вертеть, перебирать, двигать’ – является тоже производным от первого: «Тарас играл чайной ложкой, вертя ее между пальцами. М. Горький, Фома Гордеев» [MAC URL]. Однако они не считаются переносными, в отличие от пятого: «5. перен., кем-чем. Относиться к кому-, чему-л. несерьезно, легкомысленно, распорядиться по своему произволу. [Вера:] Я не дала играть собою – вот все. Тургенев, Где тонко, там и рвется. – Низко и подло играть так людьми! Чехов, Враги» [MAC URL]. Кажется, становится понятен алгоритм построения словарной статьи: производные значения следуют за производящим в порядке убывания употребительности, сначала прямые, затем переносное. Однако следующее значение разрушает эту конструкцию: «6. Легко, без видимых усилий действовать каким-л. инструментом, а также легко идти, двигаться (о самом инструменте). Играть топором [MAC URL]. Это значение прямое, что вместе с перечисленными позволяет сделать выводы о принципах выделения переносных значений, которые в словаре не охарактеризованы: значения реальных действий здесь прямые, переносным названо лишь абстрактное ‘относиться к кому-, чему-л. несерьезно, легкомысленно’. Об этом же свидетельствует и значения 7 и 8: «7. Пениться, кипеть, искриться (о вине и шипучих напитках)... 8. Сверкать, отражаясь в чем-л., от чего-л. (о лучах солнца, о свете и т. п.)» [MAC URL]. Однако нашу гипотезу разрушает значение 9, которое, будучи прямым, описывает эмоции, а не действия: «9. Находиться в деятельном, возбужденном состоянии (о чувстве, мысли, воображении и т. п.). Мороз хрустел и скрипел под санями; покрытые оледенелым инеем ветки деревьев слабо звенели, блистая на луне, как стеклянные. В такое время воображение охотно играет. Тургенев, Два приятеля [MAC URL]. Наконец, почти самые употребительные значения – ‘исполнять что-л. на музыкальном инструменте’ и ‘участвовать в сценическом представ-

лении, выступать на сцене’ – завершают статью, усиливая недоумение от ее структуры [MAC URL].

Незначительно отличается от MAC новейший БАС, где описание глагола *играть* занимает 6 больших страниц [БАС 2007: 26–31] и, так же как в MAC, непоследовательно. Заметным дополнением является второе значение: «Покупать-продавать ценные бумаги с целью получения прибыли за счет курсовой разницы. *Играть на рынке ценных бумаг*» [БАС 2007: 27]. Порядок его следования сразу за основным ‘заниматься чем-л. для развлечения, отдыха и т. п.: забавляться, развлекаться’ может быть мотивирован только их тесной смысловой связью, поскольку употребительным второе значение никак быть не может, напротив, оно скорее специальное и должно располагаться ближе к концу словарной статьи. Заметим, что у Ожегова данное значение представлено лишь в устойчивом сочетании: «Играть на бирже – заниматься биржевыми спекуляциями» [Ожегов URL]. Конечно, в последнее время оно значительно актуализировалось, но вряд ли стало общеупотребительным. На третье место с пятого поднимается переносное значение ‘относиться к кому-, чему-л. несерьезно, легкомысленно, распоряжаться по своему произволу’, что также вызывает сомнение в целесообразности. Однако совсем непонятно появление на четвертом месте значения ‘прикидываться, принимать какой-л. вид с целью обмана; притворяться’ с примером: «*Ему все время казалось, что Рогов только играет протачка...*» [БАС 2007: 27]. Очевидно, что данное значение появилось в результате метафорического переноса из пятого – ‘ставить или исполнять на сцене в театре что-л.’ [БАС 2007: 28], и данный порядок следования уже не объясняется ничем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, «риторика тропов» Ф. Ницше выявляет в, казалось бы, не связанных с ней принципах построения словарных статей в современных словарях большую проблему – неопределенность критериев различения прямого и переносного значений слов в современной лексикографии. Помимо этого, порядок следования значений в словарных статьях ничем не обоснован. К сожалению, в новейшем БАС данная проблема остается нерешенной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Акишина Е. О.* Метафора как форма выражения философских идей: автореф. дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.01. Омск, 2009. 20 с.
- Большой академический словарь русского языка: В 30 т. / Под ред. К. С. Горбачевича, А. С. Герда. СПб.: Наука, 2004 – (Издание продолжается).
- Большой академический словарь русского языка: В 30 т. / Под ред. К. С. Горбачевича. Т. 1. СПб.: Наука, 2004. 664 с.
- Большой академический словарь русского языка: В 30 т. / Под ред. К. С. Горбачевича. Т. 4. СПб.: Наука, 2006. 678 с.
- Большой академический словарь русского языка: В 30 т. / Под ред. К. С. Горбачевича. Т. 7. СПб.: Наука, 2007. 730 с.
- Большой академический словарь русского языка: В 30 т. / Под ред. А. С. Герда. Т. 10. СПб.: Наука, 2008. 573 с.
- Большой академический словарь русского языка: В 30 т. / Под ред. А. С. Герда. Т. 12. СПб.: Наука, 2009. 653 с.
- Гиплаллага // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): Словарь-справочник. Электронное издание. / Под редакцией А. П. Сковородникова. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24493510> (дата обращения: 06.12.2019)
- Ман П.* Аллегория чтения: Фигурал. яз. Руссо, Ницше, Рильке и Пруста. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 1999. 367 с.
- Макарова О. С.* Метафора как средство языковой реализации индивидуальной концептосферы Ф. Ницше: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2007. 19 с.
- Ницше Ф.* Полное собрание сочинений. Т. 1: Рождение трагедии. Из посмертных произведений. (1869–1873) / под ред. проф. Ф. Зелинского. М.: Московское книгоиздательство; Т-во скоропеч. А. А. Левенсон, 1912. 412 с.
- Ницше Ф.* Воля к власти: Опыт переоценки всех ценностей. М.: REFL-book, 1994. 352 с.
- Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. М.: Русский язык, 1981–1984. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/small-academic-vocabulary/index.htm> (дата обращения: 06.12.2019)
- Теория литературы: Анализ художественного произведения. Словарь терминов. URL: <http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/docs/3/dictionary.php> (дата обращения: 06.12.2019)

REFERENCES

- Akishina Ye. O. Metafora kak forma vyrazheniya filosofskikh idey: avtoref. diss. ...kand. filos.nauk: 09.00.01. Omsk, 2009. 20 s.*
- Bol'shoy akademicheskiy slovar' russkogo yazyka: V 30 t. / Pod red. K. S. Gorbachevicha, A. S. Gerda. SPb. : Nauka, 2004 – (Izdaniye prodolzhayetsya).
- Bol'shoy akademicheskiy slovar' russkogo yazyka: V 30 t. / Pod red. K. S. Gorbachevicha. T. 1. SPb.: Nauka, 2004. 664 s.
- Bol'shoy akademicheskiy slovar' russkogo yazyka: V 30 t. / Pod red. K. S. Gorbachevicha. T. 4. SPb.: Nauka, 2006. 678 s.
- Bol'shoy akademicheskiy slovar' russkogo yazyka: V 30 t. / Pod red. K. S. Gorbachevicha. T. 7. SPb.: Nauka, 2007. 730 s.
- Bol'shoy akademicheskiy slovar' russkogo yazyka: V 30 t. / Pod red. A. S. Gerda. T. 10. SPb.: Nauka, 2008. 573 s.
- Bol'shoy akademicheskiy slovar' russkogo yazyka: V 30 t. / Pod red. A. S. Gerda. T. 12. SPb.: Nauka, 2009. 653 s.
- Giplallaga // Effektivnoye rechevoye obshcheniye (bazovyye kompetentsii): Slovar'-spravochnik. Elektronnoye izdaniye. / Pod redaktsiyey A. P. Skovorodnikova. Krasnoyarsk : Sibirskiy federal'nyy universitet, 2014 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24493510> (data obrashcheniya: 06.12.2019)
- Man P. Allegoriya chteniya: Figural. yaz. Russo, Nitsshe, Ril'ke i Prusta. Yekaterinburg : Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 1999. 367 s.*
- Makarova O. S. Metafora kak sredstvo yazykovoy realizatsii individual'noy kontseptosfery F. Nitsshe : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2007. 19 s.*
- Nitsshe F. Polnoye sobraniye sochineniy. T. 1: Rozhdeniye tragedii. Iz posmertnykh proizvedeniy. (1869–1873) / pod. red. prof. F. Zelinskogo. M. : Moskovskoye knigoizdatel'stvo; T-vo skoropech. A.A. Levenson, 1912. 1912. 412 s.*
- Nitsshe F. Volya k vlasti: Opyt pereotsenki vsekh tsennostey. M.: REFL-book, 1994. 352 s.*
- Slovar' russkogo yazyka: V 4-kh t. / AN SSSR, In-t rus. yaz.; Pod red. A. P. Yevgen'yevoy. 2-ye izd., ispr. i dop. M.: Russkiy yazyk, 1981–1984. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/small-academic-vocabulary/index.htm> (data obrashcheniya: 06.12.2019)
- Teoriya literatury: Analiz khudozhestvennogo proizvedeniya. Slovar' terminov. URL: <http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/docs/3/dictionary.php> (data obrashcheniya: 06.12.2019)

УДК 316

Климова Галина Леонидовна

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского
им. В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии
galina.klimova@inbox.ru

ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РИТОРИКИ И ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Статья посвящена анализу влияния развития науки, техники, технологии работы с информацией на профессиональную риторiku, информационную культуру, которые имеют в разные периоды свою специфику и свою тенденцию изменения. Особенно это характерно для эпохи становления цифровых технологий и цифровизации коммуникативных процессов. Настоящее время характеризуется появлением и развитием новых форм общения, использованием цифровой риторики, что вносит коррективы в информационную культуру и поведение людей.

Ключевые слова: информационная культура; цифровое развитие; профессиональная риторика; виртуальный, реальный и гибридный миры; цифровая риторика; новые формы общения; клиповое сознание и мышление.

Klimova Galina Leonidovna

PhD of pedagogics, Associate professor,
Associate professor at the Department of foreign languages of the St.
Petersburg V. B. Bobkov branch of the Russian customs Academy
galina.klimova@inbox.ru

TRENDS PROFESSIONAL RHETORIC AND INFORMATION CULTURE IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF COMMUNICATION RELATIONS

The article is devoted to the analysis of the impact of the development of science, technology, technology of work with information on professional rhetoric, information culture, which have in different periods of their specificity and their tendency to change. This is especially true for the era of the formation of digital technologies and digitalization of communication processes. The present time is characterized by the emergence and development of new forms of communication, the use

of digital rhetoric, which makes adjustments to the information culture and behavior of people.

Keywords: Information culture; digital development; professional rhetoric; virtual, real and hybrid worlds; digital rhetoric; new forms of communication; clip consciousness and thinking.

Информация и ее движение (сохранение, передача и применение знаний) всегда были самым ценным ресурсом человечества. Известно, что формы общения, и одна из их составляющих – речь, развиваются вместе с социумом и должны быть ориентированы на будущее. А будущее человечества в определенной степени зависит от технического прогресса, отмечаемого особыми периодами развития [Введение в «Цифровую» экономику 2017]. Каждый такой период развития неизменно сопровождается более или менее существенными изменениями в языке, профессиональной терминологии, информационной культуре.

Информационная культура, как известно, отражает достигнутые уровни организации *информационных процессов* и степень эффективности создания, сбора, хранения, обработки, предоставления и использования *информации*, обеспечивающих целостное видение мира, моделирование мира, предвидение результатов решений, которые принимаются человечеством. Естественно, что на разных ступенях развития науки, техники, технологии работы с информацией информационная культура и профессиональная риторика как ее неотъемлемая составляющая имеют свою специфику и тенденцию развития.

Можно с известной степенью точности утверждать, что перспективное будущее связано с широким применением во всех сферах жизни общества электронных систем и роботов, переходом на цифровую экономику, появлением криптовалюты, использованием цифровых информационно-коммуникационных технологий, направленных на реализацию индивидуальных потребностей человека в условиях виртуально-реального (гибридного) мира. В реальном мире с появлением Интернета начал формироваться новый виртуальный мир, составляющими которого являются форумы, on-lain, компьютерные игры, социальные сети и т. д. Реальный и виртуальный миры образуют

новый гибридный мир. И в скором времени мы не сможем разделить эти миры. Так, наш мобильный телефон хранит множество данных реального мира: номера телефонов, пароли, другую информацию. Электронным устройствам мы даже передаем часть функций нашей памяти, без них мы оказываемся почти недееспособными.

Очевидно, что в новом гибридном мире будут работать другие законы и правила, отличные от привычных, в том числе и другая риторика. Одним из новых понятий, возникших в процессе использования цифровых технологий, является понятие «*Цифровая риторика*». Цифровая риторика в настоящее время определяется как развивающаяся форма общения, созданная и распространяемая через мультимедиа, как *искусство информирования, убеждения и побуждения к действию аудитории через СМИ*. Коренной основой цифровой риторики является классическая риторика. Но известные основы риторики перестроились с позиции новых текстовых форм, таких как базы данных, гипертекст, кибертекст и других цифровых текстов. Так, *изобретение* (создание и формирование), *расположение и стиль текста* (речи) принимают новые значения, а *передача информации* (поскольку она осуществляется почти мгновенно и на любую аудиторию и расстояние) становится более важной. *Запоминание* (память) используется в основном для удержания текстовых форм, поисковых систем, архивов и т. п. Цифровая риторика объединяет такие методы, как убеждение, эффективное письмо и эффективный разговор, чтобы предоставить информацию изобретательными способами (более кратко, при помощи образов, наглядными символами и т. д.). При общении люди вступают в контакт с цифровой риторикой ежедневно (обновленный Facebook статус, использование виртуальной риторики на вебсайтах, таких как Instagram).

Цифровая риторика позволяет сделать технологию управления электронными процессами более доступной, что создает технологическую культуру общения. С её помощью строятся более чёткие жёсткие риторические фразы, требующие конкретного ответа (запись к врачу, передача показаний приборов учёта, размещение информации через личные кабинеты, общение с голосовыми роботами на многоканальных телефонах). Всё это требует обработки конкретных и четких

формулировок, стандартных фраз, поскольку какие-то дополнительные и эмоциональные приемы («пожалуйста», «очень прошу», «не понял, повторите» и т.д.) здесь не действуют. При подготовке таких форм общения нужны специфическая риторика, профессионализм, знание психологии и реакции партнера, нужна тщательная предварительная подготовка. А использование изобразительных образов (визуальная риторика) для передачи идеи может быть настолько объёмным, что традиционным словом его трудно заменить, оно не будет достаточным. Изображение же позволяет смешивать абстрактные образы и реальные мысли. Самые простейшие из них – смайлики, которые мы посылаем по СМС и электронной почте.

Цифровая риторика использует мультимедийность – это сочетание письменного текста, аудио или видеоизображения, которые дают более конкретное и объёмное представление, чем просто написанный текст. С помощью цифровых технологий и цифровой риторики специалисты различных областей деятельности могут создавать и редактировать проекты одновременно через Интернет и имеют возможность сотрудничества, используя новые формы общения.

Но следует отметить, что *новые значимые технологии несут в себе как социальные блага, так и риски экономической, социальной и личностной деградации*. Появление новых профессий, а также переделы рисков часто сопровождаются изменениями в производственных и деловых отношениях, формах общения и профессиональной риторике [Обухова 2019]. Назовем причины и угрозы подобных изменений, связанных с цифровым развитием и использованием сетевых информационных технологий.

1. Снижение способности к критическому анализу, поскольку образуется устойчивая вера в так называемого «старшего брата» – поисковика в Интернете, появление клипового сознания и мышления, транспостоянного Интернет-серфинга. Массовое поведение и стиль мышления нового поколения, «рожденного в сетях», становятся сильно деформированными.

2. Режим клипового мышления (создание образов через короткие сообщения и картинки) при многоканальном усвоении информации (одновременное прослушивание плейера, собеседника, написание

СМС и чтение новостной ленты) создает поверхностное понимание содержания какого-либо материала; не успевают сформироваться и эмоции, сопутствующие данной информации. Это может привести к деградации мыслительной деятельности (или переход её со временем на другой уровень).

3. Остро возникает проблема обучения проверки подлинности информации для компенсации поверхностного её восприятия и накопления опыта измененной культуры общения. Тогда люди, приученные воспринимать информацию «поверхностно», поймут ценность концентрированного подхода к освоению знаний.

4. У ныне действующего поколения наблюдаются тенденции утери навыков социализации и живого общения.

5. Особое значение приобретает репутация. Она становится слишком уязвимой из-за невозможности солгать или что-нибудь скрыть, так как любой факт легко проверяется в условиях полной информационной прозрачности (данные Интернета, отзывы, мнения и т. д.). Таким образом, составляющие репутации – *манера поведения, риторика, культура общения и деловые качества* – становятся явной визитной карточкой субъекта и одной из основ на пути к достижению цели [Обухова 2016].

6. В связи с ускоряющимися (почти мгновенными) изменениями в технической, экономической и социальной сферах деятельности от специалистов всё больше требуется адекватная реакция, эффективные конкретные решения и владение методами прогнозов.

Можно с определенной степенью точности утверждать, что ближайшие десятилетия будут характеризоваться следующими основными изменениями в риторике, культуре делового общения, тенденциях современного образования и в поведении как отдельных личностей, так и коллективов.

- *Изменение модели и системы обучения на всех уровнях, и особенно в высшей школе.* Смещаются акценты при подготовке специалистов разных профилей. Увеличивается доля индивидуального и онлайн-образования. Сегодня требуется не столько давать информацию по общим профессиональным направлениям, сколько учить адаптации и контрольным навыкам, навыкам принятия

решений в условиях неопределенности (нестандартных жизненных ситуациях), обучать поиску информации, её систематизации и проверке достоверности данных.

- *Резко увеличивается доля самообразования* в условиях тотального доступа к информационным сетям и образовательным курсам.
- *В языке (речи) появляется большое количество новых слов, фраз, терминов, сленга, символов* (логотип, сайт, файл, гаджет, клиповое мышление, мульти-, медиа- и др.), непонятных старшим поколениям. Приобретают новый смысл старые слова («голубой», «ботаник», «мышь», «курсор» и др.).
- *Происходит дальнейшее и еще более широкое проникновение иноязычной лексики в русский язык и в общение.* Например, широкое использование англицизмов (особенно в рекламе), «чуждо» звучащих профессиональных сочетаний, названий, оборотов. В связи с этим появляются изменения в профессиональной терминологии и оборотах речи, что усложняет взаимопонимание как внутри-, так и межпрофессиональное. То есть нарушается механизм общения. (Такая ситуация даже нашла своё отражение в анекдотах: «У мерчендайзера маркетингового центра – абстинентный синдром!» – «Чего?» – «Чего-чего... Укладчица с рынка забухала!»).
- *Все больше, и это, к сожалению, наблюдается даже в профессиональном общении, используется инвективная (агрессивная) лексика* с целью показать негативное восприятие жизни (ситуации), в той или иной степени унижить собеседника, «надавить» на него.
- *В деловом общении ужесточаются требования к построению фраз* в соответствии с целью и уровнем информации (документ, беседа, кастинг, передача принятого решения в электронном виде). Возникает необходимость формирования четкой и сжатой информации, особенно при общении с автоматами (телефонными роботами). Здесь требуется «не расплываться по тексту», а проявлять минимум эмоций. Для этого нужна хорошая подготовка таких диалоговых «окон» и программ.
- *В результате цифровизации значительно повысится качество информации, скорость её обработки и практически исключится*

влияние человеческого фактора (ошибка, некомпетентность и т. д.) на пути её движения. Это требует изменения форм, структуры и корректировки риторических составляющих такой информации в реальном мире при использовании способов различных деловых контактов.

- *В настоящее время цифровое поколение нуждается в психологическом сопровождении, овладении текстовыми знаниями и в риторическом наставничестве.* Руководителям, специалистам и исполнителям необходимо овладевать методами и приемами коммуникативного общения и преодоления коммуникативных неудач.
- *При жёстко формализованном общении снижается психологическое и эмоциональное влияние личности, что имеет свои плюсы и минусы.*

Следует понимать, что никакие цифровые технологии, никакая автоматизация переработки и передачи информации с применением цифровой риторики не отменят в обозримом будущем основных законов традиционной экономики, законов и правил риторики, культуры и психологии живого общения реального мира. Они только дополняют, совершенствуют и модернизируют формы такого общения, информационную культуру и поведение людей, приспособлявая их к новому сложному гибриднему миру.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Кешелава А. В.* [и др.]; под общ. ред. А. В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И. А. Зименко // Введение в «Цифровую» экономику – ВНИИГеосистем, 2017. 28 с. (На пороге «цифрового будущего»). Книга первая.
- Обухова Г. С., Климова Г. Л.* // Основы мастерства публичных выступлений, или Как научиться владеть любой аудиторией (практические рекомендации). – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2016. 72 с.
- Обухова Г. С., Климова Г. Л.* // Риторика и культура делового общения как элемент успеха в условиях XXI века. Овладение необходимыми коммуникативными умениями при работе с людьми (практические рекомендации). М. – Неолит, 2019. 88 с.

REFERENCES

- Keshelava A. V.* [and others]; under the General editorship of A. V. Keshelava; CH. «numbers.» cons. I. A. Zimenko // Introduction to the «Digital» economy-Vniigeosistem, 2017. 28 p. (on the threshold of the «digital future». Book one.
- Obukhova G. S., Klimova G. L.* // Fundamentals of public speaking skills, or how to learn to own any audience (practical recommendations). Moscow: FORUM: INFRA-M, 2016. 72 pp.
- Obukhova G. S., Klimova G. L.* // Rhetoric and culture of business communication as an element of success in the XXI century. Mastering the necessary communication skills when working with people (practical recommendations). Moscow-Neolithic, 2019. 88 pp.

УДК 81'23

Козлова Елена Анатольевна

кандидат филологических наук, доцент

доцент кафедры истории и философии

Вятской государственной сельскохозяйственной академии

ASK@mail.ru

КОГНИТИВНО-РИТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ТЕОРИИ АРГУМЕНТАЦИИ

В статье поднимается проблема экологичной и эффективной речевой коммуникации. На основе анализа работ, посвященных различным видам, формам, приемам, стратегиям и техникам речевого воздействия, автор приходит к выводу об актуальности рассмотрения теории аргументации в свете когнитивно-риторического подхода. Риторическая сторона подхода позволяет противостоять манипулятивным атакам на сознание, так как содержит категории этоса и логоса и наиболее предпочтительной считает форму речевого воздействия – убеждение (при котором идет обращение к критическому мышлению путем предъявления логических и эмоциональных аргументов). Кроме того, риторический подход дает возможность опытно проверить состоятельность аргументов, так как риторический дискурс наиболее «погружен в жизнь», всегда направлен на определенную аудиторию. Когнитивная составляющая способна выявить все нюансы восприятия в любом виде дискурса на конкретном речевом этапе в конкретной речевой ситуации. Все это дает возможность моделирования наиболее успешных конструкций, сделать коммуникацию более качественной для адресата и адресанта. Автор систематизирует информацию о видах речевого воздействия, о различных подходах к теории аргументации и более подробно рассматривает теорию аргументации с позиции когнитивно-риторического подхода.

Ключевые слова: речевое воздействие, теория аргументации, риторический этос, экологичная коммуникация.

Kozlova Elena Anatolevna

PhD of philological Sciences, associate Professor

associate Professor of the Department of history and philosophy

of the Vyatka state agricultural Academy

ASK2712@.ru

THE COGNITIVE-RHETORICAL APPROACH TO THE THEORY OF ARGUMENTATION

The article raises the problem of ecological and effective speech communication. Based on the analysis of works devoted to different types, forms, methods, strategies and techniques of speech influence, the author

comes to the conclusion about the relevance of the theory of argumentation in the light of the cognitive-rhetorical approach. The rhetorical aspect of the approach allows us to resist manipulative attacks on the minds, as it contains the categories of ethos and logos and considers persuasion to be the most preferred form of speech influence (in which there is an appeal to critical thinking by presenting logical and emotional arguments). In addition, the rhetorical approach makes it possible to test the validity of arguments, since the rhetorical discourse is most “immersed in life”, always aimed at a certain audience. The cognitive component is able to reveal all the nuances of perception in any kind of discourse at a particular speech stage in a particular speech situation. All this makes it possible to simulate the most successful structures, to make communication better for the addressee and the addressee. The author systematizes information about the types of speech influence, about different approaches to the theory of argumentation, shows the clash of points of view and the need for an integrative view of speech impact.

Keywords: speech influence, argumentation theory, rhetorical ethos, ecological communication.

ВВЕДЕНИЕ

Анализ работ последних десятилетий, посвященных речевому воздействию, выявил несколько фактов, заслуживающих внимания.

Во-первых, во многих исследованиях, посвященных речевому воздействию, не представлены дефиниции этого понятия, не говорится о его видах – внимание направлено на классификацию конкретных лингвистических приемов (например, в работах [Клушина 2008; Степанов, Болдырева 2012; Ермакова 2016; Левчаева 2016 и др.]), что приводит к углублению проблемы разграничения базовых терминов. Во-вторых, повышенное внимание исследователей к теме манипулятивных методов/технологий/приемов, вполне объяснимое частотностью их применения в современной действительности, иногда сопровождается в авторском тексте имплицитным или эксплицитным их одобрением, или вообще не сопровождается комментариями относительно этического компонента коммуникации. Распространенная тенденция рассматривать слово в теории речевого воздействия как инструмент психологического давления в какой-то степени содержит

в себе косвенный призыв к использованию манипулятивных технологий, например, в работе [Навасартян 2017]. Более того, при рассмотрении приёмов иногда даже не используется слово «аргументация», которое заменяется терминами «смысловое давление», «паттернизация дискурса» [Якоба, Тимофеев 2016]. В-третьих, по нашему мнению, в современной лингвистике недостаточно исследований, посвященных законам качественной аргументации, соединяющих лучшие риторические традиции с достижениями психолингвистов, прагматистов и когнитологов. Несмотря на то, что аргументативный дискурс является одним из наиболее перспективных направлений развития современной русистики и теории языкознания, в современных концепциях нет единого подхода к терминологическому аппарату теории аргументации, недостаточно работ, в которых на примерах конкретных текстов был бы произведен качественный аргументативный разбор. Недостаточное внимание к этим вопросам приводит к тенденции дальнейшего расслоения общества на манипуляторов и манипулируемых, что влечет за собой массовые психозы и «боязливую коммуникацию» [Кашей 2005].

В связи с этим в данной работе мы преследуем следующие цели:

1. Сбор и систематизация информации о видах речевого воздействия.
2. Определение роли и значимости различных видов речевого воздействия путем сопоставления и обобщения точек зрения с позиции эффективности и этичности.
3. Рассмотрение теории аргументации с позиции когнитивно-риторического подхода как наиболее эффективного и корректного (обеспечивающего экологичную коммуникацию).

Виды речевого воздействия

В концепции Т. В. Анисимовой четко разграничены 3 формы воздействующей речи: *убеждение*, *доказательство* и *внушение* [Анисимова 2004]. Убеждение как комбинация логического и эмоционального начал признается наилучшей формой речевого воздействия. Этой же классификации придерживаются исследователи аргументационного аспекта делового дискурса [Григорьева, Любимова 2006].

Е. В. Шелестюк способами речевого воздействия считает **убеждение, внушение и побуждение**. В убеждении логическое доказательство вкупе с эмоциональным воздействием направлено на сознательное принятие адресатом определенной точки зрения. **Внушение** является воздействием на подсознание, эмоции и чувства человека за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания. **Побуждение** – прямое воздействие на волю реципиента (приказ, призыв, принуждение и уговаривание). Основными способами речевого воздействия признаются убеждение и внушение. [Шелестюк 2009].

Наряду с убеждением и манипулированием в некоторых работах выделяется такая форма, как **принуждение** [Де Джордж 2007]. Принуждение и манипуляция означают обращение с человеком как со средством достижения цели. Принуждение предполагает насилие или угрозу. Манипуляция подразумевает навязывание человеку своей воли путем применения нечестных коварных средств.

В работах [Иссерс 2009; Клушина 2008; Степанов, Болдырева 2012; Ермакова 2016; Левчаева 2016 и др.] рассматриваются различные **методы, приёмы, техники, тактики, стратегии и технологии** воздействия Особого внимания, по нашему мнению, заслуживают методы, или технологии, используемые в СМИ, так как их влияние наиболее очевидно. **Технологии**, используемые в процессе коммуникаций, описывает Дзялошинский в работах [Дзялошинский 2006, 2012]. Под манипуляцией он понимает скрытое внедрение в психику адресата целей, желаний, намерений или установок, которое вынуждает слушающего перестраивать свои воззрения, мнения, настроения. Автор выделяет следующие технологии коммуникативного воздействия: безопасные для психики людей, относительно безопасные, опасные и высокоопасные. Такие виды воздействия, например, как информирование, убеждение и диалог он относит к безопасным технологиям, а нейролингвистическое программирование, внушение, технологии социальной индукции – к высокоопасным.

Из вышеперечисленных и других работ, в которых наиболее четко представлены виды воздействия, мы сделали выборку дефиниций и разместили полученный материал в таблице.

Таблица 1

Виды (способы, технологии) речевого воздействия

Анисимова [2004]	убеждение (всевозможные комбинации доказательства и внушения)	доказательство (способ построения воздействующей речи с опорой на рациональные аргументы)	внушение (эмоционально-волевое давление)
Помырляну [2013]	убеждение (логическое доказательство вкупе с эмоциональным воздействием)	побуждение (повеление, призыв, принуждение и уговаривание)	внушение (воздействие на подсознание, эмоции и чувства человека)
Шелестюк [2009]	убеждение (воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению)	побуждение прямое воздействие на волю реципиента (приказ, призыв, принуждение и уговаривание)	внушение воздействием на подсознание, эмоции и чувства человека за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания
Де Джордж [2007]	убеждение (воздействие, при котором соблюдается уважение свободы человека)	принуждение (предполагает насилие или угрозу насилием – либо физическим, либо психическим)	манипуляция (навязывание человеку своей воли путем надувательства или путем применения хитрых нечестных коварных средств)
Меньшикова [2016]	аргументация (логическая и эмоциональная)	волеизъявление (приказ, повеление, просьба, побуждение) псевдокоммуникация (цель говорящего – озвучить свои мысли, независимо от того, окажут ли слова какое-либо воздействие)	манипуляция (маскировка истинной коммуникативной интенции) лингвистическое подстраивание (языковое подражание)

<p>Дзялошинский [2012]</p>	<p>безопасные технологии коммуникативного воздействия (информирование, убеждение, диалог)</p>	<p>относительно безопасные технологии (управление коммуникативной ситуацией, использование провокативных высказываний и действий, использование подставных фигур и другие формы мимикрии, технологии социальной ответственности)</p>	<p>опасные технологии (технологии дезинформации; псевдологические технологии; психологическое манипулирование; технологии психологического насилия);</p> <p>высокоопасные технологии (технологии социальной индукции; внушение, нейролингвистическое программирование)</p>
----------------------------	--	---	--

Как видно из таблицы, наиболее корректным и не опасным для психики адресатов считается вид воздействия, при котором идет обращение к критическому мышлению путем предъявления логических и эмоциональных аргументов. Большинство исследователей к этому способу применяет термин *убеждение*. Следует отметить, что способов и жанров некорректного речевого влияния выявлено гораздо больше. Интересен такой факт: несмотря на то, что наилучшей формой речевого воздействия признаётся убеждение (то есть обращение и к логике, и к эмоциям адресатов), однако в работах, посвященных воздействию в СМИ, наиболее популярной и опасной считается манипуляция.

Теория аргументации в свете различных подходов

Исследования, посвященные прямо или косвенно теории аргументации, показывают ее развитие в рамках 3–4 подходов.

Таблица 2

Основные подходы к рассмотрению аргументации

Лисанюк [2016]	<ul style="list-style-type: none"> – логический (как предтеча эпистемологического) – эпистемологический (объектом изучения аргументации является познание) 	<ul style="list-style-type: none"> – прикладной (совокупность техник влияния на общество) 	<ul style="list-style-type: none"> – когнитивно-дискурсивный (убеждение как процесс порождения у адресата определенных представлений)
Мигунов [2010]	<ul style="list-style-type: none"> – эпистемологическо-коммуникативный (посредством речи и в речи формируются основания для рождения в разуме слушателя определенной мысли) 	<ul style="list-style-type: none"> – неоориторический (аргументация с целью убеждения) 	<ul style="list-style-type: none"> – прагмадиалектический (взаимодействие риторической и диалектической сторон аргументации)
Пригарина [2015]	<ul style="list-style-type: none"> – логический (отношения логического следования) 	<ul style="list-style-type: none"> – риторический (аргументация как рождение нового смысла фигурами речи) 	<ul style="list-style-type: none"> – когнитивный (комплекс операций, вводящих знания в модель мира адресата)
Еемерен, Гроотендорс, Хенкеманс [2002]	<ul style="list-style-type: none"> – логический (отношения четкого рационального следования между посылками и заключением; аргументами и тезисом) 	<ul style="list-style-type: none"> – риторический (представление позиции в предпочтительном для оппонента свете иногда в ущерб логике) 	<ul style="list-style-type: none"> – прагмадиалектический (аргументация в рамках рациональной дискуссии)

Тиндейл [2004] (по Политюк 2013)	– логический (основное внимание уделяется связи посылок с заключением)	– риторический (аргументация – процедура, в результате которой посредством изменения наших представлений о вещах меняется наше представление о мире)	– прагмадиалектический (обмен аргументами в процессе диалога и их оценка)
----------------------------------	--	--	---

Объединим представленные данные, рассмотрев их в исторической последовательности. Теория аргументации была инструментом логиков для познания истины, для формирования суждений. Диалектика помогала философам формировать суждения, организуя мышление в столкновении с противоположностями. Риторика, существовавшая в неразрывном единстве с философией, была инструментом, или технологией изобретения мыслей с учетом того, что их кто-то будет читать или слушать еще до возникновения языкознания [Перельмутер 1980]. Таким образом, первая группа подходов – назовем их классическими – это логический, эпистемологический, риторический, куда можно добавить диалектический. Вторая группа, сформированная по результатам таблицы, – это подходы современной коммуникативистики: неориторический, когнитивный, когнитивно-дискурсивный, прагмадиалектический, прикладной. Кроме представленных в таблице работ, для качественного обобщения необходимо учесть еще некоторые точки зрения.

Преимуществом *когнитивной модели аргументации*, в основе которой лежит онтологизация знания, посвящена работа А. Н. Баранова. Когнитивный подход междисциплинарен, имеет возможность широкого обобщения и реальную перспективу приложения в области компьютерного моделирования, а аргументативная онтологизация знания отличается направленностью на процесс принятия решений. [Баранов 1990]. В работе С. Е. Крючковой говорится о неспособности разнообразных моделей аргументации (появившихся в конце

20 века) выполнять роль общей теории аргументации (подчеркнуто нами – Е. К.). Автор констатирует факт наличия потребности в современной теории аргументации и видит возможность появления таковой путем анализа альтернативных логоцентризму теорий (неориторика, неформальная логика, прагматодialeктика, радикальный аргументативизм и др.). В связи с этим предлагается системная модель теории аргументации *в свете когнитивного, контент-динамического подхода* (термин И. Микиртумова), позволяющего связывать «содержание выдвигаемых пропозиций с особенностями мысленного поля адресата» [Крючкова 2013, с. 221]. В работе Е. Н. Лисанюк аргументация понимается как «познавательная деятельность интеллектуальных агентов в форме диалога и с целью установления состоятельности (убедительности) позиций агентов в споре» [Лисанюк 2015, с. 64]. Исследователь представляет логико-когнитивную модель теории аргументации, в которой состоятельность и убедительность позиций агентов понимается как способность позиций противостоять критике в спорах. В центре теории оказываются отношения атаки и контратаки (защиты) между аргументами, принадлежащими позициям разных агентов спора, а не тезис и аргументы, как это сложилось в традициях анализа аргументации. Основным объектом исследования при этом выступает когнитивный агент «в аспекте своих знаний, убеждений, целей и намерений», которые он выдвигает в споре. При помощи понятия аргументативного спора предлагается исследовать позиции коммуникантов на трех уровнях: аргументационной структуры, аргументационного множества и внутреннего строения аргумента. Позиция слаба, если ее аргументационное множество бесконфликтно на данной аргументационной структуре. Позиция состоятельна, если все атакованные аргументы защищены на данной структуре. При этом выделяются три вида аргументации: *обоснование* (обсуждается одна позиция в споре; аргументы выражают знания и мнения агентов, но не выражают их цели, намерения, ценности и желания), *убеждение* (обсуждаются две и более позиции; аргументы выражают знания и мнения агентов, но не выражают их цели, намерения, ценности и желания) и *практическая аргументация* (обсуждаются две и более позиции в споре; аргументы касаются действий и, помимо

знаний и мнений агентов, выражают также их цели, намерения, ценности и желания).

Следует отдельно сказать о *прагматодialeктической теории аргументации*, разработанной Ф. Еемереном и Р. Гроотендорстом с целью использования языковых средств для разрешения разногласия мнений. В процессе аргументации авторы данной теории различают четыре стадии: конфронтация («confrontation stage»); исходная стадия («opening stage»); стадия аргументации («argumentation stage») и заключительная стадия («concluding stage»), на которой протагонист и антагонист делают выводы о том, была ли точка зрения протагониста успешно защищена от критических доводов антагониста. Преимущество прагматодialeктического подхода, по мнению исследователей, состоит в том, что аргументация используется в рамках рациональной дискуссии, риторический же подход представляет позиции иногда в ущерб логике [Еемерен, Гроотендорст 1992].

В. Н. Брюшинкин, напротив, актуализирует *роль риторики* в убеждающем общении *в рамках когнитивного подхода* с точки зрения системной модели аргументации. Поскольку аргументация есть умственные действия субъекта по порождению набора аргументов на основании представления об адресате, выделяются три компонента деятельности субъекта убеждения:

- диагностика адресата (предположения о его модели мира и опорах убеждения);
- порождение набора аргументов (собственно аргументация);
- осуществление аргументации в убеждающем общении.

То есть налицо последовательность *умственных* действий субъекта и преобразование умственных действий во внешние *речевые* действия. По мнению автора, осуществление аргументации почти целиком попадает в область риторики. Риторика придает внешнюю речевую форму внутренним умственным действиям субъекта убеждения. Однако в системной модели аргументации считается, что риторика играет роль и при построении набора аргументов [Брюшинкин 2010].

Столкновение точек зрения

Проблема заключается в том, что, взяв за основу какой-то один подход, каждый исследователь недостаточно объективно видит недостатки в других. Диалектический подход направлен на абстрактного собеседника, что делает невозможным его практическое применение, а прагматический подход отрицает риторический. Логический и эпистемологический подход не направлены на конкретного адресата, а служат только выявлению истины в рамках концептосферы самого производителя сообщения. В работе [Пригарина 2015] недостатком когнитивной модели аргументации называется факт того, что она базируется на предположении об исключительной рациональности адресата, то есть не учитываются эмоциональные факторы воздействия. Сторонники некоторых когнитивных интерпретаций теории аргументации... Анализируя риторический подход к аргументации в «Новой риторике» Х. Перельмана и Л. Ольбрехтс-Тытеки. Е. В. Лисанюк утверждает, что риторические правила убеждения «в форме риторических топов и фигур, представляет собой попытку анализа аргументации на логическом уровне, но при помощи иных средств, нежели это принято в логике, логической прагматике или других дисциплинах, опирающихся на формальные методы анализа». Риторический подход к аргументации автор считает недостаточно объективным, так как риторика не считает аргументацию исключительно рациональной деятельностью и включает в сферу своего рассмотрения социальные, психологические, эстетические и эмоциональные аспекты [Лисанюк 2015]. Возникает вопрос об адекватности аргументации, лишенной всех этих аспектов. Если рациональная аргументация направлена на сознание человека, то любой аспект может повлиять на тезис.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате обобщения приходим к выводу, что, несмотря на разные названия подходов, исследователи в перспективе развития теории аргументации видит правильность следующих постулатов:

1. Разумное соотношение логического и эмоционального начал в аргументации, из которых главенствующим должно быть начало логическое.
2. Моделирование аргументации в рамках гипотетического или реального конфронтационного диалога.
3. Необходимость применения когнитивного анализа концептосферы потенциальной аудитории с целью формирования сильной аргументации.

Данные постулаты мы предлагаем назвать когнитивно-риторическими, так как именно риторический подход представляет убеждение как разумное соотношение логического и эмоционального начал [Анисимова 2004]. подхода, который позволяет, во-первых, противостоять манипулятивным атакам на сознание, так как содержит категории этоса и логоса; во-вторых, опытно проверить состоятельность аргументов; в-третьих, выявить все нюансы восприятия сообщения в любом виде дискурса на конкретном речевом этапе в конкретной речевой ситуации. В вышеназванные постулаты необходимо также включить следующие позиции, вытекающие из тезауруса классической риторики как первой дисциплины, ведущей наблюдения за языком с целью достижения перлокутивного эффекта:

- ◆ категорию этоса как нравственного ориентира качественной аргументации, исключающего вредное для адресата манипулятивное воздействие;
- ◆ категории эстетики текста, или лингвокреативности, имеющей в рамках убеждающей речи прагмаэстетическое воздействие.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анисимова Т. В.* Аргументация // Анисимова Т. В., Гимпельсон Е. Г. Современная деловая риторика. М.: Изд-во МПСИ, 2004. 50 с.
- Баранов А. Н.* Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): дис. ... д-ра филол. наук. М., 1990. 378 с.
- Брюшинкин В. Н.* О двоякой роли риторики в системной модели аргументации // РАЦИО.ru. 2010. № 3. С. 3–14.

- Григорьева В. С., Любимова М. К. Элементы теории и практики делового дискурса на материале немецкого и русского языков. Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, 2006. 80 с.
- Де Джордж Ричард Деловая Этика. М.: Прогресс, 2003. 733 с.
- Дзялошинский И. М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 571 с.
- Еемерен Ф. Х., Гроотендорст Р. Аргументация, коммуникация и ошибки. СПб.: Васильевский остров, 1992. 207 с.
- Ермакова Л. В. Аргументация как вид речевого воздействия в медиа дискурсе // Вестник Костромского государственного университета. 2016. № 22 (4). С. 166–169.
- Иссерс О. С. Речевое воздействие. М.: Флинта, 2009. 224 с.
- Качесова И. Ю. Риторические особенности аргументативного дискурса (на материале текста социальной рекламы) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: история, филология. 2013. № 6. Т. 12 С. 99–104.
- Кащей Н. А. Современная риторика в социально-политическом взаимодействии: дис. ... д-ра филос. наук. Великий Новгород, 2005. 275 с.
- Крючкова С. Е. Теория аргументации: когнитивный подход // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 13. С. 219–222.
- Левчаева Н. В. Убеждение, внушение и аргументация как основные психологические приемы воздействия в процессе делового общения // Мир науки и образования. 2016. № 1 (5). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ubezhdenie-vnushenie-i-argumentatsiya-kak-osnovnye-psihologicheskie-premy-vozdeystviya-v-protsesse-delovogo-obscheniya> (дата обращения: 24.07.2018).
- Лисанюк Е. Н. Логико-когнитивная теория аргументации: дис. ... д-ра филос. наук. СПб., 2015.
- Лисанюк Е. Н. Модели аргументации, рассуждение и убеждение // РАЦИО. ru. 2016. № 17(2). С. 35–68.
- Меньщикова Е. В. Прагма-коммуникативный анализ категории «речевое воздействие» в англоязычном интерперсональном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук СПб., 2016.
- Мигунов А. И. **Логика, аргументация, диалектика, риторика: коннотации и корреляции** // Логико-философские штудии. 2016. Том 14. С. 184–201.
- Навасартян Л. Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2017.

- Олешков М. Ю.* Лингвоконцептуальный анализ дискурса (теоретический аспект) // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография. Нижний Тагил, НТГСПА, 2009. С. 68–85.
- Перельмутер И. А.* Греческие мыслители V в. до н. э. / История лингвистических учений: Древний мир. Л.: НАУКА, 1980.
- Помырляну Н. А.* Речевое воздействие: способы типы и приемы // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2013. № 3. С. 71–78.
- Политюк А. П.* Риторический поворот в теории аргументации // Вестник БФУ им. И. Канта. 2013. Вып. 12. С. 112–119.
- Пригарина Н. К.* Риторические характеристики аргументативных моделей некоторых видов дискурса // Грани познания. 2015. № 1(35).
- Степанов В. Н., Болдырева Е. М.* Аргументация как способ речевого воздействия в рекламном тексте современной массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. 2012. 1 (2). С. 182–187.
- Шелестюк Е. В.* Речевое воздействие: онтология и методология исследования: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2009.
- Якоба И. А., Тимофеев С. С.* Лингвокогнитивные механизмы умной настройки дискурса: смысловитмическое моделирование // Сиб. филол. журнал. 2016. № 1. С. 126–136.

REFERENCES

- Anisimova T. V.* Argumentacija [The argument]. In: Anisimova T. V., Gimpel'son E. G. Sovremennaja delovaja ritorika [Modern business rhetoric]. Moscow, Izd-vo MPSI, 2004, 432 p.
- Baranov A. N.* Lingvisticheskaya teoriya argumentacii (kognitivnyj podhod) [Linguistic theory of argumentation (cognitive approach)]. Doct. of Philol. Diss. Moscow, 1990.
- Bryushinkin V. N.* O dvojakoi roli ritoriki v sistemnoj modeli argumentacii [On the dual role of rhetoric in the system model of argumentation]. RATIO.ru. 2010. No. 3. pp. 3-14.
- Grigorieva V. S., Lyubimova M. K.* Elementi teorii i praktiki delovogo diskursa na materiale nemetskogo i russkogo yazikov [The elements of theory and practice of business discourse on the material of German and Russian languages]. Tambov: Tambov State Technical University, 2006.
- De Dzhord R.* Delovaja Etika [Business Ethics]. Moscow, Progress: RIPOL KLASSIK, 2003, 736 p.

- Dzjaloshinskij I. M.* Kommunikativnoe vozdejstvie: misheni, strategii, tehnologii: Monogr. [The communicative impact: targets, strategies, technologies: Monography]. Moscow, NIU VSE, 2012, 572 p.
- Eemeren, F. H. van. R. Grootendorst R.* Argumentation, Communication and Fallacies: A Pragma-Dialectical Perspective / F. H. van Eemeren, R. Grootendorst. Hillsdale : Lawrence Elbraum Publishers, 1992. 236 p.
- Ermakova L. V.* Argumentacija kak vid rechevogo vozdeistviya v mediadiskurse [The argumentation as a type of speech influence in media discourse]. The bulletin of The Kostroma State University. 2016. No. 22 (4). pp. 166–169.
- Issers O. S.* Rechevoe vozdejstvie [The speech influence]. Moscow: Flinta, 2009.
- Kachesova I. Yu.* Ritoricheskie osobennosti argumentativnogo diskursa (na materiale teksta socialnoy reklami) [The rhetorical features of argumentative discourse (on the material of the text of social advertising)]. The bulletin of The Novosibirsk State University. Series: History, Philology. 2013. No. 6. Vol. 12. pp. 99–104.
- Kashhej N. A.* Sovremennaja ritorika v social'no-politicheskom vzaimodejstvii [Modern rhetoric in the socio-political interactions]. Doct. of Philosophy Diss. Velikij Novgorod, 2005, 275 p.
- Kryuchkova S. E.* Teorija argumentacii: kognitivnyj podhod [The argumentation theory: cognitive approach]. The Bulletin of University (The State University of management). 2013. No. 13. pp. 219–222.
- Levchaeva N. V.* Ubezhdenie, vnushenie i argumentacija kak osnovnie psihologicheskie priemy vozdeistviya v processe delovogo obschenija [Persuasion, suggestion and argumentation as the basic psychological methods of influence in the process of business communication]. The world of science and education. 2016. No. 1 (5). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ubezhdenie-vnushenie-i-argumentatsiya-kak-osnovnye-psihologicheskie-premy-vozdeystviya-v-protseesse-delovogo-obscheniya> (date accessed: 24.07.2018).
- Lisanyuk E. N.* Logiko-kognitivnaya teorija argumentacii [The logical-cognitive theory of argumentation]. Doct. of Philosophy Diss. Saint-Petersburg, 2015.
- Lisanyuk E. N.* Modeli argumentacii, rassuzhdenie i ubezhdenie [The models of argumentation, reasoning and persuasion]. RATIO.ru. 2016. No. 17(2). pp. 35–68.
- Menshikova E. V.* Pragma-kommunikativnyj analiz kategorii «rechevoe vozdejstvie» v angloyazichnom interpersonalnom diskurse [The pragma-communicative analysis of the category “speech influence” in the English-language interpersonal discourse]. Abstract of Philol. Cand. Diss. Saint-Petersburg, 2016.

- Migunov A. I.* Logika, argumentacia, dialektika, ritorica: konnotacija i korrelyatcii [Logic, argumentation, dialectics, rhetoric: connotations and correlations]. The logical-philosophical studies. 2016. Vol. 14. pp. 184–201.
- Navasartian L. G.* Yazikovie sredstva i rechevye priemy manipuljatsii informatsiey v SMI (na materiale rossijskikh gazet) [Language tools and discourse techniques of manipulation of information in mass media (on the materials from Russian newspapers)]. Cand. of Philol. Diss. Saratov, 2017.
- Oleshkov M. Yu.* Lingvokonceptualnyi analiz diskursa (teoreticheskyi aspekt) [The linguoconceptual analysis of discourse (theoretical aspect)] / In: Diskurs, concept, zhanr: kollektivnaya monographija [Discourse, concept, genre: the collective monograph]. Nizhny Tagil, NTGSPA, 2009. pp. 68–85.
- Perelmuter I. A.* Grecheskie mislitley V v. do n.e. [The Greek thinkers of the fifth century BC] / In: Istorija lingvisticheskikh ucheniy: Drevniy mir [History of linguistics: the ancient world]. Leningrad: Nauka, 1980.
- Pomirlyanu N. A.* Rechevoe vosdeistvie: sposoby, tipy i priemy [The speech effects: methods, types and techniques]. The news of The Southern Federal University. Philological science. 2013. No. 3. pp. 71–78.
- Polityuk A. P.* Ritoricheskyi povорот v teorii argumentatsii [The rhetorical turn in the theory of argumentation]. The bulletin of the BFU named by I. Kant. 2013. Issue 12. pp. 112–119.
- Prigarina N. K.* Ritoricheskie harakteristiki argumentativnykh modeley nekotorykh vidov diskursa [The rhetorical features of the argumentative models of certain types of discourse]. The facets of knowledge. 2015. No. 1(35).
- Stepanov V. N., Boldyreva E. M.* Argumentatsija kak sposob rechevogo vozdeistvija v reklamnom tekste sovremennoy massovoi kultury [The argumentation as a way of speech influence in the advertising text of modern mass culture]. The Yaroslavl pedagogical bulletin. 2012. No. 1 (2). pp. 182–187.
- Shelstjuk E. V.* Rechevoe vozdeystvie: ontologija i metodologija issledovanija [Speech influence: ontology and methodology of research]. Abstract of Philol. Doct. Diss. Cheljabinsk, 2009, 42 p.
- Jakoba I. A., Timofeev S. S.* Lingvokognitivnye mehanizmy umnoj nastrojki diskursa: smysloritmicheskoe modelirovanie [Creative linguistic mechanisms of smart settings of discourse: sense and rhythmic modeling]. The Siberian philological journal, 2016, No. 1, pp. 126–136.

УДК 373.167.1:811.161.1

Коренева Анастасия Вячеславовна

доктор педагогических наук, доцент

профессор кафедры филологии и медиакоммуникаций

Мурманского арктического государственного университета

korenevaanast@mail.ru

РИТОРИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ: НАЧАЛЬНЫЙ ЭТАП

Статья посвящена совершенствованию коммуникативной компетенции студентов. Обосновывается необходимость риторической подготовки будущих специалистов. Характеризуется начальный этап работы, цель которого – выявить, насколько студенты владеют умениями, обеспечивающими создание устного высказывания. Описываются ход и результаты диагностики.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция; риторическая подготовка; устное высказывание; публичное выступление.

Koreneva Anastasia Vaycheslavovna

Doctor of Pedagogy, associate Professor

Professor of the Department of Philology and Media Communications of

Murmansk Arctic State University

korenevaanast@mail.ru

RHETORIC TRAINING OF STUDENTS: BEGINNER STAGE

The article is devoted to improving the communicative competence of students. The necessity of rhetorical training of future specialists is justified. The author gives characteristics of the initial stage of work the purpose of which is to identify whether students possess the skills that ensure the creation of an oral statement. The course and results of the diagnostics are described.

Keywords: communicative competence, rhetoric training, oral statement, public speech.

Одна из задач преподавателей речеведческих дисциплин в вузе – совершенствование коммуникативной компетенции будущих специалистов. Важной составляющей этой работы является риторическая подготовка студентов, развитие у них навыков публичного выступления, подготовленной монологической речи. Это обусловлено тем, что именно устные монологические высказывания (индивидуальное

сообщение, выступление на семинарских занятиях, доклад на студенческой конференции, защита рефератов, курсовых и дипломных работ) наиболее актуальны в учебной деятельности. Востребованы они и в профессиональной сфере, особенно если профессиональная деятельность связана с повышенной речевой ответственностью.

Риторическая подготовка студентов включает в себя несколько этапов. В данной статье остановимся на начальном этапе. Его основная цель – выявить, насколько студенты владеют умениями, обеспечивающими создание устного высказывания. В ходе диагностики каждый студент должен подготовить публичное выступление и произнести его перед аудиторией. Тему и основную цель речи ораторы выбирают из списка преподавателя или формулируют самостоятельно. Слушателям (однокурсникам) необходимо написать краткие рецензии, используя предложенную памятку. Самоанализ выступлений нужно сделать и ораторам.

На основе изучения научной и учебно-методической литературы по риторике (В. И. Аннушкин [1], Б. Ц. Бадмаев [2], Т. А. Ладыженская [3], А. К. Михальская [4], И. А. Стернин [5] и др.) мы отобрали ряд критериев, позволяющих оценить уровень развития у обучаемых умения выступать публично, объединив их в четыре группы: а) содержание выступления; б) методика изложения; в) языковое оформление; г) общение оратора с аудиторией.

Рассмотрим выступления студентов (сентябрь 2019 года) с точки зрения содержания, которое мы оценивали с точки зрения четырех критериев:

- 1) соответствие теме выступления;
- 2) соответствие основной цели;
- 3) связь с жизнью;
- 4) новизна материала.

Выбранным темам в полной мере соответствовали 38 % монологических высказываний. Частично наблюдалось это соответствие в выступлениях 52 % студентов. Допускались два типичных недочета: теме не соответствовала какая-то часть высказывания или не был освещен определенный аспект темы. Остальные 10 % выступавших представили сообщение, не соответствовавшее заявленной теме.

При оценке содержания выступления с точки зрения второго критерия обращалось внимание не на конкретную цель (ее студенты могли не сообщать слушателям), а на основную мысль публичного выступления: информировать, развлечь, убедить, воодушевить или призвать к действию (по П. Соперу). Как правило, предлагались информационные речи (81 %), иногда – развлекательные (10 %) и убеждающие (9 %) речи. Полностью соответствовали избранной цели 15 % выступлений. В 49 % случаев целевое назначение речи выдерживалось частично. Например, в информационной, по заявлению автора, речи появлялись развлекательные элементы, убеждающая речь на каком-то этапе еще и призывала к действию. 36 % выступлений не соответствовали заявленной цели. Их можно условно разделить на две группы.

Первая группа – это выступления, которые носили комплексный характер. Так, студент заявлял, что подготовил информационную речь, однако в ходе выступления не только информировал, но и в равной степени убеждал слушателей. Разумеется, цели, которые ставит перед собой оратор, могут сочетаться и выступления в результате приобретают комплексный характер. Вместе с тем никто из ораторов не заявил, что предлагает речь смешанного типа, что и дало нам основание оценить подобные выступления как несоответствующие своей основной цели.

Вторая группа – это выступления студентов, которые вместо заявленной реализовали совсем другую цель. Чаще всего подобное происходило с речами, которые были заявлены как развлекательные. Обычно такие выступления носили лишь информационный характер. В устной беседе выяснилось, что многие студенты под развлекательной речью понимают только рассказ о чем-то интересном для слушателей. Однако вызвать интерес к своей речи стремится любой оратор вне зависимости от того, с какой целью он выходит к публике: развлекательной, информационной или убеждающей.

В определенной мере проверялось нами и то, насколько выражена в речи структура выступлений разной целевой направленности. А. К. Михальская пишет: «Структура речи и ее цель должны быть ясны не только оратору, но и слушателям; очевиден должен быть порядок

частей, их отдельность и взаимосвязанность; дело оратора – постоянно держать слушателей в «курсе» своих «планов» [4, с. 265]. Анализ монологов показывает, что частотность использования показателей логической структуры напрямую зависела от цели выступления. Чаще всего языковые средства выделения логических частей выступления применялись в убеждающей речи. Это вполне объяснимо, так как убеждающая речь призвана показать правильность занимаемой автором позиции. Логичность речи в этом случае особенно необходима.

Следующий критерий оценки содержания – его связь с жизнью. По мнению многих ученых, этот показатель выступает как одно из серьезных условий повышения эффективности публичного выступления. При соблюдении данного условия «все теоретические положения, общие посылки должны служить слушателям ключом к пониманию реальной действительности, выступать как своеобразный компас для правильной их ориентировки в сугубо практических, жизненных делах» [2, с. 27]. В той или иной мере соблюдали это условие 48 % студентов. 10 % из них подготовили сообщения, которые непосредственно связаны с действительностью: они повествовали о студенческой жизни («Есть ли в университете студенческое самоуправление?», «Нужна ли нам балльно-рейтинговая система?», «Жизнь в нашем обществе: плюсы и минусы»). Известно, что привлекают слушателей события, которые связаны со знакомыми людьми, с родными местами. Эту закономерность учли те (13 %), кто подготовил выступления либо на темы, связанные с проблемами города, в котором они живут («Почему уезжают из Мурманска?», «Быть или не быть? (о проблемах мурманских театров)»), либо на темы, посвященные известным в регионе личностям («Первый мэр Мурманска», «Почетные граждане нашего города»).

К выступлениям, которые реализуют связь с жизнью, мы посчитали возможным отнести и сообщения (15 %) по проблемам культуры речи, риторики, стилистики, тем более что почти все авторы этих сообщений подчеркнули значимость данных тем для учебной деятельности, сделав, например, следующее вступление: «Тема моего выступления – «Американизмы в русском языке». Думаю, что это сообщение

будет полезно всем вам, ведь в курсе «Русский язык и культура речи» мы обязательно будем говорить о заимствованиях».

Еще один критерий оценки содержания устного выступления – это новизна материала. В понятие новизна входят: новые данные, новые подробности о каком-то событии, явлении; новый подход к рассмотрению любых конкретных фактов; показ новых связей данного факта с другими фактами и событиями; новые выводы и предложения как итог анализа факта [2, с. 129].

Оценка публичных выступлений с точки зрения указанного критерия осложнена тем, что новизна материала – вещь относительная. То, что является новым для одних слушателей, может быть хорошо известно другим. Поэтому мы, как правило, оцениваем выступления на основе результатов их анализа, сделанного слушателями, и считаем, что данный критерий соблюден, если наличие элементов новизны в выступлении конкретного оратора отметили более половины рецензентов. Судя по оценкам слушателей, новизна была характерна для 58 % публичных речей.

Ежегодно проводимая нами диагностика показывает, что риторическая подготовка студентов недостаточна. Полученные результаты подтверждают необходимость развития у обучаемых риторических знаний и умений, которые востребованы как в академической, так и в профессиональной сферах общения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* Риторика : вводный курс : учеб. пособие / В. И. Аннушкин. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 296 с.
- Бадмаев Б. Ц.* Психология обучения речевому мастерству / Б. Ц. Бадмаев, А. А. Малышев. – М. : ВЛАДОС, 1999. – 224 с.
- Ладыженская Т. А.* Живое слово : Устная речь как средство и предмет обучения / Т. А. Ладыженская. – М. : Просвещение, 1986. – 124 с.
- Михальская А. К.* Основы риторики : Мысль и слово : учеб. пособие для учащихся 10–11 классов общеобразовательных учреждений / А. К. Михальская. – М. : Просвещение, 1996. – 416 с.
- Стернин И. А.* Практическая риторика : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. – М. : Академия, 2003. – 272 с.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Rhetoric: introductory course: textbook. allowance / V. I. Annushkin. – 2nd ed., Rev. – M.: Flint: Science, 2007. -- 296 p.
- Badmaev B. Ts.* Psychology of teaching speech skills / B. Ts. Badmaev, A. A. Malyshev. – M.: VLADOS, 1999. – 224 p.
- Ladyzhenskaya T. A.* Living word: Oral speech as a means and subject of instruction / T. A. Ladyzhenskaya. – M.: Enlightenment, 1986. – 124 p.
- Mikhalskaya A. K.* Basics of rhetoric: Thought and word: textbook. allowance for students of grades 10–11 of educational institutions / A. K. Mikhalskaya. – M.: Education, 1996. – 416 p.
- Sternin I. A.* Practical rhetoric: textbook. allowance for students. higher textbook. institutions / I. A. Sternin. – M.: Academy, 2003. – 272 p.

УДК 81

Крылова Наталья Федоровна

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры русского языка и общих дисциплин
Государственного университета управления
krylova.tasha@mail.ru

Окуленко Елизавета Андреевна

студентка Государственного университета управления
lizapetrova10@gmail.com

СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИИ РАДИООБМЕНА АВИАДИСПЕТЧЕРОВ И ПИЛОТОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Статья посвящена исследованию речевой коммуникации между пилотом и авиадиспетчером в русскоязычном сегменте. Рассмотрены основные особенности авиационной фразеологии, являющейся не только предметом практического использования в рамках построения коммуникации, но и предметом языкознания, поскольку обнаруживает взаимосвязь функциональных особенностей языка и его трансформации. На основе изученных конкретных ситуаций собраны данные о наиболее частотных ошибках в авиационной фразеологии радиобмена, которые снижают уровень эффективности речевой коммуникации.

Ключевые слова: фразеология радиобмена; профессиональный язык; авиационная коммуникация; язык авиации.

Krylova Natalya Fedorovna

PhD of philological Sciences, Associate professor
Associate professor of linguistics of State University of management
krylova.tasha@mail.ru

Okulenko Elizaveta Andreevna

student of the State University of management
lizapetrova10@gmail.com

SPECIFICITY OF PHRASEOLOGY OF RADIO EXCHANGE OF AIR TRAFFIC CONTROLLERS AND PILOTS IN RUSSIAN

The article is devoted to the study of voice communication between the pilot and the air traffic controller in the Russian-speaking segment. The main features of aviation phraseology are considered. These features are not only the subject of practical use in the framework of building communication, but also the subject of linguistics since it reveals the interconnection of the functional peculiarities of the language and its

transformation. Based on the studied specific situations, data were collected on the most frequent errors in the aviation phraseology of radio exchange, which reduce the level of speech communication efficiency.

Keywords: phraseology of radio exchange; professional language; aviation communication; language of aviation; regulatory framework; operational language.

ВВЕДЕНИЕ

Профессиональная коммуникация все чаще становится объектом исследования ученых. Радиообмен между пилотом и авиадиспетчером является очень важным профессиональным умением и представляет собой особый вид речевой деятельности. От качества обмена данными между диспетчером и пилотом зависит безопасность всех лиц, находящихся на борту воздушного судна, чем и обусловлена актуальность исследования.

Радиообменный язык, используемый в профессиональной авиационной коммуникации, включает как технические термины, так и устойчивые обороты. Настоящая статья посвящена исследованию специфики фразеологии радиообмена авиадиспетчеров и пилотов в русскоязычном сегменте.

Объектом исследования является радиообмен между диспетчером и пилотом в режиме профессиональной коммуникации, а предметом – языковые особенности фразеологии радиообмена.

В последнее время появилось много интересных исследований профессионального языка в сфере авиации таких ученых, как Акимова О. В., Исакова О. А., Осипова О. А., Прохожай И. Н., Исакова О. И., Ковтун Е. В., Мельниченко С., Щетинина Н. А. и др.

Так, Мельниченко С. , говорит о формировании специального языка авиации, отмечая его обусловленность «усложнением самолетов и увеличением числа технических документов» [Мельниченко 2003].

О. В. Акимова рассматривает радиообмен как дискурс с иерархически организованными речевыми актами [Акимова 2004].

Исследователь Щетинина Н. А. профессиональный дискурс радиообмена рассматривает как институциональное общение [Щетинина 2012].

О применении кодового унифицированного языка, который очерчен стандартной фразеологией достаточно специфической направленности, пишет Осипова О. А. [Осипова 2017].

Материалом настоящего исследования послужили записи он-лайн переговоров пилотов и диспетчеров в аэропортах России [Онлайн-проект с онлайн-трансляцией радиообмена в аэропортах мира [Электронный ресурс]].

Методология исследования базируется на общепhilософских методах анализа, синтеза, лингвистических методах анализа, функциональном анализе.

Языковая специфика авиационных коммуникаций

Целями коммуникации радиообмена являются информирование, запрос, контроль и сопровождение воздушного судна наземными службами [Акимова 2004]. В рамках передачи информации (о местонахождении воздушного судна, маршруте полета, параметрах полета, о пересечении воздушных масс, о входе в зону и выходе из зоны и др.) применяется кодовый унифицированный язык, который включает устойчивые фразеологизированные обороты специфической направленности [Осипова 2017]. Кроме того, существует определенный порядок обмена информацией: каждое полученное сообщение сопровождается ответным сообщением.

Радиообмен представляет собой опосредованное техническими каналами, дистанционное диалогическое общение, которое следует классифицировать как руководящее и информационное, поскольку пилот и авиадиспетчер, с одной стороны, осуществляют обмен информацией, а с другой – обмен инструкциями, в результате такая информация так или иначе воздействует на поведение собеседника [Клёсова 2014].

Такой дискурс, состоящий из запросов и команд, обладает еще и сигнальной функцией [Щетинина 2012]. Т. А. Мальковская отмечает связанность реплик участников коммуникации (пилот – диспетчер) по тематической направленности: побуждение – согласие/отказ, вопрос – ответ, утверждение – подтверждение/ опровержение [Мальковская 2004].

Важной языковой особенностью, отмеченной исследователями, является лексические повторы, которые определяют наиболее важную информацию, так как повторяются ключевые для данного дискурса слова. Лексические повторы часто являются остаточным элементом предыдущей синтаксической структуры. Так, например, пилот при каждом ответе или вызове наземной службы обязательно называет свой позывной. Это необходимо, так как диспетчер может вести диалог с несколькими самолетами. И если с содержательной точки зрения лексический повтор является избыточным, то в ситуации обеспечения безопасности полета, такие повторы нужны. Они являются одним из средств «компенсации отсутствия визуального контакта в условиях непрямого общения» [Мальковская 2004]. Кроме того, лексические и синтаксические повторы, которые приводят к дублированию информации, необходимы в целях исключения ошибок при передаче сообщений.

В некоторых случаях наблюдается добавление непреднамеренного элемента в стандартное сообщение. Например, некоторые диспетчеры предпочитают использовать выражение «поддерживать уровень полета ... (при достижении)», а не базовую фразу «поддерживать уровень полета ...», чтобы подчеркнуть важность поддержания определенного уровня полета, как только он достигнут.

Каждое слово, применяемое в рамках авиационного взаимодействия, имеет конкретное и однозначно трактуемое значение. Количество слов, длительность предложений минимальное, поэтому в авиационной коммуникации часто применяются сокращения и аббревиатуры. Но сохранение точности, ясности при передаче информации – принцип более важный.

В рамках внештатных ситуаций радиобмен нередко апеллирует к неутвержденным словам и фразам, поскольку ситуация и способ реагирования на нее требуют иного подхода.

Не смотря на высокий уровень унификации требований к авиационным коммуникациям, существует ряд проблем, обусловленных факторами, которые снижают уровень эффективности речевой коммуникации через радиоканалы. Одной из таких проблем является проблема кодового переключения. Н. Б. Боева-Омельченко определяет

кодовое переключение как «переход говорящего в процессе речевого общения с одного языка (диалекта, стиля) на другой в зависимости от условий коммуникации» [Боева-Омельченко 2004]. Истории современной авиации известны случаи, когда такое переключение, вызвавшее непонимание коммуникантов, привело к крупной авиационной катастрофе.

Русская фразеология радиообмена

Большая часть исследований профессионального языка авиации, в том числе и фразеологии, проводится на материале английского языка, который, по сути, является международным языком авиации. Наше исследование посвящено русскоязычному радиообмену, до сих пор не подвергнутому серьезному рассмотрению.

Материалом настоящего исследования послужили записи он-лайн переговоров пилотов и диспетчеров в аэропортах России [Онлайн-проект с онлайн-трансляцией радиообмена в аэропортах мира [Электронный ресурс].

Среди основных правил радиообмена – четкость и ясность выражения. Темп речи не быстрый (не более 100 слов в минуту), чтобы специалисты могли понять друг друга. Запрет перебивать пилотов, диспетчеров, взаимная вежливость.

Перед выходом на связь пилот и диспетчер убеждаются, что на данной частоте нет переговоров, чтобы не вклиниваться в чужой обмен данными.

Пилот (далее – П). Новосибирск – контроль, Аэрофлот 123, предполетная проверка связи

Диспетчер (далее – Д). Аэрофлот 123, принимаю вас на 5

П. На 5, Аэрофлот 123

В рамках диалога осуществляется прослушивание информации АТИС (служба автоматической передачи информации в районе аэродрома).

П. Новосибирск – контроль, Аэрофлот 123, на стоянке 10, информация «Alpha» на борту (или погода за 11-30 на борту), разрешите выталкивание и/или запуск на стоянке

Д. Аэрофлот 123, выталкивание и/или запуск разрешаю, сквок 4127

*П. Выталкивание и запуск разрешили, сквок 4127, Аэрофлот 123
«Сквок» – это код ответчика.*

После разрешения запуска осуществляет запуск двигателей. Затем происходит запрос на руление.

П. Аэрофлот 123, разрешите предварительный

Д. Аэрофлот 123, ВПП 08, предварительный разрешаю, влево по перрону, РД А, В, С

П. ВПП 08, занимаем предварительный, влево по перрону, РД А, В, С, Аэрофлот 123

После выруливания на предварительный диспетчер осуществляет сообщение об условиях выхода.

Д. Аэрофлот 123, готовы записать условия выхода?

П. Готовы, Аэрофлот 123

Д. Аэрофлот 123, схема выхода «Голим 07 Танго», первоначальный набор 800 метров

П. Аэрофлот 123, схема выхода «Голим 07 Танго», первоначальный набор 800 метров

После записанных условий выхода осуществляется настройка оборудования, руление на предварительный также продолжается. На предварительном старте пилот осуществляет запрос на занятие исполнительного старта.

П. Аэрофлот 123, на предварительном ВПП 08, разрешите исполнительный

Д. Аэрофлот 123, ветер у земли 30 градусов 6 метров в секунду, ВПП 08, исполнительный разрешаю

П. Аэрофлот 123, занимаю исполнительный, ВПП 08

В рамках выхода на исполнительный старт пилот должен включить ответчик в режим С (Charlie). Далее запрашивается разрешение на осуществление взлета.

П. Аэрофлот 123, на исполнительном, к взлету готов

Д. Аэрофлот 123, взлет разрешаю

П. Взлетаем, Аэрофлот 123

После взлета до достижения двухсот метров пилот должен доложить.

П. Аэрофлот 123, взлет, по схеме «Голим 07 Танго» набираем 800 метров

Д. Аэрофлот 123, опознаны, набирайте подписанный эшелон 340, «Голим» доложите

П. Аэрофлот 123, набираем эшелон 340, «Голим» доложим

Далее пилот осуществляет набор высоты и при подходе к точке GOLIM связывается с диспетчером.

П. Аэрофлот 123, проходим «Голим», эшелон 340

Д. Аэрофлот 123 «Голим» подтверждаю, далее работайте «Юником» 122,80, до свидания

П. Далее «Юником» 122,80, всего доброго, Аэрофлот 123

Далее пилот осуществляет настройку на «Юником». В рамках полета в чат пилота может поступить сообщение (например, от диспетчера контроля). Выглядит оно обычно так: «Contact me 126,30». Пилот осуществляет настройку на частоту 126,30.

П. Симферополь-контроль, Аэрофлот 123, здравствуйте, проходим «КЕРОМ», эшелон 340

Д. Аэрофлот 123, здравствуйте, «КЕРОМ» подтверждаю, контроль вторичный, сохраняйте 340, начало расчетного снижения доложите

П. Контроль вторичный, сохраняем 340, начало расчетного снижения доложим, Аэрофлот 123

В рамках осуществления подхода к точке расчетного снижения пилот передает информацию и докладывает.

П. Аэрофлот 123, начало расчетного снижения, информация «Янки».

Д. Аэрофлот 123, снижайтесь эшелон 60, в работе ВПП 25, схема захода «Номги 2 Альфа»

П. Снижаемся эшелон 60, в работе ВПП 25, схема захода «Номги 2 Альфа», Аэрофлот 123

Далее осуществляется подготовка к посадке, при переходе на настройку эшелон 70 диспетчер осуществляет выдачу разрешения на дальнейшее снижение.

Д. Аэрофлот 123, эшелон перехода 60, по давлению 895 гектопаскалей (или миллибар) снижайтесь 600 метров, заход по ILS ВПП 25 разрешаю, захват курсового доложите

П. Эшелон перехода 60, по давлению 895 гектопаскалей снижаюсь 600 метров, заход по ILS на ВПП 25 разрешили, захват курсового доложу, Аэрофлот 123

В рамках захода после осуществления захвата курсового радиомаяка пилот докладывает об этом.

П. Аэрофлот 123, захват курсового

Д. Аэрофлот 123, ветер у земли 140 градусов, 4 порывы 9 метров в секунду, ВПП 25, посадку разрешаю

П. ВПП 25 посадку разрешили, Аэрофлот 123

Затем, после выполненной посадки, необходимо доложить об освобождении.

П. Аэрофлот 123, ВПП 25, освободил на РД 3

Д. Аэрофлот 123, стоянка 12 по РД3, Магистральная 2, РД 5, перрон

П. Аэрофлот 123, стоянка 12 по РД3, Магистральная 2, РД5, перрон

После захода на стоянку пилот докладывает диспетчеру о факте захода на стоянку.

П. Аэрофлот 123, на стоянке 12, на стояночном

Д. Аэрофлот 123, добро пожаловать в Симферополь. До свидания!

П. Всего хорошего, спасибо за контроль, Аэрофлот 123!

Запрос разрешения на вылет выглядит в радиообмене следующим образом.

П. Домодедово-деливери, Аэрофлот 144, разрешите вылет согласно плану в аэропорт «Толмачево», эшелон 350, информация «Виски» на борту

Д. Аэрофлот 123, вылет в аэропорт «Толмачево» разрешаю, эшелон 350 подписываю, в работе ВПП 32 левая, схема выхода «Картино 32 виски», сквок 1540, первоначальный набор 50, после взлёта работайте «Домодедово-круг» 127,7

П. Вылет разрешили, эшелон 350 подписали, в работе ВПП 32 левая, схема выхода «Картино 32 Виски», сквок 1540, первоначальный набор 50, после взлёта с «кругом» 127,70, Аэрофлот 123.

Приведенный материал демонстрирует ряд особенностей языка радиообмена:

- ◆ сегментированные синтаксические конструкции, состоящие из небольшого количества элементов (2-4);
- ◆ полное отсутствие сложных синтаксических конструкций;
- ◆ частотны номинативные конструкции в именительном падеже (*Аэрофлот 123, начало расчетного снижения, информация «Янки»*);
- ◆ императивные конструкции, которые требуют ответа (*Д. снижайтесь 600 метров; П. снижаюсь 600 метров*);
- ◆ лексические повторы, в основном рамочного вида (*Д. Аэрофлот 123, ветер у земли 140 градусов, 4 порывы 9 метров в секунду, ВПП 25, посадку разрешаю; П. ВПП 25 посадку разрешили, Аэрофлот 123*);
- ◆ употребление разных форм времени глаголов (*П. Эшелон перехода 60, по давлению 895 гектопаскалей снижаюсь 600 метров, заход по ILS на ВПП 25 разрешили, захват курсового доложу, Аэрофлот 123*);
- ◆ употребление отрицательной формы повелительного наклонения (*«Не оставайтесь»*);
- ◆ отсутствие конструкций вопросительной формы за исключением *«Как слышно?»*, а также некоторых отдельных запросов пилотов;
- ◆ использование этикетных устойчивых сочетаний (*Д. Аэрофлот 123, добро пожаловать в Симферополь. До свидания! П. Всего хорошего, спасибо за контроль, Аэрофлот 123!*);
- ◆ большое количество числительных, употребляемых в именительном падеже;
- ◆ отсутствие вспомогательных модальных глаголов, поскольку они выражают вероятность, желательность или возможность, тогда как язык радиообмена должен быть определенным и ясным.

Применяемые термины, обороты и конструкции ориентируются на обеспечение сжатости языка радиообмена гражданской авиации. Это позволяет быстро, четко и лаконично передавать информацию или объяснять ситуацию.

Проведенное исследование позволяет утверждать, что фразеология радиообмена должна являться не только предметом практического использования в рамках построения авиационной коммуникации, но также и быть предметом языкознания.

В ходе исследования было проанализировано более 100 ситуаций и собраны данные о наиболее частых ошибках в применении фразеологии радиообмена (таблица 1).

Наши наблюдения в основном подтверждают результаты исследований, уже проведенных учеными [Клёсова 2014], которые выделяют ряд причин ошибок речевого взаимодействия: использование нестандартных лексических единиц, изменение темпа речи и/или произношения; загруженность эфира и недостаточность проработки правил построения и фразеологии радиотелефонной связи.

Таблица 1

Количество ошибок в применении фразеологии радиообмена по видам и профессиональным ситуациям

Ситуации / Основные виды ошибок	Применение нестандартных, неунифицированных лексических единиц	Изменение произношения (речь на неродном языке) или темпа речи	Нарушение правил построения фразеологии	Загруженность эфира
Количество ситуаций:	23	18	29	31
предполетная подготовка	1	6	8	0
запуск и буксировка	0	4	7	8
руление	5	0	5	1
взлет	2	0	0	6
набор высоты	0	1	1	3
полет по маршруту	1	2	0	4
снижение	5	0	0	2

Ситуации / Основные виды ошибок	Применение нестандартных, неунифицированных лексических единиц	Изменение произношения (речь на неродном языке) или темпа речи	Нарушение правил построения фразеологии	Загруженность эфира
заход на посадку	4	0	3	0
посадка	3	3	2	1
руление и парковка	2	2	3	6

Как видно из таблицы, запуск и буксировка нередко связаны с загруженностью эфира, предполетная подготовка – со слишком быстрым темпом речи, на этапе руления чаще всего допускаются ошибки в применении нестандартных фраз.

В некоторых случаях такие ошибки могут быть проигнорированы пилотом или диспетчером, которые правильно понимают происходящее, однако, если существует дефицит времени или участники радиообмена абсолютно уверены, что правильно поняли друг друга, ошибки этого характера могут привести к негативным последствиям. Ошибки при радиообмене являются коммуникативно значимыми, особенно это касается ошибок предметных и лексических, поскольку каждый элемент фразеологии радиообмена включает в себя не просто значение, а фактологическое исполнение сложных маневров и операций. Часто во время внештатных ситуаций учащается использование нерегламентированных оборотов, фраз, однако правильная интерпретация всех смысловых значений возможна только в том случае, если участники внештатной ситуации правильно понимают контекст, сценарий и процедуры развития ситуации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, авиационная коммуникация строится в рамках принципа экономии времени на общение, поэтому особенно важным является требование сжатости и четкости передаваемой информации,

чему также способствует унифицированность, стандартизованность речевых средств. Количество слов, длительность предложений должны быть по возможности минимальными, поэтому в авиационной коммуникации часто применяются сокращения и аббревиатуры.

В результате проведенного исследования установлены следующие особенности фразеологии радиообмена в гражданской: использование сегментированных синтаксических конструкции; употребление номинативных синтаксических построений и императивных конструкций; лексические повторы рамочного вида; использование разных форм времени; употребление отрицательной формы повелительного наклонения; отсутствие конструкций вопросительной формы; большое количество числительных, употребляемых в именительном падеже; отсутствие вспомогательных модальных глаголов, а также использование этикетных устойчивых сочетаний.

В рамках радиообменной фразеологии авиации осуществляется сохранение баланса – максимальное сжатие семантики при максимальной четкости выражения. Применяемые речевые формы обеспечивают минимум искажений и потери информации. Получение любой информации, как правило, сопровождается сообщением в ответ, количество слов в сеансах радиосвязи и их продолжительность минимальные.

Несмотря на высокий уровень унификации требований к авиационным коммуникациям, существует ряд проблем, которые снижают уровень эффективности речевой коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Акимова О. В.* Термин как единица терминологического поля и профессионального дискурса в разноструктурных языках (на материале терминологического макрополя «радиообмен гражданской авиации» в русском и английском языках): дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2004. 254 с.
- Боева-Омельченко Н. Б.* Краткий толковый словарь социолингвистических терминов. М.: Готика, 2004. 60 с.
- Клёсова Ю. В.* Состояние вопроса по речевой коммуникации в авиационных системах связи // *Фундаментальные проблемы радиоэлектронного приборостроения.* 2014. Т. 14. № 5. С. 202–205.

- Контроль факторов угрозы и ошибок (КУО) при управлении воздушным движением, документ ИКАО [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://aviadocs.net/icaodocs/Cir/314_ru.pdf (дата обращения: 08.10.2019)
- Мальковская Т. А. Англо-русские соответствия в языковой структуре радиообмена в режиме общения пилот – авиадиспетчер: дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2004. 163 с.
- Мельниченко С. Не надо творчества! Употребление нестандартных фраз может привести к чему угодно // Новости аэронавигации. 2003. № 2. С. 10–14.
- Онлайн-проект с онлайн-трансляцией радиообмена в аэропортах мира [Электронный ресурс] // URL: <http://listentothe.cloud/> (дата обращения 08.10.2019)
- Осипова О. А. Прагматический аспект просодии в дискурсе радиообмена гражданской авиации // Казанская наука. 2017. № 11. С. 114–116.
- Щетинина Н. А. Стандартизированная лексика англоязычного радиообмена гражданской авиации // Молодой ученый. 2012. № 5. С. 316–321.

REFERENCES

- Akimova O. V. Termin kak edinica terminologicheskogo polja i professional'nogo diskursa v raznostrukturnyh jazykah (na materiale terminologicheskogo makropolja «radioobmen grazhdanskoj aviacii» v russkom i anglijskom jazykah): dis. ... kand. filol. nauk. Kazan', 2004. 254 s.
- Boeva-Omel'chenko N. B. Kratkij tolkovyj slovar' sociolingvisticeskikh terminov. M.: Gotika, 2004. 60 s.
- Klesova Yu. V. Sostoyanie voprosa po rechevoi kommunikatsii v aviatsionnykh sistemakh svyazi // Fundamental'nye problemy radioelektronного приборостроения. 2014. Т. 14. № 5. С. 202–205.
- Kontrol' faktorov ugrozy i oshibok (КУО) pri upravlenii vozдушным движением, документ ИКАО [Elektronnyi resurs] // Rezhim dostupa: http://aviadocs.net/icaodocs/Cir/314_ru.pdf (data obrashcheniya: 08.10.2019)
- Mal'kovskaja T. A. Anglo-russkie sootvetstvija v jazykovoj strukture radioobmena v rezhime obshhenija pilot – aviadispatcher: dis. ... kand. filol. nauk. Pjatigorsk, 2004. 163 s.
- Mel'nichenko S. Ne nado tvorchestva! Upotreblenie nestandardnyh fraz mozhet privesti k chemu ugodno // Novosti ajeronavigacii. 2003. № 2. С. 10–14.
- Onlain-proeekt s onlain-translyatsiei radioobmena v aeroportakh mira [Elektronnyi resurs] // URL: <http://listentothe.cloud/> (data obrashcheniya 08.10.2019)
- Osipova O. A. Pragmaticheskii aspekt prosodii v diskurse radioobmena grazhdanskoj aviacii // Kazanskaya nauka. 2017. № 11. С. 114–116.
- Shhetinina N. A. Standartizirovannaja leksika anglojazыchnogo radioobmena grazhdanskoj aviacii // Molodoy uchenyj. 2012. № 5. С. 316–321.

УДК 373.55

Кудоярова Татьяна Викторовна

кандидат педагогических наук

доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина

TVKudoyarova@pushkin.institute

РЕЧЕВАЯ АГРЕССИЯ В РЕЧИ ШКОЛЬНЫХ ПЕДАГОГОВ

В статье рассматриваются виды речевой агрессии в речи современных школьных педагогов и возможные пути ее преодоления. Особое внимание уделяется шутке как эффективному способу разрешения сложных коммуникативных и педагогических ситуаций на уроке, который помогает педагогу не только выстроить речевую стратегию своего поведения, но и сдерживать речевую агрессию адресата.

Ключевые слова: вербальная агрессия, педагогическая риторика, коммуникативная неудача, средства устранения речевой агрессии.

Kudoyarova Tatyana Viktorvna

PhD of pedagogical Science

Professor of the Department of Russian literature and intercultural

communication of Pushkin State Russian Language Institute

TVKudoyarova@pushkin.institute

SPEECH AGGRESSION IN THE SPEECH OF SCHOOL TEACHERS

The article discusses the types of speech aggression in the speech of modern school teachers and possible ways to overcome it. Special attention is paid to the joke as an effective way to resolve complex communicative and pedagogical situations in the lesson, which helps the teacher not only to build a speech strategy of their behavior, but also to restrain the speech aggression of the addressee.

Keywords: verbal aggression, pedagogical rhetoric, communication failure, means of eliminating speech aggression.

В настоящее время проблеме вербальной агрессии (в том числе в педагогическом общении и в среде подростков) посвящается все больше исследований.

Вербальная агрессия занимает особое положение среди других форм агрессивного поведения субъектов коммуникации. Данная проблема стоит на пересечении многих наук: эмотивной лингвистики, психологии и психолингвистики, социо- и этнолингвистики, когнитивной

лингвистики, юрислингвистики, а также педагогической риторики. Предметом изучения вышеперечисленных наук применительно к теме нашей статьи является языковое поведение субъектов коммуникации и социальных групп, а также функционирование языка в социокультурном контексте.

Истоки современного положения дел, характеризующегося все более возрастающей тенденцией к вербальной агрессии, М. Н. Кожина видит в периоде господства тоталитарного режима в России (сталинская эпоха), после которого эта тенденция «продолжает действовать в период расширения границ речевой свободы – в период перестройки и постперестройки», когда «отмена цензуры, идеологических табу, строгих стилевых установок привела к раскрепощению языка публицистики» [Стилистический энциклопедический словарь... 2006, с. 340]. В постперестроечное время, по мнению исследовательницы, «тенденция к речевой агрессии активно проявляет себя в сферах функционирования устной разговорной речи: в семье, в школе и других учреждениях образования...» [Стилистический энциклопедический словарь...2006, с. 341].

Вербальная агрессия, возникающая в процессе речевого взаимодействия педагогов и учащихся, нарушает основные принципы оптимального педагогического общения. Отсутствие эмпатии при речевом взаимодействии педагога и учащихся может привести к возникновению речевой агрессии и конфликтных ситуаций, в ходе которых будет реализовываться конфликтный дискурс.

Результатом проявления речевой агрессии со стороны ученика и учителя может стать коммуникативная неудача. Типичной разновидностью коммуникативной неудачи в речи учителя Базилевская называет «неправильно выраженное порицание, цель которого – добиться, чтобы ученик изменил свои действия в нужном направлении – не достигается вследствие замещения речевого акта побуждения выражением эмоционального состояния учителя, сопровождаемым оскорблением и унижением учащегося» [Базилевская, 1991, с. 19]. В большинстве случаев агрессивное коммуникативное поведение педагогов и учащихся объясняется «желанием добиться изменения поведения адресата», реже – «попыткой нанести моральный урон»

(со стороны учащихся) и «повышение своей самооценки (или демонстрация силы)» (со стороны как учителей, так и учащихся).

Согласно предложенной А. Н. Леонтьевым классификации, Ю. В. Щербинина считает, что основными мотивами проявления вербальной агрессии в конкретных речевых ситуациях будут мотивы, связанные с такими потребностями детей, как например:

- 1) потребность в самоутверждении (протест против ограничения свободы со стороны взрослых; стремление к самостоятельности, независимости) [Щербинина 2001, с. 31];
- 2) потребность в самореализации (стремление к достижению целей, в результате которого может происходить ущемление интересов другого человека) [Там же. – С. 31];
- 3) потребность в самозащите (стремление оградить себя от вербальной агрессии со стороны других участников речевой ситуации) [Там же. – С. 31].

Если говорить о причинах речевой агрессии, проявляемой со стороны средних и старших школьников, нельзя обойти вниманием и возрастные психологические особенности учащихся этого возраста, среди которых Ю. В. Щербинина, изучавшая вербальную агрессию в школьной речевой среде, выделяет следующие:

1. Психологический кризис подросткового возраста, отмеченный повышенным проявлением агрессии вообще и речевой особенно.
2. Обострение в подростковом возрасте психологического дискомфорта при попадании в ситуацию фрустрации и более частое создание таких ситуаций.
3. Временная гиперфункция или гипофункция одного из уровней базальной системы эмоциональной регуляции: уровня стереотипов («возникновение примитивной эмоциональной избирательности»), гиперфункция уровня экспансии («развитие уровня притязаний, создание опыта успеха и поражений»), гипофункция уровня эмоционального контроля («разрешение сложных психологических задач организации жизни индивида в обществе») [Щербинина 2001, с. 29–30].

Многие исследователи, занимающиеся проблемой агрессии, в частности вербальной, пытались систематизировать и классифицировать проявления этого понятия в речи. Особенный интерес представляет классификация А. К. Михальской. Анна Константиновна классифицирует виды вербальной агрессии по интенсивности, или степени выраженности – от слабых («стертых») к сильным [Михальская 1996].

К сильным проявлениям речевой агрессии А.К. Михальская относит брань, ругань, крайне эмоционально и экспрессивно выраженное прямое порицание, грубое требование, произнесенное в резко повышенном тоне («крик»).

Однако, по данным исследований Ю. В. Щербининой, к ярко выраженной, сильной вербальной агрессии относятся и высказывания на повышенных тонах, и высказывания, в которых есть прямые оскорбления адресата, и резкие замечания, язвительные насмешки, и даже угрозы.

К слабым проявлениям вербальной агрессии А.К. Михальская относит соответственно не прямое оскорбление или осуждение, упрек или отказ, если он не сопровождается соответствующими формами вежливости. По справедливому замечанию А. К. Михальской, «такие речевые акты трудно вообще считать агрессивными, так как вовсе не всякая хула или порицание суть агрессия» [Михальская 1996 с. 166].

Нельзя не согласиться с мнением Ю. В. Щербининой, которая считает, что самым серьезным препятствием на пути преодоления речевой агрессии является лояльность как адресата, так и адресанта в оценке агрессии слова [Щербинина 2003]. Проводя анкетирование среди учителей, мы убедились в актуальности данной проблемы: на вопрос «Какие средства преодоления речевой агрессии Вы используете при общении с учащимися?» один респондент назвал способами борьбы с вербальной агрессией учащихся повышенный тон, угрозу и грубое требование, другой ответил: «Никакие», остальные поставили прочерк.

Рассматривая проявления вербальной агрессии в школьной речевой среде, Ю. В. Щербинина, делает следующий вывод: если человек отказывается объективно признать собственную склонность к проявлению агрессии, заменяя это понятие абстрактными «резкость»,

«неуравновешенность» и утешая себя тем, что сейчас «все так говорят», он не сможет ничего изменить в своем общении с другими членами социума. Поэтому наиболее общее направление предотвращения агрессии, по мнению исследовательницы, – «самонаблюдение и самоконтроль над собственным речевым поведением, анализ своей речи с точки зрения вежливости, корректности, эффективности воздействия» [Там же]. Для педагога это должно являться одним из главных профессиональных умений. Как утверждает О. С. Булатова, идеалом педагогики сегодняшнего времени является «человек культуры» (термин В. С. Библера), «который сопрягает в своем сознании разные культуры, ориентирован на другого, предрасположен к диалогу с ним» [Булатова 2001, с. 68]. Одновременно с этим развивается представление о ребенке как о равноправном собеседнике взрослого [Там же. – С. 68]. В связи с этим необходимо отметить особое значение для педагогического общения терпимости, снисходительности, умения объективно оценивать личностные особенности и эмоциональное состояние партнера, а также эмпатии.

В подтверждение этого приведем данные, полученные в ходе анкетирования учителей одной из гимназий Москвы. Из 30 опрошенных педагогов начальной и средней школы 6 человек в качестве основного пути преодоления речевой агрессии в педагогическом общении назвали работу над собой, выдержку, терпение и самообладание, столько же учителей сделали акцент на спокойном, мягком тоне голоса при разговоре с учеником в ситуации конфликтного дискурса. В качестве других способов преодоления агрессии в речи педагога называли шутку и юмор, переключение внимания, игнорирование, убеждение, положительные оценочные высказывания, этикетные формулы (вежливые обращения), устанавливающие доверительные отношения. Одним из педагогов было отмечено, что дети всегда чувствуют отношение к ним, и если учитель обращается к ним с положительными эмоциями и намерениями, не проявляют речевой агрессии.

При изучении проблемы преодоления вербальной агрессии в школьной речевой среде Ю. В. Щербининой выделяются следующие основные направления коррекционно-профилактической работы:

1. Повышение культурно-речевого уровня учителя общеобразовательной средней школы;

II. Риторизация учебного процесса в общеобразовательной средней школе и осуществление коммуникативно-деятельностного подхода в обучении;

III. Включение риторики в систему обязательных предметов общеобразовательной средней школы с целью повышения уровня речевой культуры учащихся, овладения ими навыками эффективного гармонизирующего этикетного общения, не допускающего проявлений вербальной агрессии [Щербинина 2001, с. 167].

Отметим, что первое место не случайно отведено повышению культурно-речевого уровня учителя общеобразовательной средней школы.

Как утверждает Ю. В. Щербинина, вербальная агрессия педагога демонстрирует авторитарный стиль общения, отсутствие профессионализма и приводит к отчуждению, враждебности, непониманию [Щербинина 2003].

Как справедливо заметил Ш. А. Амонашвили, обучая и воспитывая, учитель приобщает детей к материальным и духовным ценностям прошлых и современных поколений, являясь при этом посредником между ребенком и этими ценностями. Для ребенка, по мнению педагога, «знания не существуют без учителя. И если малыш любит своего учителя, то, значит, пристрастится и к знаниям. Если же он недолголюбит учителя, боится его, не видит в нем друга, то учение теряет для него всякую ценность» [Амонашвили 1987, с. 11].

Одной из предпосылок возникновения такой дисгармонии в отношениях между педагогом и учащимися можно назвать речевую агрессию. Агрессия в речи учителя способна вызвать чувство неприятия у учеников, привести к отсутствию у них заинтересованности в предмете, вызвать ответную агрессию и спровоцировать конфликт. Именно поэтому в поисках путей преодоления речевой агрессии в педагогическом общении, особое внимание следует уделять тем стратегиям и тактикам, которые следует использовать учителю во время диалога с учащимися.

На первое место необходимо поставить те средства речевого этикета, благодаря которым возможно не допустить появления вербальной агрессии в процессе педагогического общения (вежливое обращение, вежливое побуждение, комплимент). Поскольку семантическим

признаком комплимента является выражаемое им одобрение, комплимент является «высказыванием, при помощи которого говорящий рассчитывает вызвать положительную эмоциональную реакцию адресата» [Серебрякова 2002, с. 18]. Вежливое побуждение в свою очередь также способно вызвать у учеников положительную реакцию. Для этого его следует оформлять косвенными речевыми актами (с использованием вопроса или сослагательного наклонения).

Не менее важным приемом может явиться шутка. Следует оговориться, что, вслед за Ю. В. Щербининой, мы не рассматриваем шутки неприязненного и оскорбительного содержания, так как они могут, напротив, провоцировать ответную речевую агрессию [Щербинина 2003]. Это позволяет утверждать, что юмор несовместим с открытой агрессией и потому является действенным методом в борьбе с ней. Как утверждает О. С. Булатова, «шутка – очень эффективный и эффективный способ воздействия, снимающий психологическое напряжение, подчеркивающий доброжелательные отношения, приносящий маленькую радость, затмевающую унылое или агрессивное состояние ребенка. Артистичный педагог с помощью шутки активизирует, отвлекает, расслабляет, рождает эмпатию. Учитель мысленно как бы поднимается над ситуацией, смотрит на нее с высоты птичьего полета и вдруг, обнаружив смешную сторону, обозначает ее словесно» [Булатова 2001, с. 197].

Другим не менее важным приемом из перечисленных в работе Ю. В. Щербининой мы считаем положительные оценочные высказывания, поскольку именно целенаправленное выражение доброжелательного отношения, расположения к ученику, одобрения каких-либо его действий, похвала и комплимент препятствуют речевой агрессии и способствуют гармонизации общения между педагогом и учащимися в ходе педагогического процесса.

Особое место в ряду средств устранения речевой агрессии можно отвести эвфемизации. Эвфемизмы, являясь словами и выражениями, «“маскирующими” обозначения неприятных и или отрицательных явлений» [Щербинина 2001, с. 275], смягчают речь учителя, позволяют высказать замечание, не боясь того, что со стороны учащихся последует ответная агрессия.

В целях нахождения наиболее действенного и эффективного с точки зрения школьников средства преодоления вербальной агрессии в речи педагога, все основные способы, выделенные Ю. В. Щербининой [Щербинина 2004], были предложены учащимся средней и старшей школы в ходе анкетирования. Наиболее действенными методами преодоления агрессии в речи педагога учащиеся считают игнорирование (24 %) и юмор (21 %).

В данной статье мы хотим особенно выделить шутку как средство гармонизации педагогического общения: конкретные шутки закрепляются за учителями, являясь важнейшими составляющими при формировании речевого портрета личности педагога, запоминаются, записываются и воспроизводятся учащимися.

Нами были записаны следующие шутливые замечания учителей, оставшиеся в памяти их учеников:

1. Мой милый, мой сокол ясный, иди, подлец, сюда! (Учитель физики)
2. Я убью тебя, лодочник! (Учитель биологии)
3. Вы разгильдяи и мозготёры, 10«М». (Учитель биологии)
4. Я этим одиннадцатиклассникам дыню в одно место! (Учитель физики)
5. Сотри это порнографии. (Учитель физики)
6. Биолухи. (Учитель биологии)
7. Киш-миш, жареные гвозди. (Фраза произносилась учителем биологии при неверном ответе на уроке).
8. Вы хотите, чтобы Нина Евгеньевна встала в позу кобры? (Учитель биологии)
9. Клименко, ты на физ-ру начнешь ходить, только если я в зале зеркало поставлю. (Учитель физкультуры)
10. Вы меня скоро как мамонта убьете!
11. Я тебя на ноль умножу. (Учитель математики)
12. Отвечай четче! На тебя все Выхино-Жулебино смотрит!
13. Побудь умненьким и благородненьким и помолчи.
14. Помянем отсутствующих.
15. Банда на задних партах, можно потише?
16. Вытащи свои дебилники из ушей... (Учитель физики)

Интересными нам представляется последний пример. Включив данное шутивное замечание в анкету для учеников 5–9 классов, а также учащихся других школ, мы выяснили, что оно может восприниматься учащимися как агрессивное, из чего мы делаем вывод, что рассмотрение речевого акта в качестве проявления вербальной агрессии зависит от многих факторов: возраста учащихся, ситуации, в которой произносится высказывание, климата в коллективе, установившихся между педагогом и учащимися межличностных отношений. Одна и та же фраза, произнесенная разными учителями, может восприниматься учащимися по-разному: в одном случае как шутивное замечание, в другом – как речевая агрессия.

Таким образом, соблюдение общих этикетных правил общения, отказ от употребления языковых средств и интонаций, оскорбляющих и унижающих достоинство ребенка, эмпатия и толерантность, умение при необходимости перевести педагогическую ситуацию на уроке в шутку помогает педагогу не только выстроить речевую стратегию своего поведения, но и сдерживать речевую агрессию адресата. Такие умения совершенствуются в процессе непосредственной педагогической деятельности, но формируются, безусловно, в годы обучения профессии. В этой связи нельзя не согласиться с А. Г. Жуковой и А. Н. Романовой, справедливо утверждающими, что в подготовке будущих учителей необходимо соблюдать баланс психолого-педагогических и филологических дисциплин: «Право преподавания в школе может быть предоставлено лишь тем бакалаврам филологии, кто в рамках образовательной программы получил возможность освоить психолого-педагогические дисциплины и прошел педагогическую практику. При этом необходимо законодательно закрепить не только минимальный объем этого блока (не менее 250 ч), но и его содержание. В психолого-педагогический блок обязательно должны входить такие дисциплины, как возрастная психология, педагогика, методика преподавания русского языка, методика преподавания литературы, а также педагогическая практика в объеме не менее 4–6 недель» [Жукова, Романова 2015 с. 96].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Амонашвили Ш. А.* В школу – с 6 лет // Педагогический поиск / Сост. И. Н. Баженова. – М., 1987. – 544 с.
- Базилевская В. Б.* Порицание в устах учителя (опыт анализа речевого акта) // Прагматические аспекты функционирования языковых единиц: Тез. докл. / Ин-т языкознания АН СССР. – М., 1991. – С.19.
- Булатова О. С.* Педагогический артистизм. Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 240 с.
- Жукова А. Г., Романова А. Н.* К вопросу о нормативной базе вузовской подготовки учителей русского языка и литературы // Сибирский педагогический журнал. 2015. № 6. С. 92–97.
- Михальская А. К.* Русский Сократ: лекции по сравнительно-исторической риторике. – М.: Академия, 1996. – 189 с.
- Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
- Щербинина Ю. В.* Вербальная агрессия в школьной речевой среде. // Дисс. канд. филол. наук. – М., 2001.

REFERENCES

- Amonashvili Sh. A.* To school – from 6 years // Pedagogical search / Comp. I. N. Bazhenova. – M., 1987. – 544 p.
- Bazilevskaya V. B.* Reprimanding in the mouth of a teacher (experience in analyzing a speech act) // Pragmatic aspects of the functioning of language units: Proc. doc. / Institute of Linguistics, USSR Academy of Sciences. – M., 1991. – P. 19.
- Bulatova O. S.* Pedagogical artistry. Textbook allowance for students. higher ped textbook. institutions. – M.: Publishing Center “Academy”, 2001. – 240 p.
- Zhukova A. G., Romanova A. N.* On the regulatory framework of university training for teachers of the Russian language and literature // Siberian Pedagogical Journal. 2015. No. 6. S. 92–97.
- Mikhalskaya A. K.* Russian Socrates: lectures on comparative historical rhetoric. – M.: Academy, 1996. – 189 p.
- The stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language / ed. M. N. Skin. – 2nd ed., Rev. and add. – M.: Flint: Nauka, 2006. – 696 p.
- Shcherbinina Yu. V.* Verbal aggression in a school speech environment. // Diss. Cand. filol. sciences. – M., 2001.

УДК 378.016

Липатова Вера Юльевна

Доктор педагогических наук, доцент,
профессор кафедры риторики и культуры речи Института филологии
Московского педагогического государственного университета
juljevna@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ФИЛОЛОГИЧЕСКОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ»

Статья посвящена проблеме обучения студентов филологической самопрезентации с опорой на прагматический подход. Представлены фрагменты текстов филологической самопрезентации студентов первого курса. Познание идеи своего имени открывает новые возможности для коммуникации.

Ключевые слова. Речевой жанр «самопрезентация»; филологическая самопрезентация; речевые практики.

Lipatova Vera Yulyevna

Doctor of pedagogical Sciences, associate Professor,
Professor of the Department of rhetoric and culture of speech,
Institute of Philology, Moscow Pedagogical State University (MPSU)
juljevna@yandex.ru

FEATURES OF PHILOLOGICAL SELF-PRESENTATION IN THE CLASSROOM ON THE SUBJECT OF «SPEECH PRACTICE»

The article is devoted to the problem of teaching students philological self-presentation based on a pragmatic approach. Fragments of texts of philological self-presentation of first-year students are presented. Learning the idea of your name opens up new opportunities for communication.

Keywords: speech genre «self-presentation»; philological self-presentation; speech practices.

ВВЕДЕНИЕ

Исследование посвящено рассмотрению особенностей филологической самопрезентации студентов педагогического вуза, осуществляемой на занятиях по дисциплине «Речевые практики».

Актуальность исследования. Основанием для исследования служат общие тенденции современной лингвистики, проявляющиеся в изменении объекта научного познания: переход от сферы систем к центру всех систем – к человеку, изучение не только его языка,

не только реализации языка в речи, но и различных аспектов языковой личности, воспринимающей и порождающей высказывания и тексты.

Краткий обзор научной литературы. Надо признать, что антропони- мический аспект, лежащий в основе филологической самопрезентации, исследован достаточно широко [Даль 2004; Веселовский 1974; Фасмер 1986–1987; Рождественский 1999; Суперанская 2005]. Проблема речевого представления человеком самого себя партнерам по коммуникации, какой-либо группе, вообще – социуму, недостаточна разработана в гуманитарных науках. Исследователи пишут о разных вариантах / моделях жанра «самопрезентация» [Стернин 2005; Аннушкин 2007; Липатова 2013; Речевые практики 2019].

Методы исследования. Самопрезентация как необходимый компонент современной коммуникации требует прагматического подхода, учитывающего цели говорящего и установки слушающего, их речевые стратегии и тактики, обстановку общения.

Цель исследования. В процессе решения задач компетентностного образования на первый план выходят проблемы совершенствования речевой личности обучаемых и овладение ими речевыми жанрами современной коммуникации, а именно жанром «самопрезентация» в ее разновидности – филологической самопрезентации.

Предмет исследования. Самопрезентация рассматривается как представление самого себя какой-либо аудитории с целью привлечь внимание к себе, произвести положительное впечатление и, главное, запомниться слушателям. Поскольку был выбран один из вариантов жанра «самопрезентация» – филологическая самопрезентация [Липатова 2013, с. 43–62], постольку к данным целям была добавлена еще одна: представление умения студента работать с различными словарями [Даль 2004; Фасмер 1986–1987; Агеенко 2001; Суперанская 2005] и извлекать из них информацию, связанную с его антропонимом.

Материал исследования. Для анализа были взяты тексты филологической самопрезентации студентов первого курса.

Прежде всего, привлекает внимание формирующееся отношение рассказчика к своему имени и к тому, как это имя появилось, было дано и т. д. Например: *Каждый человек хотя бы раз в жизни изучал происхождение своего имени, и у каждого есть своя история.*

Я хотела бы поделиться своей и начать с имени отца, благодаря которому меня уже 18 лет называют Ириной.

С большой теплотой студенты описывают ситуации, в которых встречается совпадение их имени и/или отчества с уже широко известными, уникальными именами. Приведем пример: *Меня зовут Елена, мое отчество – Сергеевна. Всем известна замечательная женщина Елена Сергеевна – настоящий друг и возлюбленная Михаила Булгакова, хранительница его литературного наследия.*

В текстах студентов встречаются имена близких людей, выдающихся писателей, литературных героев. Например: *Мои родители знали, что выбор имени является непростой задачей, ведь оно способно наделить человека уникальными характеристиками и определить его дальнейшую судьбу. Ф. М. Достоевский очень любил имя София и, как правило, нарекал им всех своих кротких и смиренно-мудрых героинь: Соню Мармеладову, «отчаянно помогавшую своей семье»; Софию Матвеевну в романе «Бесы», ставшую добрым ангелом для умирающего человека, а также Софию Андреевну, мать юного Аркадия из романа «Подросток». Всем этим женщинам свойственна неиссякаемая мудрость, смирение и стойкое несение своего креста. Именно такой хотели видеть меня родители и поэтому выбрали имя София.*

Студенты демонстрируют свое умение обращаться к различным словарям: *Существуют две версии происхождения имени Дарья. По одной из них, мое имя имеет древнеперсидские корни: это женская форма имени Дарий, произошедшего от греческого Дарейос, что значит «владеющий», «богатый», «добрый». Согласно второй версии, Дарья – это имя со славянскими корнями. Родственные имена – Даролюба и Даромила. Получается, что имя Дарья по своему значению приближается к словам «дар», «подарок».*

Студенты, желая произвести благоприятное впечатление на аудиторию своим рассказом, обращаются к всемирной истории: *В прежние времена имя Елизавета считалось королевским, его давали только членам знатных семей: Елизавета Йоркская (английская принцесса), Елизавета II (королева Великобритании), Елизавета Баварская (императрица Австрии). Краткие формы моего имени*

в Европе со временем стали самостоятельными именами, например: Элиза, Луиза, Бетти и другие. В нашей же стране наиболее распространенные формы имени Елизавета – Лиза, Лизонька, Лизочка.

Студенты, желая еще больше привлечь внимание аудитории, используют диалог с ней таким, к примеру, образом: *Многие считают, что по значению имени можно определить характер и даже судьбу человека. Лично мне всегда было интересно, правда это или нет. Мне хотелось бы рассказать вам о значении своего имени, и, возможно, кто-то из вас потом скажет мне, соответствует оно моему характеру и поведению или нет. У моего имени несколько форм. Хочу назвать те формы, которые чаще всего слышу в свой адрес. Саша – так зовут меня дома. Шура – так меня называет любимая бабушка. Саня – мои друзья почему-то считают, что мне подходит именно эта форма. Один мой знакомый называет меня Алекса.*

Студенты, рассказывая о происхождении имени отца, например, не только упоминают сказки и сказочных героев, но и как будто случайно описывают семейные отношения: *Главу нашей семьи зовут Михаил. Это имя еврейского происхождения, означает «равный, подобный Богу». В России это имя очень популярно. Например, его можно встретить в русских народных сказках. Миша – так обычно зовут медведя. Думаю, каждый из нас, слыша имя Миша, представляет большого, статного мужчину, чем-то похожего на медведя. Мой папа как раз такой – настоящий хозяин нашего дома.*

Некоторым студентам удастся провести параллели к своему имени из разных областей знания и жизни: *Когда я родилась, мои родители хотели назвать меня Конкордия. Но мне повезло, и мне дали красивое и мужественное имя – Александра. Оно происходит от греческого имени Александр, которое означает «заступник людей». Таким легендарным именем зовется крупнейший древний город Александрия, основанный великим Александром Македонским. Это имя носила последняя русская царица Александра Федоровна, супруга Николая II. Имя Александра носят также крупнейший остров Антарктики и архипелаг в составе штата Аляска. Многие могут вспомнить песню «Александра, Александра...» из замечательного фильма «Москва слезам не верит».*

Результаты исследования. В процессе подготовки самопрезентации: сбора материала, написания текста, его запоминания студенты познают самих себя через свое большое имя и связь имени с этносом и историей. Они начинают понимать: человек создал язык имен собственных для оформления знаний о самом себе. Имена – это пласт культуры, который сохраняет национальные (материальные и духовные) «отзвуки» предшествующих поколений. Любое имя окружено семантико-историческим ореолом, который может играть в общении важную роль.

ВЫВОДЫ

Выводы, к которым приходят студенты в процессе моделирования речевого жанра «самопрезентация», имеют гуманистическую направленность. Отношение человека к своему имени демонстрирует отношение его к самому себе, к внутреннему ядру личности, а также отношение его к другим людям, к миру в целом. Познавая идею своего имени, человек познает те возможности, которые эта идея открывает для саморазвития и расширения его коммуникативных связей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Агеенко Ф. Л.* Собственные имена в русском языке : Словарь ударений. М. : НЦ ЭНАС, 2001. 376 с.
- Аннушкин В. И.* Риторика : Экспресс-курс : учебное пособие. М. : Флинта : Наука, 2007. 224 с.
- Веселовский С. Б.* Ономастикон: Древнерусские имена, прозвища и фамилии. М. : Наука, 1974. 382 с.
- Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка. Т. 1–4. М. : Русский язык, 1978.
- Липатова В. Ю.* Рефлексивная риторика : учебное пособие. СПб. : Алетейя, 2013. 292 с.
- Речевые практики : учебное пособие / под ред. Е. Л. Ерохиной. М. : МПГУ, 2019. 208 с.
- Рождественский Ю. В.* Введение в культуроведение. М. : Добросвет, 1999. 286 с.
- Стернин И. А.* Практическая риторика в объяснениях и упражнениях для тех, кто хочет научиться говорить. Воронеж : Истоки, 2005. 155 с.

Суперанская А. В. Словарь русских личных имен. М. : ЭКСМО, 2005. 544 с.
Фасмер М. Р. Этимологический словарь русского языка. Т. 1–4. М. : Прогресс, 1986–1987.

REFERENCES

- Ageenko F. L.* Sobstvennye imena v russkom jazyke : Slovar' udarenij. M.: NC JeNAS, 2001. 376 s.
- Annushkin V. I.* Ritorika : Jekspress-kurs : uchebnoe posobie. M. : Flinta : Nauka, 2007. 224 s.
- Veselovskij S. B.* Onomastikon: Drevnerusskie imena, prozvisshha i familii. M. : Nauka, 1974. 382 s.
- Dal' V. I.* Tolkovyj slovar' zhivogo velikorussskogo jazyka. T. 1–4. M. : Russkij jazyk, 1978.
- Lipatova V. Ju.* Refleksivnaja ritorika : uchebnoe posobie. SPb. : Aletejja, 2013. 292 s.
- Rechevye praktiki : uchebnoe posobie / pod red. E. L. Erohinovj.* M. : MPGU, 2019. 208 s.
- Rozhdestvenskij Ju. V.* Vvedenie v kul'turovedenie. M. : Dobrosvet, 1999. 286 s.
- Sternin I. A.* Prakticheskaja ritorika v ob#jasnenijah i uprazhnenijah dlja teh, kto hochet nauchit'sja govorit'. Voronezh : Istoki, 2005. 155 s.
- Superanskaja A. V.* Slovar' russkih lichnyh imen. M. : JeKSMO, 2005. 544 s.
- Fasmer M. R.* Jetimologicheskij slovar' russkogo jazyka. T. 1–4. M. : Progress, 1986–1987.

УДК 808

Мамонтова Марина Геннадьевна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры русского языка как иностранного института

международных образовательных программ

Московского государственного лингвистического университета

Mamontova_Mari@mail.ru

**ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
СТИЛЯ РУКОВОДСТВА СОФРОНИЯ ЛИХУДА
«О СИЛЕ РИТОРИЧЕСТЕЙ» 1698 ГОДА**

В статье речь идет об особенностях лексики и стиля Риторики 1698 года Софрония Лихуда. Автор статьи анализирует указанное сочинение, выделяя основные фигуры речи и синтаксические модели, которым Лихуд отдает предпочтение в своем учебнике, а также новую терминологию сочинения.

Ключевые слова: риторика; лексика; стиль; фигуры речи; синтаксические конструкции.

Mamontova Marina Gennadievna

PhD of philology,

Associate professor of the Department of Russian as a foreign language

Institute of international educational programs,

Moscow state linguistic University

Mamontova_Mari@mail.ru

**LEXICAL AND SYNTACTIC FEATURES
OF THE LEADERSHIP STYLE OF SOPHRONIUS LIHUDA
“ON THE POWER OF RHETORIC” IN 1698**

The article deals with the peculiarities of the vocabulary and style of Rhetoric of 1698 by Sophronius Lihuda. The author of the article analyzes this essay, highlighting the main figures of speech and syntactic models that Lihud prefers in his textbook, as well as the new terminology of the essay.

Keywords: rhetoric; vocabulary; style; figures of speech; syntactic constructions.

Филологическое наследие братьев Лихудов

Братья Иоанникий (1633–1717 гг.) и Софроний (1652–1730 гг.) Лихуды – греки, монахи, уроженцы острова Кефалонии, получили образование в Венеции и Падуанском университете. По рекомендации восточных патриархов прибыли в Россию в марте 1685 г. для того, чтобы преподавать в Москве «свободные искусства» («мудрости», «хитрости», «науки»), к которым относились прежде всего три филологические науки: грамматика, риторика, диалектика (логика). Здесь после успешного диспута с Яном (Андреем) Белобоцким приступили к преподаванию греческого языка в училище при Богоявленском монастыре. Ученики Лихудов составили костяк «Спасских школ» – Славяно-греко-латинской Академии. «Самобратия» преподавали здесь греческий язык, риторику и физику. Обучение в Академии шло по учебникам, составленным или переделанным самими Лихудами, и носило схоластический характер, но нельзя не признать за Лихудами и большой доли оригинальности и самостоятельности в постановке учебных предметов. Не подчиняясь строгой схоластике, они стремились поставить и действительно поставили преподавание наук в Академии в соответствие с потребностями общественной жизни того времени.

Софроний и Иоанникий Лихуды оставили богатейшее филологическое наследие на греческом, латинском и русском языках. Известны в рукописях краткая пространная «Грамматика», краткая латинская «Грамматика», сравнительная латино-греческая «Грамматика», «Логика» Софрония и ряд статей – большинство этих сочинений написаны на греческом языке. Из Риторик сохранились «Риторика» Иоанникия с собственноручными приписками Софрония и «Риторика» Софрония в 4-х греческих списках.

Руководство по риторике Софрония Лихуда «О силе риторических» 1698 г. явилось первым сочинением Петровской эпохи, где приводилось систематическое знание риторического «искусства». О его необычайной популярности в Петровскую эпоху свидетельствует тот факт, что этот учебник в переводе монаха Чудова монастыря Козмы Афоноверского известен в 33 списках, **указанных в исследовании В. И. Аннушкина [Аннушкин 2003].**

**«Риторика» Софрония Лихуда
в контексте своего времени**

Описание сочинения «О силе риторических» Софрония Лихуда было предпринято по списку ГИМ, собрание Уварова, 1^о, № 98 (2109) как наиболее авторитетному из всех 33-х списков. Именно эта рукопись была, по нашему предположению, подносным экземпляром, украшенным выразительными заставками и написанным четким полууставом.

Композиционно «Риторика» Софрония Лихуда состоит из четырех книг: 1-я содержит главы о «естестве», достоинстве и пользе риторики, описание 32-х общих мест с примерами; 2-я книга – о «красноглагольстве», т. е. украшении речи; 3-я – об «изложении» и «частях слова», т. е. о композиции речи; 4-я – о «показательном», т. е. похвальном слове, с подробным описанием видов «похвал» и «древами», иллюстрирующими содержание речей на разные случаи жизни.

Изучение риторического труда Лихуда со стилистической точки зрения (в частности, анализ лексико-синтаксических особенностей стиля руководства) представляет несомненную важность, в связи с тем что «Риторика» Софрония Лихуда – одно из первых научно-учебных сочинений в России, в котором еще в рукописной традиции формировался стиль научной речи или научный стиль русского литературного языка. Риторика как наука уже была известна на Руси, однако необходимо отметить, что не хватало не только знаний в данной сфере, но и тот факт, что, в сущности, до Петровского времени у нас было единственное сочинение, которое активно переписывалось вплоть до начала петровских реформ, – это первая русская «Риторика» 1620 года (риторика псевдо-Макария). Несмотря на контакты с Малороссией, прежде всего с Киево-Могилянской академией, другие риторики на территории Великороссии не были распространены: ни «Наука албо способ сложеня казаня» Иоанникия Галятовского, ни латинские риторики, которых в малоросских школах было предостаточно, в московских землях известны не были. Поэтому столь необходимо было не только создание высшей школы (именно в этом великая заслуга греческих братьев), но и написание самих научных сочинений, или текстов, которыми подкреплялись знание и организация учебного

процесса. Данные археографических поисков позволяют с уверенностью говорить о том, что в Петровское время были наиболее популярны шесть рукописных риторик (кроме сочинения С. Лихуда, это были «Риторика» Михаила Усачева, Андрея Белобочко, Стефана Яворского в переводе Федора Поликарпова, Козмы Афоноверского и старообрядческая «Риторика в пяти беседах»). Из них именно «Риторика» Софрония Лихуда была наиболее ранней – она переведена в 1698 году – и наиболее популярной, если судить по количеству найденных списков (см. обзор рукописных риторик Петровского времени [Аннушкин 2003]).

Популярность сочинения С. Лихуда неслучайна: стиль его сочинения был наиболее прост, богат содержанием, выразителен по составу образов, а подчас и страстен по эмоциональному накалу и выражению «страстей», чего требовала от ратора его наука. Для современного читателя обращение к тексту Софрония Лихуда (мы имеем в виду не только специалистов по языку и литературе Петровского времени) представляет значительную трудность – прежде всего по толкованию смысла, заложенного в тексте. Ясное понимание смысла текста Софрония Лихуда требует, на наш взгляд, безусловных попыток перевода (или переводного истолкования) данного текста на современный язык. Хотя тексты Петровского времени не принято переводить на современный русский язык (видимо, считается, что эти тексты достаточно ясны), но знакомство с текстом «Риторика» однозначно приводит к мысли о необходимости тщательного исследования и объяснения смысла терминов и особенностей стиля.

Особенности лексики и стиля «Риторика» Софрония Лихуда

Стиль сочинения С. Лихуда должен быть интересен по крайней мере с двух сторон: это одно из основополагающих сочинений для русской научной словесности или формирования русского научного языка, точнее, русской научной терминологии в области риторики, стилистики и будущей науки словесности; хотя в сочинении много греческих терминов, их перевод или графическое воспроизведение способствовали тому, что в русский язык вошли впервые или утверж-

дались благодаря этому сочинению термины риторического изобретения, литературной композиции, украшения речи – того, что в будущем будет составлять суть науки стилистики.

Стиль рассмотрен нами с точки зрения лексики и синтаксиса текста, т. е. состава слов, которыми пользуется автор, и тех синтаксических конструкций, которые наиболее характерны для формирующегося стиля русской научной прозы. Этому стилю присущи определенные черты научно-учебных сочинений XVII–XVIII вв. с попытками давать четкие определения, причинно-следственные комментарии, образные примеры, ссылки на авторитеты классиков науки и ряд других. Наша задача (и ее позволяют решать используемые новые компьютерно-технологические средства работы с информацией) – проследить наиболее характерные черты словарного состава сочинения С. Лихуда, выявить самые частотные синтаксические конструкции (их смело можно назвать фигурами мысли или речи) в построении текста.

Поскольку главная цель автора – введение в сознание его учеников-читателей смысла и существа новой науки – риторики, основной особенностью текста является объяснение и комментирование новой научной лексики. Формирующаяся научная лексика (при отсутствии академической науки) – основная лексико-стилевая особенность текста С. Лихуда. Его книга – учебная (вспомним, что учебные сочинения продолжали выделяться в составе произведений словесности вплоть до второй половины XIX в.), вот почему она имеет строгие подразделения на отдельные параграфы, где комментируется каждый новый термин.

Терминология «Риторики» Софрония Лихуда

Из этого состава терминов можно предположительно установить, какие из терминов были известны на Руси к этому времени (они были в первой русской «Риторике» 1620 г. и у Николая Спафария), а какие стали новыми на Руси или впервые употребленными. Последняя проблема весьма важна для современной словарной науки, поскольку требуется установить, когда же было первое употребление того или иного слова. Кроме того, установление новых терминов происходит, как правило, в борьбе с синонимами – необходимо определить, какие

слова были «соперниками» на историческом пути сегодняшних терминов-«победителей».

Вот как выглядит научная терминология Софрония Лихуда:

риторика (синонимы благоглаголанье, красноглаголанье);

художество = учение, учителство (слово «наука» как название науки не используется, хотя оно было в первой русской «Риторике» 1620 года);

три **рода взысканий** (предложений, вин) – так названы аристотелевские «роды речей»:

показательный (в «Риторике» 1620 г. – показующий, сегодня поздравительный, торжественный, хвалебный, праздничный);

советствительный (сохранившийся до середины XIX века термин, правда, с другим суффиксом – *советовательный*, или *советующий*);

судебный (соответствующий современному);

части риторические, или **дела риторские** – это риторический канон, пять традиционных частей риторики, установленных Квинтилианом, – по ним строится всякая классическая риторика. Они называются также «должностями ритора» и образуют общую риторику:

обретение (ср. в «Риторике» 1620 г. – «изообретение»; совр. изобретение);

изложение – это учение о композиции, которое в дальнейшем называлось обычно расположением от лат. *composition*, но именно здесь, в «Риторике» Лихуда, предлагались первые сведения о том, какими должны быть «части речи» – так назывались части композиции;

красноглаголанье (красноглаголство) (всего 24 употребления, синоним «ветийство») – это учение об украшении речи. Его определение соотносится с ломоносовским: у Софрония – «пристойных глагол к обретенным вещам приличность (приуподобление)» (л. 9 об.); у М. В. Ломоносова – «изобретенных вещей...» [Аннушкин 2003];

память – этот термин – один из немногих – исторически не менялся. Ср. в «Риторике» 1620 г.: «крепкое взятие в разум вещей словесных»; у Софрония: «Память есть обретенных вещей и глаголов твердое воспоминание»;

произношение, по С. Лихуду, «есть оная мерность тела и гласа, ея же обретеня вещи и глаголы взыскуют» (безусловно, также известное восхождение к первой русской «Риторике», но там «гласомерное говорение», «гласомерное слово»: «Гласомерное есть слово гласа и тела мерное и вежливое устроение, от частей и от достоинства слов и дел производящее.»). Сами определения терминов отчасти схожи: в раздел «произношение» включалось не только собственно произношение, но и телодвижение. Можно предположить, что термин *произношение* как калька с греческого и латинского (*pronuntiatio*) впервые употреблен именно Софронием Лихудом.

Анализ синтаксических конструкций «Риторики» Софрония Лихуда

Анализ синтаксических конструкций с точки зрения стиля позволяет наблюдать в тексте сочинения С. Лихуда определенные фигуры речи и синтаксические модели, которым он отдает предпочтение. Поскольку данное сочинение является учебно-научным, то очевидно, что автору приходится давать определения многим терминам, которые составляют содержание науки риторики. Поэтому без труда можно видеть, что наиболее частотной конструкцией при дефинициях терминов является конструкция топоса «определение», которая, как правило, выражается с помощью предиката *есть*. Во всей «Риторике» отмечается 768 данных конструкций. Вот наиболее выразительный пример при определении самого топоса «определение»:

«Определение **есть** слово толкующо (сказующе), что **есть** оное, о нем же беседуется, или разглаголствие бывает. Части же определения суть две, сиречь род и разнство. Род **есть** еже подобает многим вещем, яже разнствуют по виду. Разнство **есть** некая вещь частная, сиречь особная, яже единой токмо определяемой вещи приличествует и чрез еже разнствует определяемое от иных. Якоже сие определение: риторика **есть** сила, еже зрети приличное всякой вещи, ко еже поущавати. Риторика **есть** определенная вещь, сила **есть** род тоя определения, зане чрез сие риторика имать общение со грамматикою, диалектикою и иными силами» (л. 11).

Последующие конструкции используются С. Лихудом в соответствии с топосами научного рассуждения (в данном случае под топосом понимается способ создания замысла с его последующим воплощением в содержании речи и конструкции фразы). Вполне логично предположить – и это наблюдается в тексте, – что следующей по частотности конструкцией является конструкция с топосом «причины». Этот топос выражается союзами *зане* (105 употреблений) и *понеже* (108):

«Вещество же риторическия силы суть повсемственно вся сущая в мире, **зане** ничто же есть всячески, о нем же бы ритор не возмогл свободно и прилично истязатися» (л. 7 об.).

«Еще от навывкания зело уготовляется риторика, **понеже** навывкание совершает и соблюдает, яже художество естеству подает, от подражания же наконец всех украшается» (л. 10).

Противительные конструкции в «Риторике» С. Лихуда выражаются, как правило, союзом *обаче* (всего их насчитывается 75):

«Подобает **обаче** ведети, яко во уподоблении толика уподобления обстояний могут быти елицы суть первии роди или оповедания вещей; зане аще и часто уподобления стоят и утверждаются на качестве, еже качество изливается пространнейши, **обаче** обемлют прочая оповедания, яко же качество (количество), и еже лежати, еже творити, еже страдати, и подобная» (л. 16 об.).

Среди сложноподчиненных предложений наиболее частотны сложноподчиненные предложения с придаточными определительными, придаточная часть которых присоединяется к главной при помощи союзов *иже* (131 употребление), *яже* (255), *еже* (458):

«И яко от вне, сиречь не от естества вещи приносятся, внутренняя глаголются, **яже** взыскуются из места, **еже** есть в вещи, **еже** сих ради и внутреннее [место] глаголется. Внешняя или далняя задания, или аргументы глаголются, **иже** взыскуются из места, **еже** есть вне вещи, **еже** сего ради внешнее [место] нарицается» (л. 10).

Можно наблюдать, что придаточные определительные выполняют функцию пояснительных конструкций, когда автору необходимо разъяснить или распространить то или иное понятие или термин. Эту же функцию имеет синтаксический оборот с пояснительным

союзом *сиречь* (в современном переводе *то есть*; встречается в тексте «Риторики» 197 раз):

«Риторика *убо* наречеса от греческаго глагола «рео», рекше «теку» или «глаголю» и «беседую», от него же производится речение рима, **сиречь** глагол, и ритон, **сиречь** реченное или глаголанное» (л. 5 об.).

Для выражения синтаксических отношений условия С. Лихуд использует сложноподчиненные предложения с придаточным условия, присоединяемым к главному при помощи союза *аще* (в современном переводе – *если*; в тексте «Риторики» насчитывается 317 употреблений):

«Та же, каковым родом возсиявают, в киих добродетелех суть знаменити, в киих дарованиих естества суть обявлени, **аще** мати всецело родила отроча, **аще** кроме болезни, **аще** случися бедство жизни, **аще**, разсуждаючи, умре, и ина подобна» (л. 154 об.).

Интересно введение С. Лихудом в текст «Риторики» разного рода классификаций. На протяжении всего руководства можно наблюдать несколько способов, используемых автором, с целью систематизации и представления вниманию читателя подвидов разного рода понятий. Часто классификационные конструкции представлены частицей *убо* (в том или ином значении в тексте «Риторики» встречается 215 раз):

«Первое **убо** благоглаголание [сиречь риторика] есть Божественная...» (л. 3 об.);

«Третья же есть человеческа **убо**, но мужественная...» (л. 4 об.).

Иногда частицу *убо* можно перевести на современный русский язык как *же* – в данном случае она не выполняет функции классификации понятия и при переводе на современный язык может быть опущена:

«Риторика **убо** есть семя небесное и луча из источника вечнаго света источена» (л. 6).

Кроме того, С. Лихуд для построения классификаций часто использует ряды однородных членов или разнообразные конструкции со словом *суть* и *ова* (которое может быть переведено на современный русский язык как *некоторые*):

«Сия *убо* части риторическия украшатися могут *естеством, художеством, обучением и подражанием*» (л. 9 об.).

«...Задания же двояка суть: ова убо естественна или внутренняя; ова же далняя или внешняя...» (л. 10 об.).

Поскольку «Риторика» С. Лихуда носит ярко выраженный педагогический характер, неслучайно введение автором в текст учебника огромного количества примеров, иллюстрирующих или подтверждающих то или иное теоретическое положение. Интересно понаблюдать, как справляется с этой задачей Софроний Лихуд. Наиболее частотными конструкциями, служащими данной цели, являются *яко же в сем задании, яко же наприклад рещи, яко же рещи, яко наприклад, яко же сие наприклад* и др.:

«Зело инако ритори род и форму или вид определяют, неже философии, убо род и вид определяют, по Порфирию, быти еже о многих глаголатися вещех и разнствующих в виде вопросом, еже что есть; ритори же род определяют быти некое общно, еже обдержанием своим и знаменованием соплетает себе и содержит меньшее общо; **яко же наприклад рещи**: животное, еже обемлет человека, льва и прочая, древо содержит дуб и кедр; аще же яже обдержанием рода содержатся, разнствуют в виде или в числе» (л. 14 об. – л. 15).

Сама по себе конструкция *яко же (яко)* служит не только цели введения в текст рукописи каких-либо примеров, она также употребляется С. Лихудом в разного рода сравнительных оборотах и может быть переведена на русский язык союзом *как* (776 употреблений в тексте):

«Сия есть убо сила высокия риторики, ея же начало, **яко же** есть небесное тако, явишася всяким образом явно и плодове ея златии и чюднии» (л. 3 об.).

«Сия воистинну есть язык ангелский [о нем же речеся, **яко** аще и ангелскими языки глаголали] яже явно есть, **яко** тако от апостола именовася, не **яко** ангели языки имут, но да покажет нечто человеческих язык вящшо сущо» (л. 4).

Достаточно частотно использование слова *сице* (в переводе на современный русский язык – *так, таким образом*) (91 употребление в тексте) там, где автор вводит своеобразное подтверждение высказанному теоретическому положению, пример или просто сравнение:

«И яко же ирос глаголашеся от Бога же и от человека создан быти, **сице** и сия риторика не слита убо сущи, но извещенна от челове-

ческих помощей купно и напоена от некоего небеснаго сосца, сиречь от благодати небесныя к величайшей прекрасности (красноглаголанье) процвете» (л. 4).

Необходимо также отметить, что в тексте своего учебника Софроний Лихуд часто обращается к мнениям именитых риториков различных эпох, либо ссылаясь на их авторитет, либо заимствуя у них пример тому или иному риторическому явлению. Делает он это с помощью следующих конструкций (проследим использование данных конструкций на примере того, как автор вводит в текст ссылки на мнение и суждения римского оратора Цицерона (у Софрония Лихуда – *Кикерона*):

«**Сицевым образом** предсловствует Кикерон...» (л. 55)

«**Сицевое есть оное Кикероново** в 4-м слове к Катилине: «Отеци разумнейшии зрю, яко уста всех вас озевают (отверзошася) на мя и очеса ваша взвратишася ко мне» (л. 97).

Синтаксис сочинения Софрония Лихуда в отдельных местах чрезвычайно амплифицирован самыми различными синтаксическими моделями. Они назывались в старинных рукописях множительными. Это являлось предтечей будущего усложненного синтаксиса русской изящной художественной словесности:

«Предсудие есть, **еже** иногда рассмотрися **сиречь** бе в суде и приносит ритор судиям образ, ему же да последует, задание же от законов бывает, **аще** бы ритор показа, **еже** понуждается показати, **яко** тебе есть быти, или **зане** в подобных делех или в пристойных вещех к тому же делу некогда подобны суды принесошася, или **зане** той же самый суд его же просит, или ищет быти древле от тех же или от иных судей произнесесе, от слытия же приводим задание, показующе, **еже** призыватися во истязании, **яко** истинно есть, от общаго слова [и вопля] человеческого» (л. 25 – л. 25 об.).

Основные выводы исследования

Данные примеры показывают, что одна фраза за счет распространения вышеобозначенными синтаксическими моделями зачастую может занимать целый лист рукописи, являя собой пример самого настоящего периода, описанного самим С. Лихудом во второй книге его

сочинения. Такая пестрота и разнообразие синтаксических конструкций, насыщающих фразу, существенно затрудняют понимание текста «Риторики» современным читателем, так как может сложиться впечатление, что предложение не имеет ни строгого начала, ни конца. На взгляд современного читателя, текст становится как бы бесконечным, распространяемым различными союзами и союзными словами.

Итак, популярность сочинения С. Лихуда в Петровское время (обнаруженного В. И. Анушкиным в 33-х списках) неслучайна: язык его сочинения, переведенного греком Козмой Афоноверским, необычайно ясен, прост, выразителен, многочисленные примеры, введенные в текст «Риторики», способствуют научению, а содержание учебника отличает представление систематического знания риторического «художества».

Стиль «Риторики» С. Лихуда, рассмотренный нами с точки зрения лексических и синтаксических особенностей, является формирующимся стилем русской научной прозы, которому присущи характерные черты научно-учебных сочинений XVII–XVIII вв.

Педагогический характер «Риторики» Софрония Лихуда определяет и лексико-синтаксическую специфику ее стиля. Формирующаяся научная лексика (при отсутствии академической науки) – основная лексико-стилевая особенность текста С. Лихуда, а синтаксические конструкции, используемые автором, иллюстрируют устанавливающийся стиль русской научной прозы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анушкин В. И.* Русская риторика: исторический аспект : Учеб. пособие. М. : Высшая школа, 2003. 396 с.
- Анушкин В. И.* История русской риторики. Хрестоматия : Учеб. пособие для студ. гуманитарных факультетов вузов. М. : Academia, 1998. 412 с.
- Мамонтова М. Г.* «Риторика» Софрония Лихуда: история текста, содержание, терминология, стиль : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2013. 24 с.
- Мамонтова М. Г.* «Риторика» Софрония Лихуда: история текста, содержание, терминология, стиль : дисс. ... канд. филол. наук. М., 2013. 207 с. + Прил. (182 с.: ил.).

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Russian rhetoric: historical aspect: Studies. stipend. Moscow: Higher school, 2003. 396 p.
- Annushkin V. I.* History of Russian rhetoric. Anthology: Studies. student's guide. Humanities departments of universities. Moscow: Academia, 1998. 412 p.
- Mamontov M. G.* "Rhetoric" sophronia Lauda: history of the text, content, terminology, style: abstract. Diss. ... Cand. Philol. sciences'. Moscow, 2013. 24 p.
- Mamontov M. G.* "Rhetoric" sophronia Lauda: history of the text, content, terminology, style, Diss. ... kand. Philol. sciences'. Moscow, 2013. 207 p. + ADJ. (182 p.: Il.).

Маслова Ирина Борисовна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры русского языка юридического института
Российского университета дружбы народов
lrvolga1973@yandex.ru

КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ ЭКЗАМЕНА ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ И КУЛЬТУРЕ РЕЧИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ-НЕФИЛОЛОГОВ (ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЮРИДИЧЕСКИЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Статья представляет собой продолжение серии материалов о компетентностно-ориентированной модели экзамена по русскому языку и культуре речи для студентов-нефилологов. Цель данной статьи – описать инновационную модель оценивания коммуникативных умений студентов юридических и экономических специальностей, в связи с чем в статье приводятся примеры контрольно-измерительных материалов как средства формирования коммуникативной и предметно-профессиональной компетенции, предлагаются системы оценивания.

Ключевые слова: компетентностно-ориентированная модель экзамена, коммуникативные умения, предметно-профессиональная компетенция, измерительные материалы.

Maslova Irina Borisovna

PhD of philological Sciences, Associate Professor
Associate Professor at the Department of the Russian language
of the Law Institute, Peoples' friendship University of Russia
lrvolga1973@yandex.ru

COMPETENCE-ORIENTED MODEL OF EXAM IN THE RUSSIAN LANGUAGE AND CULTURE OF SPEECH FOR NON-PHILOLOGICAL STUDENTS (ECONOMIC AND LEGAL SPECIALTIES)

The article is a continuation of a series of materials on a competence-oriented model of examination in Russian language and speech culture for non-philological students. The purpose of this article is to describe an innovative model of evaluation of communication skills of students of law and economic specialties. In this connection, the article gives examples of specific control-measuring materials as a means of forming communicative and subject-professional competence, offers evaluation systems.

Keywords: competence-oriented model of the exam, communication skills, subject and professional competence, measuring materials.

ВВЕДЕНИЕ

В 2012–2013 гг. специалистами кафедры русского языка медицинского факультета РУДН была разработана инновационная модель экзамена по русскому языку и культуре речи, ориентированного на многоаспектную оценку информационно-коммуникативной компетенции будущих специалистов-медиков [Гостева, Маслова 2013]. В настоящее время ведётся планомерная работа по созданию учебных, учебно-методических и *контрольно-измерительных* материалов для проведения такого экзамена. Эти материалы включают в себя разные задания, нацеленные на:

- ✓ формирование и совершенствование умений, связанных с устной речью в профессиональной сфере общения (например, умение убеждать аудиторию, умение аргументировать), и контроль за их формированием;
- ✓ формирование и совершенствование умений, связанных с письменной речью в профессиональной сфере общения, информационной переработкой научных текстов, созданием профессионально значимых вторичных текстов, и контроль за их формированием;
- ✓ формирование и совершенствование умений, связанных с освоением этико-речевой и нормативной стороны речи в процессе речевой деятельности (например, умение квалифицировать императивные и диспозитивные нормы с помощью словарей и справочных материалов, оценивать языковые факты с точки зрения их нормативности, включая анализ звучащей и письменной речи, редактировать тексты разных стилей и жанров на основе знаний о нормах письменной и устной речи, пользоваться справочной литературой, электронными словарями, Интернет-словарями с целью квалификации нормативности высказывания), и контроль за формированием этих умений [Гостева, Маслова 2013].

Основная часть

Примеры конкретных заданий из контрольно-измерительных материалов для студентов-медиков, шкалы оценивания ответов, комментарии, методические рекомендации по проведению экзамена были приведены в наших статьях ранее [например, Гостева, Маслова 2013]. Настоящая статья является продолжением исследования, задуманного авторами и посвящённого компетентностно-ориентированной модели оценивания коммуникативных умений студентов. На этот раз в центре нашего внимания – экзамен для студентов экономических и юридических специальностей.

Примеры заданий (контрольно-измерительные материалы)

Задание 1.

Прочитайте текст (высказывание). Сформулируйте позицию автора. Выскажите собственное мнение по поставленной проблеме. Аргументируйте свою точку зрения.

Например:

Влияние Интернета на язык огромно. Влияние идёт ведь сначала не на язык, а на коммуникацию. Появление блогосферы, социальных сетей – это появление новых видов коммуникации. Возник некий промежуточный тип речи. По виду это письменная речь, мы ее глазами воспринимаем, а структурно это речь устная. И здесь происходят интересные процессы. Например,.....

*Максим Кронгауз,
профессор, лингвист*

Экономика есть искусство удовлетворять безграничные потребности при помощи ограниченных ресурсов.

*Лоренс Питер,
теоретик менеджмента, автор теории «иерархологии»*

Обращаем внимание на то, что для обсуждения в задании 1 (аргументативное высказывание) могут быть предложены как научные тексты, так и отдельные высказывания и по общечеловеческим

(например, языковым, культурно-историческим, социальным и др.) вопросам, и по вопросам специальности.

Например:

Крысин Л. П. О русском языке наших дней / Изменяющийся языковой мир. Пермь, 2002.

Гаспаров А. Р. Понятие и субъекты мирового хозяйства // «Вопросы экономики», №1, 2012 г.

Ямбушев Ф. Ш., Котляров С. Б. Реализация концепции правового государства в конституционно-правовой модели Российской Федерации // «Вопросы российского и международного права», №10, 2019 г.

Критерии оценивания

Таблица 1

Критерии оценивания аргументативного высказывания (задание 1)

1. Формулировка проблемы исходного текста / высказывания	Экзаменуемый сформулировал проблему исходного текста/высказывания верно. Фактических ошибок, связанных с пониманием и формулировкой проблемы, нет.	1 балл
	Экзаменуемый сформулировал проблему исходного текста неверно. Есть фактические ошибки, связанные с пониманием и формулировкой проблемы исходного текста/ высказывания.	0 баллов

<p>2. Комментарий к исходному тексту / высказыванию</p>	<p>Сформулированная экзаменуемым проблема прокомментирована (приведены с пояснениями 2 (и более) примера-иллюстрации; примеры важны для понимания актуальности проблемы).</p> <p>Сформулированная экзаменуемым проблема прокомментирована (приведён с пояснением 1 пример-иллюстрация; пример важен для понимания актуальности проблемы).</p> <p>Сформулированная экзаменуемым проблема не прокомментирована / прокомментирована неверно (примеры, важные для понимания актуальности проблемы, не приведены).</p>	<p>5 баллов</p> <p>3 балла</p> <p>0 баллов</p>
<p>3. Формулировка позиции автора исходного текста/ высказывания</p>	<p>Экзаменуемый сформулировал позицию автора исходного текста/ высказывания верно. Фактических ошибок, связанных с пониманием и формулировкой позиции автора, нет.</p> <p>Экзаменуемый сформулировал позицию автора исходного текста неверно. Есть фактические ошибки, связанные с пониманием и формулировкой позиции автора исходного текста/ высказывания.</p>	<p>1 балл</p> <p>0 баллов</p>

4. Отношение к позиции автора исходного текста (собственное мнение экзаменуемого)	Экзаменуемый выразил своё отношение к позиции автора текста / высказывания по проблеме и обосновал его (2 аргумента).	3 (1+2) балла
	Экзаменуемый выразил своё отношение к позиции автора текста / высказывания по проблеме, частично обосновал его (1 аргумент).	2 балла
	Экзаменуемый выразил своё отношение к позиции автора по проблеме исходного текста / высказывания, но не обосновал его.	1 балл
	Экзаменуемый не выразил своё отношение к позиции автора по проблеме, не обосновал его. / Экзаменуемый выразил мнение, не соответствующее содержанию исходного текста/ высказывания и позиции автора.	0 баллов

Максимальная сумма баллов – 10 баллов.

Отметим, что разработанная система оценивания аргументативного высказывания в данный момент проходит стадию апробации.

Задание 2.

Напишите аннотацию статьи по... (медицинским, экономическим, юридическим и др. вопросам).

Например:

О ГЛОБАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЕ БЕДНОСТИ

К. экон. н., доц. каф. мировой экономики МФЮА

Гаспаров А. Р.

(журнал «Вопросы экономики», № 1, 2012 г.)

КРИТЕРИИ БЕДНОСТИ

Различают следующие виды уровней бедности:

- ♦ национальный;
- ♦ международный.

Национальный уровень бедности – это доля населения, живущего ниже национальной черты бедности. В большинстве стран мира, и в том числе в России, под национальной чертой бедности понимается **доход ниже прожиточного минимума**, т.е. не позволяющий покрывать стоимость потребительной корзины – набора самых необходимых по меркам данной страны в данный период времени товаров и услуг. Во многих развитых государствах бедными считаются люди с доходом в размере 40–50 % от среднего дохода по стране.

Международный уровень бедности – это **доход, обеспечивающий потребление менее чем на 2 долл. в день по ППС**. Определяют также международный уровень чрезвычайной бедности (или иначе – **сверхбедности**) – доход, обеспечивающий потребление менее чем на 1 долл. в день. Это, по сути, предельный уровень бедности с точки зрения выживания человека.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ БЕДНОСТИ

По оценкам Всемирного банка, общее количество бедных, т. е. живущих менее чем на 2 долл. в день, составляет в мире **2,5–3 млрд человек**. В том числе общее количество людей, живущих в чрезвычайной бедности (менее чем на 1 долл. в день) – 1–1,2 млрд чел. Иными словами, **40–48 % населения мира – бедные, а 16–19 % – сверхбедные**.

С 80-х гг. XX в. по начало XXI в. численность людей, живущих в чрезвычайной бедности, сократилась примерно на 200 млн. Это произошло главным образом за счет уменьшения количества сверхбедных в Китае. С начала 90-х гг. проявляется тенденция к сокращению количества сверхбедных в другом многонаселенном государстве – Индии. В то же время в странах Африки южнее Сахары на протяжении последних 20 лет, наоборот, наблюдался постоянный рост численности сверхбедных.

Распределение беднейшего населения по регионам мира за период с 1980 г. не претерпело существенных изменений. Две трети бедноты мира по-прежнему проживает в Восточной и Южной Азии и одна четверть – в Африке южнее Сахары. Большая часть бедного населения сосредоточена в сельских районах развивающихся государств.

Таблица 2

**Чрезвычайная бедность в регионах мира
(2002 г.)**

Регион	Доля сверх-бедных в населении региона %	Абсолютная численность, млн чел. (оценка)
Африка южнее Сахары	44	303
Ближний Восток и Северная Африка	9	5
ЦВЕ и Центральная Азия	2	10
Восточная Азия	12	214
Латинская Америка	9	47
Южная Азия	31	437

В отдельных развивающихся странах проблема бедности уже давно достигла критического уровня. Например, в начале XXI в. менее чем на 1 долл. в день вынуждено существовать 76 % населения Замбии, 71 % – Нигерии, 61 % – Мадагаскара, 58 % – Танзании, 54% – Гаити.

С начала 90-х гг. XX в. проблема бедности и сверхбедности затронула и бывшие социалистические государства. Так, в Молдавии к категории бедных относится 64%, а к категории сверхбедных – 22 % населения (2001 г.), в Монголии соответственно 75 % и 27 % (2001 г.). По результатам обследования, проведенного Всемирным банком в 2002 г., в России доля населения с доходом менее 1 долл. в день составляет менее 2 %, с доходом менее 2 долл. – 7,5 %.

ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ БЕДНОСТИ

Важнейшим фактором решения проблемы бедности является **экономический рост**, поскольку именно экономический рост ведет к увеличению валового национального дохода, за счет которого формируется фонд потребления. Вместе с тем вполне возможно сохранение масштабов бедности неизменными на фоне неплохого экономического роста (как, например, в Нигерии, где в 1990–2003 гг. ВВП увеличивался в среднем на 2,9 % в год). Это связано как с очень быстрым ростом населения (2,6 % в Нигерии в эти же годы), так и с тем, что экономический рост может обеспечиваться узкой группой отраслей с небольшим спросом на рабочую силу (ТЭК в Нигерии).

В то же время в борьбе с бедностью важна и **государственная помощь бедным**, хотя ее увеличение ведет к снижению остроты проблемы бедности, но не к её решению. Как показывает опыт развитых стран, на фоне роста этой помощи может возрасти так называемая застойная бедность той части трудоспособного населения, которая отчаялась найти работу и поэтому психологически ориентирована лишь на помощь государства. Как следствие, адресные выплаты пособий бедным должны сопровождаться комплексом социально-экономических мер, нацеленных на их вовлечение в трудовую деятельность (программы профессиональной подготовки и переподготовки, содействие в поиске рабочих мест и др.).

Особую остроту глобальной проблеме бедности придает то, что многие развивающиеся страны в силу низкого уровня доходов пока не имеют достаточных возможностей для смягчения проблемы бедности. Именно поэтому для ликвидации очагов бедности в мировом хозяйстве требуется широкая международная поддержка. Проблема бедности уделяется все большее внимание со стороны международной общественности. В 2000 г. главы правительств 180 государств мира подписали так называемую **Декларацию тысячелетия**, определив восемь ключевых задач мирового развития на период до 2015 г. и призвав международные экономические организации сориентировать свои программы помощи на их достижение. Первой в числе этих задач в декларации названа задача уменьшения к 2015 г. в полвину числа людей, вынужденных существовать менее чем на 1 долл. в день.

Отметим, что материалы для данного задания по аннотированию научного текста отбираются в строгом соответствии с требованиями специальности.

Таблица 3

**Критерии оценивания аннотации
(задание 2)**

1. Соответствие содержания аннотации исходному тексту	1. В аннотации развёрнуто отражена главная и дополнительная информация. 2. В аннотации кратко отражена главная и дополнительная информация. 3. В аннотации отражена только дополнительная информация. 4. В аннотации допущено грубое искажение информации.	4(2/2) балла 2 (1/1) балла 1 балл 0 баллов
2. Логико-смысловое структурирование аннотации	1. В аннотации выделены три части, логических ошибок нет. 2. В аннотации выделены две части и допущена 1 логическая ошибка. 3. В аннотации нет структурного деления и допущены логические ошибки.	3 балла 2 балла 0 баллов
3. Речевое оформление аннотации	1. В тексте использованы логико-оценочные клише. 2. В тексте не использованы логико-оценочные клише. 3. В тексте не более 4 речевых и грамматических ошибок (в совокупности). 4. В тексте более 4 речевых и грамматических ошибок (в совокупности). 5. В тексте не более 4 орфографических ошибок и не более 4 пунктуационных ошибок. 6. В тексте более 4 орфографических ошибок и (или) более 4 пунктуационных ошибок	1 балл 0 баллов 1 балл 0 баллов 1 балл 0 баллов

Максимальная сумма баллов – 10 баллов.

Разработанная система оценивания аннотации как речевого, профильно ориентированного жанра в данный момент проходит стадию апробации.

Задание 3.

В данных ниже предложениях найдите и исправьте ошибки, прокомментируйте причины их возникновения. К какой справочной литературе Вы обратитесь в случае необходимости?

Например:

- 1. Студенты на практике прошли первое боевое крещение.*
- 2. Молодые специалисты были разочарованы в результате первой практики.*
- 3. Оплатите тариф стоимости услуг адвоката.*
- 4. Эти факты говорят за то, что студенты совсем перестали читать специальную литературу, интересоваться современными научными исследованиями.*
- 5. Он поговорил и с заведующим отдела Петровой, и главным экономистом завода, обои согласны с его предложением.*
- 6. В студенческой столовой повесили новый прейскурант цен.*
- 7. Нужно проявлять большую заботу к детям.*
- 8. Современное состояние экономики выдвигает необходимость проведения интердисциплинарных исследований.*
- 9. Отдохнув, мысли лучше идут на ум.*
- 10. Этот следственный эксперимент имеет под собой целью доказательство невиновности осуждённого.*

Таблица 4

Критерии оценивания задания 3

Каждое верно исправленное предложение оценивается в 1 балл.	Максимальная сумма баллов – 10 баллов.
---	--

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проектирование курса «Русский язык и культура речи», КИМов для оценки уровня сформированности коммуникативных умений студентов нефилологического профиля обучения обусловлено целеполаганием курса, его стержневыми направлениями. Поскольку планируемые результаты образования, сформулированные в федеральном государственном образовательном стандарте высшей школы, нацеливают на то, чтобы сформировать у будущего специалиста-нефилолога способность организовывать свою профессиональную деятельность, направленную, в том числе, на полноценное получение и понимание информации в процессе профессиональной коммуникации, то и системообразующей доминантой курса «Русский язык и культура речи» для студентов-нефилологов в современных условиях, несомненно, становится именно речевая деятельность во всех многообразных её проявлениях, позволяющая осознать родной язык как важнейший механизм реализации познавательной деятельности, обеспечивающей формирование общенаучной картины мира [Львова 2013]. Важно отметить, что для студентов именно познавательная деятельность является ведущей. Вот почему и уровень овладения наиболее значимыми для той или иной профессии видами речевой деятельности становится ключом к профессиональной успешности.

Научно-методическая работа по созданию банка заданий для контрольно-измерительных материалов к экзамену по дисциплине «Русский язык и культура речи» продолжается сегодня и на кафедре русского языка юридического института Российского университета дружбы народов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Гостева Ю. Н., Маслова И. Б. Компетентностно-ориентированная модель экзамена по русскому языку и культуре речи (для студентов нефилологических факультетов) // Вестник Российского университета дружбы народов. 2013. № 1. С. 33–39.

Львова С. И. Коммуникативно-деятельностный подход – главное достижение современной методики русского языка. Материалы международной заочной научно-практической конференции. (к 85-летию В. И. Капинос). М.: Экон-информ, 2013, С. 8.

REFERENCES

- Gosteva Ju. N., Maslova I. B.* Kompetentnostno-orientirovannaja model' jekzamena po russkomu jazyku i kul'ture rechi (dlja studentov nefilologicheskikh fakul'tetov) // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. 2013. № 1. S. 33–39.
- L'vova S. I.* Kommunikativno-dejatel'nostnyj podhod – glavnoe dostizhenie sovremennoj metodiki russkogo jazyka. Materialy mezhdunarodnoj zaочноj nauchno-praktičeskoj konferencii. (k 85-letiju V.I. Kapinos). M.: Jekon-inform, 2013, S. 8.

УДК

Мухаммад Людмила Петровна

доктор педагогических наук, профессор,
профессор кафедры Русского языка как иностранного
Московского государственного лингвистического университета
ludmilamuh@yandex.ru

**ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ ИНТЕГРИРОВАНИЯ
ПРИ ФОРМИРОВАНИИ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ
НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ У ИНОСТРАННЫХ УЧАЩИХСЯ-ФИЛОЛОГОВ
(УРОВНИ А1-В1)**

Данная статья посвящена формированию умений монологической речи у иностранных учащихся-филологов, начинающих изучать русский язык. Её актуальность состоит в необходимости профессионализации учебного процесса с самых первых дней обучения в условиях России. Новизна работы в применении педагогической стратегии интегрирования с целью высвобождения рабочего времени учащихся и преподавателя и, таким образом, создания условий для формирования качественного монологического дискурса. Основные методы исследования: интегрирование учебного процесса на основе моделирования итоговой коммуникативной компетенции учащихся.

Ключевые слова: начальный этап обучения, учащиеся-филологи, профессионально ориентированное обучение, педагогическая стратегия интегрирования

Muhammad Lyudmila Petrovna

Doctor of pedagogy, professor,
professor of the Department of Russian as a foreign language
Moscow state linguistic University
ludmilamuh@yandex.ru

**THE PEDAGOGICAL INTEGRATION STRATEGY
IN THE FORMATION OF MONOLOGICAL SPEECH IN RUSSIAN
AMONG FOREIGN STUDENTS-PHILOLOGISTS (LEVELS A1-B1)**

This article is devoted to the formation of monological speech skills among foreign students-philologists. Its relevance lies in the need for professionalization of the educational process from the first days of studying in Russia. The novelty of work in the application of the pedagogical strategy of integration for the purpose of the release of the working time of students and the teacher and, thus, create the conditions for the formation of high-quality monological discourse. The main research methods: the integration of the educational process based on modeling the final communicative competence of students.

Keywords: initial stage of studying, students-philologists, professionally oriented studying, pedagogical strategy of integration.

Проблематика данного исследования связана с особенностями обучения русскому языку (далее: РЯ) иностранных учащихся-филологов (будущих преподавателей-русистов) в условиях российских подготовительных факультетов (ПФ). Данные особенности определяются прежде всего тем, что учебные задачи данного контингента весьма обширны, а время на их решение – ограничено [Muhammad, Tatarinova, Khaleeva 2019]. Так, поступая на первый курс филологического факультета российского вуза иностранному учащемуся на РЯ, как минимум, необходимо:

- 1) уметь читать и понимать специальные тексты по таким предметам, как введение в языкознание, фонетика, логика, русское устное народное творчество, культурология, античная литература, а также слушать, понимать и конспектировать материал по этим предметам;
- 2) читать и понимать произведения устного народного творчества, классические произведения прошлых веков, а также современной русской литературы;
- 3) общаться с преподавателем и коллегами в рамках изучаемых (перечисленных выше) предметов: участвовать в семинарах, сдавать зачёты и экзамены.

Как видим, задачи, безусловно, грандиозны, а времени на их решение – всего 10 месяцев учёбы. Проблема состоит ещё и в том, что большая часть учащихся начинает изучать РЯ в условиях ПФ «с алфавита», т. е. с нуля (сравним при этом обучение иностранным языкам в российской школе: до поступления в вуз учащийся изучает язык целых 10 лет).

В заданных (описанных выше) условиях только небольшие группы иностранных учащихся преодолевают все описанные выше (и не описанные) трудности и поступают на избранный факультет (филологический). В то же время большинство учащихся или повторяют курс, или, что ещё хуже, впадают в стрессовое состояние, опускают руки, бросают начатую, непосильную для них, работу.

Исходя из сказанного мы намерены по-настоящему помочь нашему контингенту за счёт применения *педагогической стратегии интеграции* учебного материала, а также способов его усвоения.

И это, безусловно, высвободит рабочее время данных учащихся на этапе идентификации и усвоения языковых форм с целью организации нужной тренировки. Таким образом, **актуальность** данной работы состоит в применении педагогической стратегии интегрирования в целях оптимизации учебного процесса учащихся-филологов и улучшения качества сформированных у них навыков и умений.

Предмет исследования – *педагогическая стратегия интегрирования при формировании профессионально ориентированной монологической речи на РЯ у иностранных учащихся-филологов ПФ (уровень А1–В1).*

Гипотетически осуществление педагогической стратегии интегрирования мы видим в следующих аспектах: 1) в аспекте *статике* (интегрирование отобранного, устоявшегося в учебном процессе, учебного материала); 2) в аспекте *динамики*: а) приращение структурообразующих единиц в когнитивной архитектонике языковой личности (ЯЛ) учащегося (формирование пресуппозиции); б) формирование и развитие умений осуществлять рецепцию (чтение и аудирование) на изучаемом языке (РЯ) как условие получения информации, обеспечивающей дальнейшую продукцию: построение монологического дискурса в условиях коммуникативного взаимодействия.

Материал исследования: аудио- и видеозаписи учебного процесса иностранных учащихся-филологов начального, среднего и основного (первый курс) этапов обучения.

Практические методы исследования: наблюдение за учебным процессом с его фиксацией в виде записей (аудио- и видеозаписей); беседы с учащимися и преподавателями, интервьюирование, психолингвистический эксперимент.

Теоретические методы исследования: моделирование и интегрирование.

Современное состояние практической методики преподавания РЯ иностранным учащимся ПФ базируется на концепции поэтапного и, хотелось бы думать, последовательного формирования коммуникативной компетенции уровней А1–А2–В1 [Muhammad, Tatarinova, Khaleeva 2019]. В соответствии с данной концепцией первый период обучения иностранных учащихся на ПФ посвящён формированию

уровня А1, который, казалось бы, справедливо называют «уровнем выживания» [Muhammad, Tatarinova, Khaleeva 2019]. Судя по имеющимся учебным материалам (рабочим программам, учебным пособиям и учебникам) под обучением «выживанию» понимается обучение учащихся успешно взаимодействовать в обиходно-бытовой сфере общения.

С помощью практических методов исследования (наблюдений за учебным процессом, бесед с учащимися и преподавателями, интервьюирования) мы установили, что *реальной зоной выживания* для иностранных учащихся ПФ является *не обиходно-бытовая сфера общения, а учебно-профессиональная*. Неуспех в коммуникативном взаимодействии именно в этой, в учебно-профессиональной, сфере общения вызывает серьёзнейшие стрессовые состояния у иностранных учащихся ПФ. К такому «неуспеху» можно отнести:

- 1) низкие (зачастую «непроходные») оценки во время промежуточного контроля (сдача тестов на соответствие уровню А1);
- 2) низкие оценки на итоговых зачётах и экзаменах (также сдача тестов, однако на соответствие уровней А2 и В1);
- 3) значительные трудности при обучении профильным предметам во втором семестре ПФ;
- 4) низкая самооценка, что существенно влияет на усвоение языка;
- 5) трудности при поступлении на избранный факультет, а также трудности учебного процесса первого семестра первого курса (о чём мы уже писали выше).

В связи со сказанным педагогическая стратегия интегрирования должна строиться, прежде всего, на выявлении и отборе интегративных учебных единиц, актуальных и общих, с одной стороны, для обиходно-бытовой, с другой – для учебно-профессиональной сфер общения. Так, по нашему мнению, в период подготовки к «выживанию» в качестве таких актуальных, интегрирующих, единиц могут быть, как минимум, следующие три:

1. Интенция (коммуникативное намерение) «Идентификация объекта», реализующаяся с первых дней изучения учащимися неродного языка (в нашем случае – РЯ).

2. Интенция «*Состав, строение объекта*».

3. Интенция «*Ориентировка на местности*» (иными словами, «*Местонахождение объекта*»).

Интенцию «*Идентификация объекта*» в учебном процессе «выживающих» иностранных учащихся можно реализовать с самых первых дней в диалогическом единстве, где актуализирующим является вопрос «*Что это такое ?*» (а проще – *Что это?*):

– *Что это такое? (Как это называется по-русски?)*.

– *Это Москва-сити*.

Данная интенция реализуется почти во всех первых (и многих последующих) учебниках по РЯ. Общеизвестно, что для реализации этой интенции используются самые разнообразные вербализации. Однако мы для наших целей (для описания интегрированного учебного процесса начального этапа обучения) выбрали самые простые, поддающиеся облегчённому моделированию.

Интенция «*Состав, строение объекта*» в учебном процессе готовящихся к «выживанию» иностранных учащихся весьма актуальна с точки зрения традиций и культуры питания определённого этноса. Так, в самом начале интегрирования иностранных учащихся в российскую культурно-языковую действительность (мы умышленно из этических соображений не употребляем термин «адаптация») [Благодарнова, Ипполитова 2011] весьма важно провести с ними натурурок «Продукты питания русских», показав этикетки, на которых указаны ингредиенты данных продуктов. Важно не только показать учащимся тексты на этикетках, но и научить в них ориентироваться, обращая внимание на ключевое слово «*Состав*». Повторяющееся из текста в текст актуализированное слово «*состав*» учащиеся, безусловно, запомнят. Преподавателю же, со своей стороны, в целях дальнейшего интегрирования необходимо поставить это важное слово на контроль, время от времени организуя ситуацию необходимости употребления данного слова, причём, в разных его формах и сочетаниях.

Стандартизированную интенцию (коммуникативное намерение) «ориентировка на местности» можно вводить в учебный процесс способом, описанным нами в предшествующих публикациях [Мухаммад, Ван Лися 2017]. Кратко опишем этот способ.

По нашим наблюдениям, даже уже сформировавшиеся специалисты-филологи допускают весьма серьёзные коммуникативные ошибки в ситуации, когда нужно встретиться друг с другом, предварительно сориентировавшись на местности. Поэтому при формировании уровня «выживания» (уровня А1) весьма полезно, если преподаватель выведет учащихся на улицу и ориентирует на местности (покажет местонахождение объектов, находящихся в окрестностях их учебного заведения (в том числе и супермаркетов).

Подчеркнём, необходимость в конкретном и точном назывании места организуемой преподавателем встречи минимизирует ошибки учащихся, позволит им хорошо запомнить (усвоить) не только отдельные лексико-грамматические интегрирующие единицы, как например, структурообразующую глагольную форму *«находится»*, но и целостную интегрирующую грамматическую конструкцию, представленную моделью *«N1 находится в/на N6»*. Данная, базовая (в отношении местоположения объекта) конструкция при интегрированном профессионально ориентированном обучении в то же время оказывается базовой и при специально организованном усвоении учащимися некоторой части филологических текстов (лингвистических, литературоведческих, текстов по истории, культурологии и т. д.) [Изаренков 1995, Мухаммад, Ван Лися 2017]. В качестве доказательства к сказанному рассмотрим актуальные для учащихся ПФ модели профессионально значимых текстов.

Раскрывая новый этап осуществления нашей работы (этап, посвящённый интегрированию по сферам общения), обратим внимание на следующее: существенная часть специальных, актуальных для филологов, текстов (текстов, покрывающих учебные материалы второго семестра ПФ и первого семестра первого курса филологического факультета) построена по модели, реализующей стандартизированную интенцию *«Общая характеристика объекта»* [Изаренков 1995, Мухаммад, Ван Лися 2017]. Данная интенция реализуется с помощью сменяющих друг друга высказываний (учебных микротекстов), актуальность и расположение которых зависят от периода обучения. Так, инвариантное содержание текстов, у основания которых находится интенция *«Общая характеристика объекта»* в период подготовки уровня А2 может выглядеть следующим образом:

1. Идентификация объекта (даётся с помощью краткого рабочего определения).
2. Состав, строение объекта.
3. Местонахождение объекта/его частей.

Например:

Слово – это минимальная значимая единица речи (идентификация объекта).

В состав простого слова входит корень, а также может входить приставка, суффикс, окончание, постфикс (состав, строение объекта).

Корень – это центральная часть слова, несущая в себе основное лексическое значение (идентификация части объекта). *Приставка находится перед корнем, а суффикс – после корня* (местонахождение компонентов объекта).

В конце обучения иностранцев на ПФ минимальная инвариантная модель текстов, у основания которых лежит стандартизированная интенция «*Общая характеристика объекта*», выглядит так (данная модель характерна не только для части филологических текстов, но и для текстов по другим специальностям) :

1. Идентификация объекта (даётся с помощью развёрнутого определения).
2. Состав, строение объекта.
3. Связи, отношения между отдельными частями объекта, их компонентами.
4. Местонахождение объекта / его частей.
5. Качественные характеристики объекта / его частей.
6. Количественные характеристики объекта / его частей.
7. Функции объекта / его частей [Дубинина 1993, Изаренков 1995, Мухаммад, Ван Лися 2017].

Как видим, учебный материал интегрируется не только по горизонтали (описанное ранее интегрирование по сферам общения), но и по вертикали: представленные выше инвариантные (для каждого из периодов обучения) модели интегрируются за счёт таких общих содержательных компонентов, как:

1. Идентификация объекта.
2. Состав, строение объекта.
3. Местонахождение объекта / его частей.

Безусловно, при специальном отборе и организации учебного материала в обучающих целях (на ПФ) интегрирующих компонентов может быть гораздо больше [Столетова 2016]. Мы же показали самые упрощённые и нетрудные для понимания структуры.

Далее рассмотрим педагогическую стратегию интегрирования в *динамике формирования механизмов реализации специального дискурса* (т. е. дискурса определённой специальности). Для этого нам необходимо очень кратко смоделировать необходимые в обучающих целях понятия *текст/дискурс* в их схожести и различиях.

В своих более ранних исследованиях мы определяли и текст, и дискурс как продукты речевой деятельности (РД) [Мухаммад 2014, Чайлак, Мухаммад 2017]. А это значит, что и текст, и дискурс – единицы организованные: прежде всего составляющие их компоненты – целенаправленны (развёртываются на основе иерархически выстроенных интенций). Текст как целостное, «отшлифованное» в процессе его создания и зафиксированное на бумаге (или ином носителе) произведение в силу своей зафиксированности имеет весьма жёсткую структуру. Дискурс же – произведение в большей мере процессуальное, не зафиксированное на бумаге (или электронных носителях), а следовательно, гибкое по своей структуре, весьма остро реагирующее на неожиданное включение в процесс общения различных факторов его развёртывания [Мухаммад 2014]. В связи со сказанным с текстом сопрягается такая его исходная, системообразующая, характеристика, как планирование (подготовка), а с дискурсом (с его высшей формой) – такая динамическая характеристика, как спонтанность. Таким образом, в методическом аспекте целесообразно:

1. На НЭ обучения при формировании уровней А1 и А2 *опираться на понятие текст как продукт РД, фиксированное (жёсткое) речевое произведение*. В этих условиях ведущей учебной деятельностью по формированию умений монологической речи является репродуктивная РД, организованная на основе текстовых вариантов, имеющих общее (инвариантное) содержание, как, например, содержание, представленное нами выше (содержание, развёртывающее стандартизованную интенцию «*Общая характеристика объекта*»).

2. На НЭ обучения при формировании уровня В1 *опираться на двуединое понятие текст/дискурс*. С одной стороны, текст как фик-

сированное речевое произведение жёсткой структуры (базовый текст по специальности, предназначенный для восприятия и усвоения), с другой – дискурс как гибкое, спонтанное производное РД учащегося (будущего филолога), созданное в условиях непосредственного коммуникативного взаимодействия.

Безусловно, между первым и вторым периодами (с соответствующими учебными видами РД, отличающимися по признаку *репродукция/продукция*) преподавателю следует организовать *промежуточные фазы*, в рамках которых на основе усвоенных интегративных единиц производятся различного рода трансформации:

1. Трансформации на уровне базовой интегративной конструкции, эксплицирующей соответствующий семантический инвариант. Например: «N1 находится в/на N6». Трансформации можно осуществить за счёт структурообразующих слов: *размещается, располагается, занимает место* и т. д. (в специальном тексте список структурообразующих слов ограничен; и, безусловно, известен преподавателям) [Метс, Митрофанова, Одинцова 1981, Константинова 2008, Ипполитова, Ковалёв 2015, Столетова 2016]. Типы упражнений: подстановочные, моделирующие, трансформационные (формулировка упражнений по работе: Дубинина 1993).

2. Трансформации на уровне микротекстов: даётся, например, три вербализованных варианта развёртывания содержательного инварианта (интегративной единицы). Преподаватель с учащимися моделирует эти тексты-варианты и находит в них общее и различное. Далее учащимся предлагается создать их личный, четвёртый и пятый текстовые варианты, соответственно, сначала в письменной форме, а затем – в устной. Типы упражнений: подстановочные, моделирующие, трансформационные, конструирующие [Мухаммад 2014].

Итак, в данной статье мы попытались представить педагогическую стратегию интегрирования в целях формирования качественного профессионально ориентированного монологического дискурса в учебном процессе иностранных учащихся-филологов ПФ. Безусловно, мы показали только небольшую, но весьма важную часть работы, значительно оптимизирующую учебный процесс и высвобождающую рабочее время учащихся для выработки умений и навыков спонтанной устной речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Благодарова Н. В., Инполитова Л. В.* Русский язык для студентов с русским языковым наследием: опыт преподавания на факультете по обучению иностранных граждан МГЛУ. Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2011. № 630. С. 111–121.
- Дубинина Л. Л.* Корреляция умений чтения и устной речи иностранных студентов экономического профиля в процессе работы с профессионально ориентированными газетными текстами: дис. ... канд. педагог. наук. М.: Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 1993. 209 с.
- Изаренков Д. И.* Лингвометодическая интерпретация учебного текста. – М.: Вестник МАПРЯЛ, 1995, № 10. С. 19–21.
- Инполитова Л. В., Ковалёв К. Э.* Обзорное реферирование иноязычных текстов на русском языке как один из аспектов подготовки переводчиков // Актуальные проблемы обучения русскому языку как иностранному и русскому языку как неродному. Сб. статей. Отв. ред. Л. С. Крючкова. М., 2015. С. 52–59.
- Константинова А. Ю.* Современный русский язык. Морфология / Учебник для бакалавров. М., 2008. – 288 с.
- Метс Н. А., Митрофанова О. Д., Одицова Т. Б.* Структура научного текста и обучение монологической речи. М.: Рус. яз., 1981. 140 с.
- Мухаммад Л. П., Ван Лися.* Описательный текст в учебном процессе китайских студентов-филологов (начальный этап обучения). Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. № 4. 2017. С. 18–25.
- Мухаммад Л. П.* Моделирование дискурса в целях создания инновационных технологий обучения // Инновации и инвестиции. 2014. № 4. С. 24–27.
- Столетова Е. К.* Семантика метаязыковых выражений с лексемой сказать // V Селищевские чтения. Международный сборник научных трудов, посвящённый 130-летию со дня рождения Афанасия Матвеевича Селищева. Елец, 2016. С. 237–242.
- Чайлак Х., Мухаммад Л. П.* Аудиторный дискурс как инновационная площадка по развитию языковой личности инофона // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2017. Т. 15. – № 1. – С. 77–90.
- Muhammad L. P., Tatarinova N. V., Khaleeva O. N.* Modeling a methodology for teaching a foreign language on the principles of anthropological linguodidactics (initial stage of learning). Herald NAMSCA. No 1, 2019. Pp. 115–121.

REFERENCES

- Russian language for students with Russian language heritage: experience of teaching at the faculty for training foreign citizens of the Moscow state UNIVERSITY. Bulletin of the Moscow state linguistic University. 2011. No. 630. S. 111–121.
- Dubinina L. L.* Correlation of reading and speaking skills of foreign students of economic profile in the process of working with professionally oriented newspaper texts: dis. ... Cand. teacher. sciences'. Moscow: State Institute of TECHNOLOGY. A. S. Pushkin, 1993. 209 s.
- Azarenkov D. I.* Linguistic interpretation of the academic text. – Moscow: Vestnik MAPRYAL, 1995, no. 10. P. 19–21.
- Ippolitova L. V., Kovalev, K. E.* Review abstracting foreign texts in the Russian language as one of the aspects of the training of translators // the Actual problems of teaching Russian as a foreign language and Russian as a foreign language. Sat. articles. OTV. edited by L. S. Kryuchkov. Moscow, 2015. P. 52–59.
- Konstantinova A. Yu.* Modern Russian language. Morphology / textbook for bachelors. Moscow, 2008. – 288 p.
- Mets N. A., Mitrofanova O. D., Odintsova T. B.* Structure of the scientific text and training of monological speech. Moscow: Rus. yaz., 1981. 140 P.
- Muhammad L. P., Van Lys.* Descriptive text in the educational process of Chinese students of Philology (initial stage of training). International post-graduate Bulletin. Russian language abroad. No. 4. 2017. P. 18–25.
- Muhammad L. P.* Modeling of discourse in order to create innovative learning technologies // Innovations and investments. 2014. No. 4. P. 24–27.
- Stoletova E. K.* Semantics of metalanguage expressions with the lexeme say // V Selishchev readings. International collection of scientific papers dedicated to the 130th anniversary of the birth of Afanasy Matveevich Selishchev. Yelets, 2016. P. 237–242.
- Chilak H., Muhammad L. P.* Classroom discourse as an innovative platform for the development of the language personality of a foreign language // Bulletin Of the Russian University of peoples ' friendship. Series: Russian and foreign languages and methods of teaching them. 2017. Vol. 15. – No. 1. – Pp. 77–90.
- Muhammad L. P., Tatarinova N. V., Khaleeva O. N.* Modeling a methodology for teaching a foreign language on the principles of anthropological linguo-didactics (initial stage of learning). Herald NAMSCA. No 1, 2019. Pp. 115–121.

УДК

Овсянникова Татьяна Галактионовна

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры русского языка, журналистики и теории коммуникации
Вологодского государственного университета
ovtaga@mail.ru

ПОЛИКОДОВЫЕ ТЕКСТЫ В РЕЧЕВОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТА-ФИЛОЛОГА

В статье рассматривается вопрос об особом месте фотографии в современной культуре, определены особенности современной фотокоммуникации. Статья продолжает направление исследований, в которых вербально-фотографический комплекс рассматривается как поликодовый текст. Обосновывается использование поликодовых текстов, содержащих фотографию, в развитии коммуникативных навыков школьников и студентов-филологов.

Ключевые слова: поликодовый текст, фотография, особенности фотокоммуникации, взаимодействие слова и фотоизображения, жанры поликодовых текстов, вузовская риторика.

Ovsyannikova Tatyana Galaktionovna

PhD of pedagogical Sciences, associate Professor,
associate Professor of the Department of Russian language,
journalism and communication theory, Vologda state University
ovtaga@mail.ru

POLYCODED TEXTS IN SPEECH TRAINING OF A PHILOLOGIST STUDENT

The article considers the question of a special place of photography in contemporary culture and examines the features of modern photo-communication. The article continues the research which deal with a verbal-photographic complex as a polycoded text. The author proves that the use of polycode texts containing photographs is effective for the development of communication skills of schoolchildren and students of philology.

Keywords: polycoded text, photography, photocommunication features, word and photo interaction, genres of polycoded texts, rhetoric as higher education discipline.

Когда в середине 1990-х годов нами была разработана методика использования фотографии на уроках развития речи учащихся и на уроках риторики, даже не было предположения, что спустя какое-то время фотография настолько прочно войдет в частную и общественную жизнь людей, что каждый сможет стать фотографом [3]. С появлением и доступностью мобильных устройств фотографии стали неотъемлемой частью жизни современных людей. Они сопровождают человека везде: в средствах массовой информации, на рекламных щитах, в базах данных, в телефонах и компьютерах, в социальных сетях, в документах и пр. В наши дни фотографии лежат в основе многих коммуникаций: вместо похода в магазин люди выбирают товары в интернете, при помощи фотоинформации в интернете выбирают места отдыха, бронируют гостиницы и прочее.

Учитывая место фотографии в современном коммуникативном пространстве, можно определить следующие особенности фотокоммуникации.

1. Фотография как средство массовой коммуникации, физически «сгущая» пространство и время человеческой деятельности и человеческого общения, увеличивает коммуникативную «валентность» человека, практически способствует расширению объема и качества знаний.

Парадоксальность эффекта присутствия в том, что сжатие пространственно-временного поля информации и коммуникации не только увеличивает объем воспринимаемого, но и значительно изменяет, преобразовывает, перестраивает субъективный мир человека. Наглядность изображения обеспечивает психологический эффект соприсутствия между зрителем и произведением.

2. Другая особенность фотокоммуникации заключается в том, что техническая доступность фотографии сегодня дает нам прекрасную возможность для самовыражения. Современный человек хочет зафиксировать каждый шаг своей жизни и поэтому нажимает кнопку в мобильном телефоне, чтобы запечатлеть красивый рассвет, милую улыбку своего ребенка, очаровательную позу спящего кота, радостные лица во время дружеской посиделки и многое другое. Появляется желание начать создавать красивые фотографические картины. В такие минуты мы начинаем чувствовать себя творцами, художниками.

3. Ещё одна важная особенность – предрасположенность к интимности, к прямой обращенности, к диалогу, к беседе, к концентрации внимания. Эти черты значимы по нескольким причинам. Во-первых, имитация диалогичности обеспечивает первоначальную, исходную чистоту смыслов сообщения, сохранность его эмоциональных и личностных тональностей, с помощью которых слышен контекст коммуникации. Во-вторых, четкая полярность в коммуникации (я-ты) как бы провоцирует необходимость обратной связи, и фотозритель потенциально становится партнером беседы на тему, которую предлагает фотография. В-третьих, форма диалогической коммуникации призывает зрителя к открытости, к прислушиванию, к пониманию, причем не на основе закостенелых установок и предрассудков обыденного миропонимания, а на основе вновь раскрывшегося знания.

4. И чем дальше и прочнее входит фотография как культурный феномен в нашу жизнь, тем очевиднее становится то, что изначально составляло особенность фотокоммуникации, а именно органичное соединение фотографии со словом. При этом известная способность фотографии приобретать со временем независимость от своего творца позволяет охарактеризовать их, по определению Н. П. Вальковой, как «дрейфующие гены информации»[1; 3]. Они существуют, перемещаются в пространстве и времени, оставляя след в культуре той или иной эпохи, передаются из поколения в поколение и в определенные моменты находятся в центре внимания того или иного субъекта, дешифрующего заложенный в отпечатки антропофотоострой в соотнесении с опытом, пристрастиями и установками, то есть происходит коммуникативный акт, частью которого является фотография. Собственно в тот момент, когда на заурядном фотоснимке без подписи мы различаем предметы и ситуации, слово начинает свою работу, высекая из этого снимка человеческое содержание.

Таким образом, обобщая, можно заключить, что особенности коммуникативного поля, создаваемого фотографией, располагают не только к соседству слова с фотоснимком, но и к различной жанровой окрашенности этого слова.

Современная культура характеризуется, с одной стороны, переходом от вербальных способов передачи информации к визуальным

образам; с другой стороны, стремлением участников коммуникации сопроводить визуальный образ вербальным комментарием. Живое слово не только выдержало испытание фотографической достоверностью, но и во взаимодействии с фотографией обрело новые резервы смыслообразования, впечатляющую силу непосредственно явленной реальности.

Пестрота личных фотографий в социальных сетях, подписи под фотоснимками, комментарии чужих фотографий, создание фотографий-мемов и прочее – всё это свидетельствует о том, что мы имеем важный коммуникативный материал, который необходимо не только оценивать, но и изучать, классифицировать, чтобы на основе этих исследований разрабатывать понятие культуры фотокоммуникации, а также модели совершенствования коммуникативных умений, необходимых для современного человека.

Начиная с 1990-х годов, вербально-фотографический комплекс изучается как поликодовый текст, в котором сообщение закодировано семиотически разнородными средствами – вербальным и иконическим компонентами. При этом объединение данных компонентов представляет собой определённую структуру, характеризующуюся проявлением взаимозависимости составляющих как в формальном, так и в содержательном аспектах. Иконический знак (фотография) входит в поле невербальных знаков/средств, которые применительно к письменному тексту принято называть паралингвистическими. Учитывая подход к фотографии как к паралингвистическому средству, можно определить паралингвистически активные и паралингвистически пассивные тексты.

Нужно заметить, что наличие паралингвистических средств характеризует любой вербальный текст, и вполне закономерно, что носителями данного языка и данной культуры этот факт не всегда осознаётся, особенно в тех случаях, когда речь идет о паралингвистически пассивных текстах. Поэтому есть смысл уточнить, что о поликодовости речь идет в том случае, если это паралингвистически активный текст, то есть текст, в котором паралингвистические средства являются носителями информации, закодированной другими, невербальными, знаками, или, по меньшей мере, вносят дополнительные семантические оттенки в содержание текста.

Вербально-фотографический комплекс является собой паралингвистически активный текст поликодового характера, где паралингвистическим средством будет фотография, имеющая следующие характеристики:

- ◆ является носителем самостоятельной информации;
- ◆ приобретает особую значимость в тексте;
- ◆ формирует наряду с вербальными средствами прагматический и содержательный аспекты текста;
- ◆ привлекает внимание адресата и предполагает интерпретацию с его стороны.

Можно утверждать, что особенности фотокоммуникации как раз и обусловили использование фотографии в контрольно-измерительных материалах устного собеседования на ОГЭ. Именно фотография была предложена в качестве прецедентного текста для создания устного монологического высказывания. Одно из заданий на выбор предполагает работу с фотографией. Обучающемуся необходимо

- рассмотреть фотографию, на которой, как правило, запечатлены люди, совершающие какие-либо действия (или занимающиеся каким-либо видом деятельности);
- выделить на снимке главное и ответить на вопросы: кто изображен на фотографии и чем он занят? о чём, возможно, думает(ют) герой (и) фотографии? какие чувства испытывает(ют)?

Это задание, с одной стороны, было неожиданным для учителей и учащихся, так как фотография, несмотря на её распространенность и открытость для диалога, к сожалению, не заняла устойчивого места в развитии речевых умений школьников. С другой стороны, и учителя, и ученики поняли, что выполнение такого задания имеет больше шансов на успех, нежели создание монологического высказывания без визуальной опоры.

Как показал анализ учебных комплексов по русскому языку, только в комплексе под редакцией М. М. Разумовской наряду с репродукциями картин есть фотографии для развития связной речи учащихся. Но отбор фотографии нередко вызывает недоумение. Так, в 5 классе в первом разделе, где идет повторение, в частности, таких речеведческих понятий, как тема и основная мысль текста, школьникам пред-

лагается фотография В. Гиппенрейтера «Сухие стволы сосен». На фотографии зритель видит деревья, погибшие во время лесного пожара. Перед нами мертвые пепельно-серые стволы, иссиня-черные корни, превратившиеся в уголь. Безусловно, публицистическое начало в содержании этой фотографии есть. Наверное, можно говорить о жутком ощущении, которое возникает при виде таких последствий лесного пожара. Но единственная фотография, отобранная для пятиклассников, могла быть другой и по своему настроению, и по силе впечатлений, и по соотнесенности с жизненным опытом младших подростков. Тот негатив, который концентрирует фотография, вряд ли будет нужным источником вдохновения.

Включение поликодовых текстов в курс педагогической риторики для будущих учителей русского языка и литературы имеет следующие задачи:

- ✓ привлечь внимание студентов к проблеме взаимоотношения фотографии и слова в современной коммуникации;
- ✓ показать студентам специфику текста, состоящего из двух компонентов: вербального и изобразительного;
- ✓ совершенствовать коммуникативно-речевые навыки студентов в ходе создания ими разных жанров поликодовых текстов;
- ✓ ориентировать студентов на использование полученных знаний и умений в дальнейшей педагогической практике.

Одним из опытов создания поликодового текста с фотографией было задание, связанное с написанием похвального слова неодушевленному предмету, в которое должна быть включена фотография. Так, создавая похвальное слово о детстве, студентка построила текст на основе детских фотографий.

Другим опытом создания поликодового текста было письменное высказывание в жанре истории снимка. Эти работы оценивались и с точки зрения предмета речи (удачный выбор снимка), и с точки зрения взаимосвязи двух частей, и с точки зрения жанра.

Как показывает анализ работ студентов, включение фотографии обуславливает языковые особенности текста. С помощью особых языковых средств студенты вписывают свои высказывания в конкретную коммуникативную ситуацию, ориентируют его на адресата,

активно используют такие средства диалогизации, как: вопросительные предложения, восклицательные предложения, прямые обращения к слушателю-читателю, модальные слова, парцеллированные конструкции, элементы комического, глагольные формы настоящего индефинитивного (совмещенного).

Включенная в речемыслительную деятельность в качестве прецедентного текста фотография позволяет совершенствоваться как общие, так и специальные коммуникативные умения, характерные для создания текста с фотографией. Такая работа прививает вкус к работе со словом. Создавая тексты малых форм, студенты увидели в этом задании возможность для литературного творчества.

Фрагмент работы студентки: *Ну, пожалуйста, не ищите меня среди детишек, что сидят на стульчиках у стенки. Я всегда любила быть в центре внимания.*

Да, конечно, это я в ящике под елкой рядом с Дедом Морозом. И как вы меня находите? По-моему, я совсем не изменилась с тех пор. Видите я изображаю лисичку. Меня тогда в ящик, где сладкие подарки лежали, посадили и сказали: «Делай вид, что ты их съесть хочешь, а Деду Морозу не отдавай ни за что!» Но я притворяться не умела. И вот смотрите, по доброте душевной достаю из сундука подарок и сейчас отдам Деду Морозу, а он мне шёпотом скажет: «Сейчас же положи на место!»

Оценивая эту работу, студенты отмечали такие достоинства, как:

- ◆ возможность кратко и интересно для собеседника рассказать о конкретной ситуации, при этом по прошествии времени увидеть в обычном необычное;
- ◆ возможность рассказывать о себе с юмором и т. д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Валькова Н. П. Антропострой пространства времени // Фотография как явление визуальной культуры. – Рига, 1992. – С. 3–4.
- Гурьева М. М. Повседневная фотография в современном культурном контексте: автореферат дис. кандидата философских наук: 24.00.01. – С-П., 2009. – 23 с.

Орлова Т. Г. Обучение жанрам поликодовых текстов в школе и в вузе: автореферат дис. ... кандидата педагогических наук : 13.00.02. – Москва, 1995. – 19 с.

Русский язык : 5 кл.: учебник для общеобразовательных учреждений / М. М. Разумовская, С. И. Львова, В. И. Капинос и др.; под ред. М. М. Разумовской, П. А. Леканта . – М.: Дрофа, 2012. 317 с.

REFERENCES

Valkova N. P. Astrophotometry of space-time // Photography as a phenomenon of visual culture. – Riga, 1992. – Pp. 3–4.

Gurieva M. M. Everyday photography in a modern cultural context: an abstract of the dis. PhD of philosophical Sciences: 24.00.01. – S-P, 2009. – 23p.

Orlova T. G. Teaching genres of polycode texts at school and University: abstract of the dis. ... PhD of pedagogical Sciences: 13.00.02. – Moscow, 1995. – 19 p.

M. M. Razumovskaya, S. I. Lvova, V. I. Kapinos, etc. // Russian: 5 CL.: textbook for General education institutions /; edited by M. M. Razumovskaya, P. A. Lekant . – Moscow: Drofa, 2012. 317 P.

УДК 81

Окорокова Дарья Владимировна

магистрант кафедры риторики и культуры речи

Московского педагогического государственного университета

medvednikova.dascha@icloud.com

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОПЫТА МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИНГВОКОНЦЕПТОЛОГИИ НА ИНТЕГРИРОВАННЫХ УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

Описываются основные принципы и содержание лингвокультурологического направления в изучении русского языка в школе. Отдельно рассматривается «методическая лингвоконцептология», как авторский подход, разработанный Н. Л. Мишатиной, и структура лингвоконцептоцентрического урока. Применение методической лингвоконцептологии на практике иллюстрируется через описание разработанной и апробированной системы интегрированных уроков по русскому языку и литературе для 9 класса, в центре которой стоит концепт «обίδα».

Ключевые слова: лингвокультурология; методическая лингвоконцептология; концепт; интегрированный урок.

Okorokova Darya Vladimirovna

Postgraduate student of the Department of rhetoric and speech culture

of Moscow state pedagogical University

medvednikova.dascha@icloud.com

METHODOLOGICAL LINGUOCONCEPTOLOGY EXPERIENCE IN INTEGRATED LESSONS OF RUSSIAN LANGUAGE AND LITERATURE

The article presents the basic principles and content of the linguocultural direction in the study of the Russian language at school. “Methodical linguoconceptology” as the author’s approach developed By N. L. Mishatina and the structure of the linguoconceptocentric lesson are considered separately. The application of methodological linguoconceptology in practice is illustrated through the description of the developed and tested system of integrated lessons of Russian language and literature for grade 9, which is centered on the concept of “ umbrage”.

Keywords: linguoculturology; methodological linguoconceptology; concept; intergrated lesson.

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время все больше и больше методистов в области русского языка говорят о необходимости пересмотреть роль традиционных видов языкового анализа в школе, и сейчас мы имеем возможность наблюдать становление и развитие нового течения методики обучения русскому языку. В основе этого нового течения лежит понимание языка как системы и слова как знака этой системы, не просто как средств хранения и передачи какого-либо смысла, но как носителей и выразителей культуры, национального менталитета, определенной системы ценностей. Использование понятия «культура» при описании этого направления представляется особенно важным, так как развивается оно в рамках одной из отраслей лингвистики – лингвокультурологии – откуда и получило свое название: «лингвокультурологический подход» к изучению русского языка (в школе).

Так как в рамках лингвокультурологического подхода слово рассматривается как носитель культурной памяти, для его полноценного анализа становится недостаточно обращения только лишь к толковым словарям. Рассмотрение слова как феномена культуры требует многогранного и всестороннего охвата его смыслов и связей. Такое исследование требует изучения синтагматических, парадигматических, ассоциативных связей слова, его бытования в прецедентных текстах, литературе и фольклоре. Обретая вокруг себя такой широкий мир, само слово перестает быть словом в привычном понимании и начинает рассматриваться как концепт.

Методическая лингвоконцептология и ее применение в школе

Применительно к методике преподавания русского языка в школе одним из самых разработанных подходов в области лингвокультурологического направления современной методики обучения языку является авторский подход Н. Л. Мишатиной, который получил название «методической лингвоконцептологии» [Мишатиная 2018]. Базовым термином методической лингвоконцептологии является понятие «лингвокультурный концепт», который понимается как «многомерное и многознаковое ментальное образование, отмеченное этнокультурной

спецификой и находящее выражения в языке» [Воркачев 2017]. Так как этот подход разрабатывается с целью применения его на уроках в школе, Н. Л. Мишатина предлагает следующую лингвоконцептоцентрическую модель урока речевого развития.

1. Создание мотивации (определение функции концепта в жизни).
2. Моделирование общезыкового и художественного концепта через решение лингвокультурологических задач (лингвокультурологическая задача – это учебная задача, которая направлена на расширение концептосферы ученика и развитие его как языковой и речевой личности [Мишатина 2016]).
3. Создание речевых произведений на основе данного концепта. В качестве наиболее удачного жанра для речевого произведения Мишатина предлагает использовать жанр эссе, так как именно эссе включает ряд признаков, наиболее отвечающие сочинению по лингвокультурологическому концепту: цитация, риторический вопрос, сравнение, антитеза, ассоциативное отступление, обращение к собеседнику и пр.

Такой урок становится не просто уроком получения безличной, сухой информации, а уроком изучения языка, который основывается на изучении ключевых концептов русской культуры и представляет собой практику «развития и расширения опыта души» [Мишатина 2016].

Для иллюстрации применения опыта методической лингвоконцептологии на практике, хотелось бы сделать обзор разработанной и апробированной системы интегрированных уроков русского языка и литературы для 9 класса в школе. Система уроков для 9 класса, внимание которой сконцентрировано на концепте «обида», состоит из двух уроков, темы которых обозначены следующим образом: «“Обида” как одно из понятий русской культуры» и «Чувство обиды в рассказе В. М. Шукшина “Обида”». Первый урок посвящен комплексному анализу концепта «обида», который включает исследование лексического значения имени концепта и сравнение различных его толкований из толковых словарей, этимологический анализ, упражнения на сочетаемость слова, изучение бытования в фольклорных произведениях, интерпретация фрагментов произведений, включающих

изучаемое слово. Итогом первого урока становится представление о концепте «обида». Как видно из названия второго урока, центром его внимания становится рассказ В. М. Шукшина «Обида» и бытование концепта «обида» в нем. Обращение к художественному тексту происходит именно на втором уроке, так как важно анализировать художественное произведение после анализа самого концепта. На втором уроке ученики занимаются анализом произведения, рассматривая чувство обиды главного героя и его развитие, рассуждая о ее причинах и последствиях. Кроме этого, учащимся предлагается проанализировать еще один вид художественного искусства – снятый по мотивам «Обиды» Шукшина короткометражный фильм «Воскресение» – с целью сравнения его с рассказом.

Итак, перейдем к описанию первого урока «“Обида” как одно из понятий русской культуры». На этапе создания творческой мотивации к уроку учитель читает обучающимся вслух цитату из романа Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы»: «Ведь обидеться иногда приятно, не так ли?» и предлагает порассуждать о ней. Итогом рассуждения становится вывод о том, что чувство обиды не так просто и однозначно.

На этапе решения лингвокультурологических задач происходит составление портрета имени концепта «обида» с помощью выполнения различных типов упражнений. Первое упражнение направлено на рассмотрение лексического значения слова «обида», оно включает анализ и сравнение статей из толковых словарей Даля (2012), Ушакова (2000), Ожегова (2006). После чего ученикам предлагается дать самостоятельно определение «обиде», например, «обида – несправедливое оскорбление / чувство несправедливого оскорбления, то, что бесчестит, причиняет боль, обычно связано с неправдой и насмешкой». Так как самым частотным синонимом и определением «обиды» становится «оскорбление», ученикам так же предлагается провести сравнительный анализ этих двух понятий, с целью выявления оттенков значения, которые эти понятия разнят.

Еще одно упражнение направлено на установление синтагматических связей слова «обида», для чего ученикам предлагается составить ряд словосочетаний с этим словом нескольких типов: обида (сущ. в им. п.) + глагол; обида (сущ. в. косв. п.) + глагол; прилагательное

(причастие) + обида (сущ.) и др. Кроме этого, необходимо провести и этимологический анализ слова «обида», взяв для основы статьи из этимологических словарей Шанского (2002) и Фасмера (1987). Здесь важно отметить, что Фасмер прослеживает связь слова «обида» и латинского «*invidĕre* – завидовать, желать зла, ненавидеть»). После этимологического анализа обучающимся предлагается прочитать поговорки и поговорки, в которых встречается слово «обида»: Лучше в обиде быть, нежели в обидчиках; Кто кого обидит, тот того и ненавидит и др.) и проанализировать их значение. Последним этапом работы по составлению портрета имени концепта «обида» становится работа с отрывками художественных текстов, в которых рассматриваемое слово употребляется («Господа Головлевы» М. Е. Салтыкова-Щедрина и «Песнь про купца Калашникова» М. Ю. Лермонтова). В качестве задания обучающиеся выписывают из отрывков слова, связанные с чувством обиды, и обсуждают особенности их употребления в каждом из эпизодов.

Для подведения итогов урока учитель вновь зачитывает цитату из Достоевского, но теперь в более развернутом виде: «Ведь обидеться иногда очень приятно, не так ли? И ведь знает человек, что никто не обидел его, а что он сам себе обиду навывдумал и налгал для красоты, сам преувеличил, чтобы картину создать, к слову привязался и из горошинки сделал гору, – знает сам это, а все-таки самый первый обижается, обижается до приятности, до ощущения большего удовольствия, а тем самым доходит и до вражды истинной... ». Эту цитату учитель обсуждает с учениками уже с точки зрения приобретенного ими за урок опыта. В качестве домашнего задания необходимо прочитать рассказ В.М. Шукшина «Обида».

Целью второго урока становится рассмотрение чувства обиды и его оттенков в рассказе В. М. Шукшина «Обида». Для создания творческой мотивации учитель обращается к личному опыту учеников и просит их поделиться ситуациями из жизни, когда им доводилось испытывать чувство обиды. В результате короткой беседы становится ясно, что это чувство когда-либо испытывали все, и что для каждого оно по-разному проявилось в разных ситуациях, так же как и произошло с главным героем рассказа Шукшина.

На этапе решения лингвокультурологических задач учителю совместно с учениками необходимо проанализировать чувство обиды главного героя Сашки и развитие этого чувства в рассказе, для чего анализ предлагается разделить на три этапа по соответствующим эпизодам: эпизод с продавщицей Розой, эпизод с Чукаловым (в магазине и дома), эпизод с женой Верой и дочерью Машей. Результатом анализа первого эпизода ссоры с продавщицей Розой становится вывод о том, что Сашке необходимо доказать свою правоту, так как он знает, что его обвинили в том, чего он не совершал, его чувства оказываются задетыми и он чувствует сильную обиду.

На следующем этапе обучающиеся приступают к анализу эпизода ссоры Сашки с Чукаловым, из которого необходимо выписать или подчеркнуть слова, так или иначе связанные с чувством обиды. Нескольким ученикам по желанию предлагается составить (в качестве импровизации) небольшой рассказ об обидном случае, используя эти слова. В итоге беседы и разбора двух эпизодов (С Розой и Чукаловым), получается, что на протяжении всего рассказа обиженный Сашка пытается добиться справедливости, так как его чувства были незаслуженно задеты, и желание это чуть не толкает его на страшные действия. Однако несправедливость так и остается несправедливостью, и Сашка возвращается домой, где его ждет жена Вера, чье имя выбрано автором неслучайно, так как имеет символический смысл. Именно в контексте разговора о символическом имени Веры необходимо перейти к просмотру фильма «Воскресенье» (фильм не стоит показывать целиком, лишь до начала титров), порассуждать об их взаимосвязи и впечатлениях о фильме в целом. Завершить урок можно цитатой самого Шукшина: «Нам бы про душу не забыть. Нам бы немножко добрее быть. Мы один раз, так уж случилось, живем на земле. Ну так и будь ты повнимательнее друг к другу, подобнее...», главный смысл которой, как и самого рассказа, в том, что мы сами виноваты в том, что вокруг нас столько обиженных и обидчиков, нужно в первую очередь обращаться к самому себе, потому что подобные эпизоды не просто фрагменты жизни, а болезнь всего общества и всех нас.

По итогам обоих уроков в конце урока обучающимся дается задание написать эссе по цитате Омара Хайяма «Научись писать обиды на песке и высекать радости на камне». Использование данной цитаты

в качестве темы предлагает ученикам не просто отдельный концепт, а биномную оппозицию «обида-радость», что позволяет более широко взглянуть на проблему и на устройство мира в целом. Так, используя опыт уроков, девятиклассники давали следующие собственные толкования высказыванию: «Я понимаю это высказывание так: научись забывать обиды, прощать людей и помнить добрые дела и поступки, совершенные для тебя», «...нельзя быть злопамятным, ведь истинное счастье в понимании и любви своих близких. У каждого всегда есть выбор, обижаться или не обижаться, и чем продолжать развивать конфликт и подливать масло в огонь, лучше просто отпустить обиду...», «...когда человек пишет что-то на песке, то после некоторого времени эти слова исчезнут, именно поэтому, эти слова должны быть негативными. А то, что ты пишешь на камне, остается на века, поэтому эти слова доброты должны оставаться в душе человека на очень долгое время». Для концепта «радость» учащиеся самостоятельно подбирали правильные составляющие («прощение», «добрые поступки», «добрые дела», «слова доброты», «понимание и любовь близких»).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом эксперимент с использованием приемов методической лингвоконцептологии в 9 классе можно считать успешным, так как ученики смогли: написать эссе, сохранив все его структурные элементы; продемонстрировать понимание пройденного материала; пропустить полученный опыт через себя и дать собственную интерпретацию высказыванию, в центре которого стоит концепт «обида»; самостоятельно применить новые знания для понимания концепта «радость».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Воркачев С. Г.* Imago verbi: опыт семантического портретирования имени: монография / С. Г. Воркачев. – Краснодар: Изд. ФГБОУ ВО «КубГУ», 2017. 284 с.
- Мишатина Н. Л., Цыбулько И. П.* Антропологическая лингвометодика: в поисках смысла, содержания и оценивания / Н. Л. Мишатиной, И. П. Цыбулько. – М.: Изд-во «Национальное образование», 2016. 232 с.
- Мишатина Н. Л.* Методическая лингвоконцептология и ее терминосистема // Известия РГПУ им. Герцена. 2018. № 188. с. 153–164.

REFERENCES

- Vorkachev S. G.* Imago verbi: opyt semanticheskogo portretirovaniya imeni: monografiya. Krasnodar: Izd-vo KubGTU, 2017. 284 s.
- Mishatina N. L. Tsybulko I. P.* Antropologicheskaya lingvometodika: v poiskah smysla, sodержaniya i otsenivaniya / pod red. N. L. Mishatinoy. M.: Natsionalnoe obrazovanie, 2016. 232 s.
- Mishatina N. L.* Methodological linguoconceptology and its terminological system // *Izvestiya of Herzen State Pedagogical University of Russia*. 2018. № 188. s. 153–164.

УДК 8. 808.5

Пхью Пхью Аунг

магистрант Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина
phyuphyuaung.rus.mm@gmail.com

ПРАВИЛА РЕЧИ В РУССКИХ И МЬЯНМАНСКИХ СЕМЬЯХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

В статье на материале пословиц разных народов рассматриваются правила построения речи, типология этих правил, а затем приводятся русские и мьянманские пословицы, имеющие отношение к семейному общению и правилам семейного диалога. Комментарий к пословицам имеет цель показать, как можно использовать пословицы о речи в процессе преподавания русского языка как иностранного. Пословицы иллюстрируют, как различны образно-стилистические формы каждой национальной культуры.

Ключевые слова: пословицы, речь, правила, семья, русская культура, мьянманская культура.

Phuy Phuy Aung

Postgraduate at the Pushkin State Institute of Russian language
phyuphyuaung.rus.mm@gmail.com

SPEECH RULES IN RUSSIAN AND MYANMA R FAMILIES: COMPARATIVE ANALYSIS

The article uses the material of Proverbs of different peoples to consider the rules of speech construction, the typology of these rules, and then presents Russian and Myanmar Proverbs related to family communication and the rules of family dialogue. The comment on Proverbs is intended to show how Proverbs about speech can be used in the process of teaching Russian as a foreign language. Proverbs illustrate different figurative and stylistic forms of each national culture.

Keywords: Proverbs, speech, rules, family, Russian culture, Myanmar culture.

Семья – это сообщество близких по духу и интересам людей, живущих дружно и гармонично под одной крышей. Они поддерживают друг друга, решают вместе общие проблемы, сочувствуют друг другу, проявляют взаимопонимание и взаимоуважение по отношению друг к другу. Все это не может не выражаться в формах речи или словесной

коммуникации. Совершенно очевидно (и не только для филолога!), что важнейшим цементирующим фактором семьи является речевое общение ее членов, в котором отражается их взаимная любовь, внимание, терпение, уважение и, напротив, случаи недопонимания, ссор, размолвок, которые всегда принимают рече-словесное выражение.

Семья играет главную роль в процессе социального развития языковой личности каждого человека, она подобна жизненному институту, в котором дети получают первые речевые навыки, а взрослые учатся всю жизнь выстраивать личные отношения, и эти отношения часто или в подавляющем большинстве принимают речевые формы.

Правила построения семейных отношений отражены в фольклоре как совокупности наставлений, советов, рекомендаций, которые могут быть выражены в образной форме, описывающей разные ситуации семейно-бытовой жизни. В сущности, многие правила построения семейных отношений в разных национальных культурах должны были бы совпадать, поскольку в основании любой семьи должны быть такие речевые эмоции, как любовь, дружба, взаимное внимание, тактичность, предусмотрительность и т. д.. Тем не менее, уже на этом уровне может отражаться и своеобразие национального восприятия мира. Свидетельство такого своеобразия неоднократно отмечали ученые-философы, в том числе русские. Вот что об этом пишет выдающийся русский философ Иван Александрович Ильин:

Каждый народ по-своему вступает в брак, рождает, болеет и умирает; по-своему лечится, трудится, хозяйствует и отдыхает; по-своему горюет, плачет, сердится и отчаивается; по-своему улыбается, шутит, смеется и радуется; по-своему ходит и пляшет; по-своему поет и творит музыку; по-своему говорит, декламирует, острит и ораторствует; по-своему наблюдает, созерцает и творит живопись; по-своему исследует, познает, рассуждает и доказывает; по-своему нищенствует, благотворит и гостеприимствует; по-своему строит дома и храмы; по-своему молится и геройствует... Он по-своему возносится духом и кается [Ильин 2016: 24].

Для нас в этом абзаце, богатом по словесному наполнению и перечислению ситуаций, важнее всего отрывок: «по-своему говорит, декламирует, ораторствует и острит...». Действительно, для спе-

циалиста, занятого изучением чужой культуры или межкультурной коммуникации, именно это «народное говорение и остроумие» представляет наибольший интерес. Так, для иностранца, овладевающего русским языком, трудно понять и почувствовать, как носитель языка «говорит», иностранец не только с трудом осваивает правила произношения, но лишь в редких случаях овладевает всеми тонкостями «декламации», к которой можно отнести «музыку русской речи». Высшим пилотажем для него становятся уместные монологические высказывания («ораторство») и самым трудным делом оказывается понимание национального «остроумия», когда носитель языка «острит».

Приступая к теме «Правила речи в русской семье», автор данной статьи испытал эти трудности на себе. Первая же поговорка в знаменитом сборнике «Пословицы русского народа» В. И. Даля, на которую упал взгляд для разбора поговорок о семье, оказалась таковой: **«Баба без характера что хлеб без соли»**. Определить ее смысл без комментария со стороны специалистов-носителей языка оказалось абсолютно невозможным: при чем здесь женщина (пусть и названная по-народному, по-деревенски «бабой») и какое отношение она имеет к «хлебу»? Объяснить эту поговорку простыми словами, как и последующие, предложив им некоторую систематизацию, оказалось делом непростым. В сущности, именно эту задачу – объяснение и комментарий к русским поговоркам – мы ставим в своем будущем исследовании «правил речи» как правил семейного общежития.

Вернемся к поговорке. Полагаем, что ее можно объяснить следующим образом: как хлеб без соли бывает не вкусен, не интересен для голодного человека, так и женщина, не имеющая своего характера как собственной позиции, самостоятельных взглядов, не может вызвать уважения. Женщина должна иметь «характер», причем, может быть, даже своеобразный, не всегда угодный и удобный для противоположного пола – ведь в поговорке говорится не о «мужчине», а именно о женщине, хотя и под народно-бытовым именованием «баба».

Правила речи с трудом поддаются систематизации, хотя такие попытки в исследованиях речи делались и, на наш взгляд, довольно удачные. Сошлемся лишь на несколько фундаментальных научных

концепций: Ю. В. Рождественского, Т. В. Шмелевой и так называемые «максимы Грайса», получившие популярность в российских научных трудах.

Ю. В. Рождественский в главах книги «Общая филология» создал последовательную классификацию правил речи на основании пословиц «разных народов мира» [Рождественский 1996: 36]. Любопытно, что сами пословицы были взяты Ю. В. Рождественским из книги Г. Н. Пермякова, где в одном из разделов собраны пословицы «по логико-риторическому содержанию» [Пермяков 1979].

Как утверждает Ю. В. Рождественский, «пословицы и поговорки дают, пожалуй, в наиболее полной и краткой форме правила речевого поведения» [Рождественский 1996: 36]. Показывая использование пословиц в разных ситуациях общения, автор данной концепции вывел правила речевого поведения, основанные на паремиях о диалоге и паремиях о монологе. Так, группы паремий о диалоге распадаются на три основные подгруппы:

Первая группа паремий говорит о речевых отношениях собеседников, которые строятся на основании правил вежливости, например: *Лошадь узнают в езде, человека – в общении*, или *Одно хорошее слово лучше тысячи слов ругани*, или *От приятных слов язык не отсохнет*.

Вторая группа паремий касается порядка построения беседы – сюда относятся высказывания о предпочтении слова перед бессловесным действием (*Умный – языком, глупый – руками*), о предпочтении слушания перед говорением (*Язык – один, уха – два, раз скажи – два раза послушай*), о зачистности молчания (*Молчание – тоже ответ*).

Третья группа паремий указывает на возможные ошибки в построении беседы – из них также выводятся правила и рекомендации, например, ошибки в теме беседы (*Дед говорит про курицу, бабка – про утку*), ошибка в избрании собеседника (*Глухой слушает, как немой речь говорит*) [Рождественский 1996: 51–52].

Особенно выразительны в концепции Ю. В. Рождественского паремии о монологе, где показаны правила для слушающего и правила для говорящего. Богатейший материал, проработанный ученым, свидетельствует о возможности классифицировать и вывести правила

общения из пословиц и поговорок «разных народов», причем, у каждого народа имеется своя образная система представления таких правил.

Т. В. Шмелева в статье «Кодекс речевого поведения» спрашивает: «можно ли о человеке, знающем словарь и грамматику, сказать, что он в совершенстве владеет языком?» Показательно, что речь в статье идет не «о правилах этикета, предписывающих в той или иной ситуации выступать с определенным высказыванием или воздерживаться от каких бы то ни было речевых проявлений, а о правилах, регулирующих собственно речевую деятельность, или речевое поведение» [Шмелева 1983: 72]. Статья, написанная, как и статья Ю. В. Рождественского, задолго до публикации концепций Грайса, содержала 13 правил «элементарной» части кодекса речевого поведения, сформулированных «в виде предписаний и запретов: «1) сообщай информацию, содержащую известное для слушателя; 2) сообщай информацию, не расходящуюся с житейской логикой слушателя и его представлениями об обычном ходе событий; 3) не сообщай общеизвестного, банального; 4) не сообщай неприятного для собеседника; 5) говори точно, стремись найти единственно верные слова; 6) придержишься одного способа ведения беседы, одного жанра; 7) будь искренен и правдив; 8) не будь излишне откровенен; 9) не преувеличивай; 10) не используй языковых средств, которые могут быть не известны слушателю; 11) говори согласно норме и как принято; 12) избегай штампов; 13) выбирай номинации в соответствии с номинативными привычками: а) своими, б) слушателя и в) в соответствии с предметом речи» [Шмелева 1983: 77].

В настоящее время во многих работах российских ученых используются ссылки на так называемый «коммуникативный кодекс», основателями которого считаются Г. Грайс и Дж. Лич. Первый сформулировал принцип кооперации, из которого выводятся четыре «максимы» – заметим, что все эти «максимы» так или иначе сформулированы в фольклорных правилах речевого поведения, выводимых из пословиц и поговорок. Попробуем проиллюстрировать некоторые «максимы Грайса» русскими и иноязычными пословицами и поговорками:

1. Максима качества информации:

- 1) Не говори того, что считаешь ложным (*Ложь – болезнь, правда – лечение. Меньше врётся – спокойнее живётся*);
- 2) Не говори того, в чем сомневаешься, для доказательства чего нет исчерпывающих аргументов (*Если боишься – не говори, если сказал – не бойся*)

2. Максима количества информации:

- 1) Изложи не меньше информации, чем требуется (*Кто много говорит, тот терпит неудачу*);
- 2) Изложи не больше информации, чем требуется (*Во много-словии не без пустословия*).

3. Максима релевантности:

1. Не отходи от темы (*Я – про Фому, а ты – про Ерёму. Я – про пироги, а ты – про сапоги. Дед говорит про курицу, бабка – про утку*).

4. Максима ясности:

1. Будь последовательным (*Начал – за здоровье, кончил – за упокой*);
2. Избегай неясности (*Коротко да ясно, оттого и прекрасно*);
3. Избегай двусмысленности (*В огороде – бузина, в Киеве – дядька*);
4. Будь краток (*Верёвка хороша, когда длинна, речь – когда коротка*) [Грайс 1985: 220].

Русские пословицы разбираются нами с целью использования их в учебном процессе при преподавании РКИ для того, чтобы на материале пословиц показать правила речевого поведения. Преподавателю приходится объяснять смысл пословиц и делать это необходимо кратким, простым и точным языком. В этом состоит своеобразная «риторика учебного диалога», некое педагогическое красноречие, которое должно показать искусство речи преподавателя при объяснении непростых смыслов и значений русских пословиц. Нами избирались пословицы о семье и правилах семейного диалога, которые являются

основой для ведения семейно-бытового диалога. Попробуем проиллюстрировать такие объяснения некоторыми избранными пословицами.

«На что и клад, коли в семье лад». Как связаны согласие (названное по-народному «лад») и какое отношение оно имеет к слову «клад»? Объясним это следующим образом. Клад состоит из ценных предметов, которые владелец хочет спрятать, чтобы другие люди не видели их. *Лад* означает гармонию, согласие, взаимопонимание, договоренность, бесконфликтные отношения между членами семьи. Если члены семьи живут дружно, понимают и уважают друг друга, то в семье все счастливы. Кстати, умные люди часто скрывают свое счастье, как клад, чтобы другие люди не видели. Эта пословица предписывает гармоничные отношения внутри семьи.

«Любовь да совет – так и нуждочки (и горя) нет». «Горя нет» означает, что в семье нет никакой беды, печали, грусти, когда все члены семьи советуются друг с другом, живут дружно, любят и уважают друг друга. Слово «любовь» выражает чувства, которыми скрепляется каждая семья, а «совет» говорит о том, как должны строиться речевые отношения в семье. Эти отношения могут быть счастливыми и хорошими только вследствие основания – «любви» и выражаются они в добрых речевых контактах («совете»).

«Родными (своими) считается, а с женою в разводе живет». В пословице звучат насмешка и осуждение человека, который заботится о том, чтобы иметь хорошие отношения с родственниками, а с самым близким ему человеком – женой – имеет отношения плохие. «Развод» здесь может даже не означать официального развода: просто говорится о том, что муж не живет в добром союзе с женой, не заботится о добром отношении к ней (это самое главное!), а думает о том, как понравиться другим людям – своим родственникам. Такое желание «нравиться» всегда осуждается и считается «грехом» (ошибкой) в духовной этике.

«Вся семья вместе, так и душа на месте». «Вся семья вместе» означает конкретную ситуацию, когда вся семья (родители и дети, старики и молодые) собрались вместе, и тогда душа ни о чём не беспокоится. Обычно родители волнуются за детей, если их нет дома,

у них «душа не на месте» в таком случае, поэтому данная поговорка может быть сказана в ситуации, когда не пришедший вовремя домой молодой человек или девушка, наконец, вернулись... В самом общем смысле поговорка говорит о том, что семья бывает счастлива, когда всем хорошо и спокойно в кругу своих родственников. Поэтому у каждого члена семьи «душа на месте».

Как видим, комментарий получается достаточно пространственный, но в дальнейшем, комментируя уже отобранные и, возможно, более легкие для понимания поговорки, нам хотелось бы сделать наши пояснения более простыми, ясными и краткими, а пока скажем несколько слов о мьянманских семейных традициях согласно мьянманским поговоркам. В некоторых поговорках будет прослеживаться источник их происхождения: сюжеты буддийской литературы – в основном «Суты-питаки», «Локанити» (в переводе «нити литературы»), эпистолярная литература, народные сказки [Мазо 2010: 2]. Так, мьянманская поговорка гласит: «**Родители – первые учителя**». Они первыми знакомят детей с понятиями добра и зла в практической жизни, учат их любить природу, помогать другим людям, жить честно и ответственно, а в речи исполнять элементарные правила речевого этикета.

В Мьянме слово «семья» имеет буддистское происхождение, т. е. Будда Гаутама учил людей не только правилам этикета, но и тому, как правильно организовать весь семейный быт. Последователи этого учения называли его «Дхарма» (Закон, Учение) или «Буддхадхарма» (Учение Будды).

Приступая к теме «Правила речи в мьянманской семье», автор данной статьи столкнулся с немалыми трудностями. Первая же поговорка из знаменитого сборника В. Д. Мазо «Более 4000 бирманских поговорок и поговорок с их русскими эквивалентами», на которую упал наш взгляд при разборе поговорок о семье, оказалась такой: «**Какое семя, таково и племя** (Сб, 65)». Как связаны «семя» (начальная стадия развития растения) и «племя»? Объясним поговорку следующим образом: семя – самая важная, исходная часть растения, только из хороших и правильных семян вырастают хорошие и ценные растения. Поговорка означает, что только хорошие, уважаемые и опытные родители могут вырастить хороших, умных и мудрых

детей. Родители объясняют детям, что такое добро и зло, в чем заключается сущность жизни. Они не просто общаются с детьми, но еще и оказывают им эмоциональную поддержку. Дети, воспитанные хорошими родителями, живут правильной и хорошей жизнью. По поведению детей можно догадаться, каковы их родители. Эта пословица утверждает тесную взаимосвязь между родителями и детьми.

Своеобразна пословица **«Муж и жена – как язык и зубы»**. Какое отношение «язык и зубы» имеют к «мужу и жене»? Объясним это следующим образом. Язык и зубы вместе действуют, «работают», выполняя свои функции одновременно. Язык участвует в оценке вкуса пищи, жевании, глотании, сосании, в речеобразовании, а зубы выполняют функцию откусывания пищи и ее размельчения. Они также участвуют в образовании членораздельных звуков. Как язык и зубы должны выполнять свои функции одновременно, так и муж и жена имеют равные права и обязанности перед семьей. Они должны вместе решать семейные проблемы, поддерживать друг друга, следить за нравственностью членов семьи и вместе вести хозяйство. Правильное воспитание и развитие детей – обязанность обоих супругов. Они должны избегать семейных конфликтов и споров перед детьми. Супруги не могут принимать решения единолично. Они могут создать хорошую счастливую семью только вместе. Пословица отражает солидарность и одновременно разделение ответственности между супругами.

Конечно, напрашивается вопрос: кто из двух, мужа и жены, – «язык», а кто «зубы»? Возможно такое объяснение: если муж – «зубы», а жена – «язык», то жена «спрятана» за мужем, муж – ее защита, муж способен и «кусаться», муж получит первый удар, но жена будет защищать его своим «языком»... Кстати, такие пояснения всегда несколько произвольны, т. е. каждый толкователь может приспособить их к своим интересам.

Еще пословица: **«Сын – сердце родителей»**. Почему сын называется сердцем родителей? Как сердце даёт человеку все чувства, так и сын даёт родителям счастье, печаль, чувство любви и заботы. Родители могут радоваться или злиться на сына в зависимости от его поведения, то есть испытывать самые разные эмоции по отношению

к нему, но как сердце является «центром», главным органом человека, так и сын является «центром», главной заботой родителей, средоточием их любви и внимания. Пословица показывает, что в сыне вся жизнь родителей, и отражает их родительскую любовь.

Кстати, в европейской культуре «сердце» получило глубокое толкование в религиозно-идеалистических учениях П. Д. Юркевича, П. А. Флоренского, Б. П. Вышеславцева и И. А. Ильина. В религиозной трактовке сердце – это средоточие душевной, духовной и телесной жизни человека. Оно объединяет в себе волю и желания. Свободный поступок и любовь совершаются как сердечные акты. В них сливается в единый поток разнообразие душевных чувств, волнений и страстей: оно радуется, печалится, болит, испытывает смущение и смятение. Сердце одновременно и центр нравственной жизни, в нем коренится любовь к Богу и людям; оно же является источником гнева, злобы ненависти и т. д. Сердце зависит от телесного самочувствования, и, наоборот, сердечная боль может угрожать здоровью и самой жизни человека. Сердце объединяет чувственное и рациональное, природное и культурное, мужское и женское, плотское и духовное. Сердце как источник духовной любви делает человека способным к созерцанию, то есть духовному видению, способному углублять наше чувственное зрение в познании сущности вещей.

В заключение – мьянманская пословица: **«Когда хочешь есть – карри вкусным покажется; когда сдружитесь – как родные станете»**. Фраза «когда хочешь есть – карри вкусным покажется» означает, что для голодного человека любая еда вкусна и полезна, соответствует русской пословице «Голод – лучший повар». Голодному человеку не важна даже цена еды: он готов поесть и в дорогом ресторане, и в буфете. Фраза «когда сдружитесь – как родные станете» говорит о том, что люди всегда нуждаются (как в «еде»!) в дружбе, сочувствии и внимании, поэтому всем рекомендуется настраивать свою душу на добрые отношения, на дружбу и любовь. Подружившиеся люди будут иметь хорошие отношения, интересоваться проблемами друг друга, сочувствовать и разделять между собой все эмоции. Такие люди становятся как родные, хоть они и не родственники.

Подводя итог всему вышесказанному, мы можем отметить, что пословицы как часть фольклора хранят бесценную народную мудрость. Они рождались как выводы из непосредственных наблюдений многих поколений над реальной жизнью. Пословицы отражают историческое развитие общества, а также особенности отношений между разными возрастными и социальными группами. Такой источник знаний о культуре может быть эффективно использован в преподавании РКИ, так как он демонстрирует своеобразие национального мировосприятия и отношения к разным явлениям быта.

Изучение собранных нами пословиц показало, что и в русских, и в мьянманских пословицах основные правила семейных отношений совпадают. В основе семьи в обеих культурах лежат любовь, забота, внимание и взаимоуважение. Пословицы отражают потребность членов семьи в гармоничных отношениях, поддержке и теплых чувствах, которые всегда выражаются в общении, добром и выразительном слове. Своеобразным будет национальный колорит, образная система выражения тех или иных мыслей и идей, которые не всегда возможно правильно истолковать без помощи носителя данного языка и культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белоус О. В.* Семья как фактор становления психологически здорового ребенка // Семья и личность: проблемы взаимодействия. Научный журнал. – 2014. № 1. – С. 21–26.
- Буддизм // Большая Российская энциклопедия. – Т. 4. – М., 2006.
- Грайс Г. П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. – М., 1985. – С. 217–238.
- Грайс Г. П.* Принцип кооперации. <https://scicenter.online/russkiy-yazyik-scicenter/printsip-kooperatsii-gpgraysa-70100.html>
- Мазо В. Д.* Бирманские народные изречения: Более 4000 бирманских пословиц и поговорок с их русскими эквивалентами. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 560 с.
- Пермяков Г. Н.* Пословицы и поговорки народов Востока. М., 1979.
- Рождественский Ю. В.* Общая филология. – М.: Фонд «Новое тысячелетие», 1996. – 326 с.

- Рождественский Ю. В.* Правила речевого поведения по данным пословиц и поговорок // Паремнологический сборник. М.: Наука, 1978. С. 211–230.
- Шмелева Т. В.* Кодекс речевого поведения // Т. В. Шмелева // Русский язык за рубежом. 1983, № 1. – С. 72–77.

REFERENCES

- Belous O. V.* Family as a factor in the formation of a psychologically healthy child // Family and personality: problems of interaction. Scientific journal. – 2014. No. 1. – Pp. 21–26.
- Buddhism // Big Russian encyclopedia. – Vol. 4. – Moscow, 2006.
- Grice G. P.* Logic and speech communication // New in foreign linguistics. Vol. 16. – Moscow, 1985. – Pp. 217–238.
- Mazo V. D.* Burmese folk sayings: More than 4,000 Burmese Proverbs and sayings with their Russian equivalents. – Moscow: book house “LIBROKOM”, 2010. – 560 p.
- Permyakov G. N.* Proverbs and sayings of the peoples of the East. Moscow, 1979.
- Rozhdestvensky Yu. V.* General Philology. – M.: New Millennium Foundation, 1996. – 326 p.
- Shmeleva T. V.* speech behavior Code of // T. In . Shmeleva // Russian language abroad. 1983, No. 1. – Pp. 72–77.

УДК

Ржаникова Юлия Владиславовна

старший преподаватель кафедры русского языка Тюменского высшего военно-командного училища им. А.И. Прошлякова
Taina28@list.ru

РИТОРИКА КАК СРЕДСТВО АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ (КУРСАНТОВ) В УСЛОВИЯХ ИНОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЫ

Статья посвящена проблеме адаптации военнослужащих (курсантов) в условиях иноязычной среды при помощи риторики.

Ключевые слова: Риторика, адаптация, среда, мотивированность, процесс, обучение, курсанты.

Rzhanikova Yulia Vladislavovna

senior lecturer of the Russian language Department of the Tyumen higher military command school. A. I. Proshlyakova
Taina28@list.ru

RHETORIC AS A MEANS OF ADAPTATION OF FOREIGN MILITARY SERVANTS (CADETS) IN THE CONDITIONS OF FOREIGN LANGUAGE

The article is devoted to the problem of adaptation of military personnel (cadets) in a foreign language environment with the help of rhetoric.

Keywords: Rhetoric, adaptation, environment, motivation, process, training, cadets.

Проблема адаптации в условиях иноязычной среды иностранных военнослужащих актуальна, так как она способствует, с одной стороны, быстрому включению иностранных курсантов в учебный процесс, помощником в этом может быть риторика.

Хорошая речь – важнейшее условие для адаптации иностранных военнослужащих. Чем богаче и правильнее у курсантов речь, тем легче им высказывать свои мысли, тем шире их возможности в познании окружающей действительности, содержательнее и полноценнее отношение с сокурсниками и офицерами, тем активнее осуществляется их психическая и социальная адаптация в другой стране.

С первых дней пребывания в России иностранные курсанты находят в непривычной для них социокультурной, языковой и нацио-

нальной среде, в которой им предстоит адаптироваться в кратчайшие сроки. Эффективная адаптация повышает качество и уровень обучения иностранных студентов, обеспечивает высокую мотивированность овладения знаниями, умениями и навыками.

Значительные трудности связаны с отсутствием навыков самостоятельной работы. Курсанты не умеют конспектировать лекции, работать с источниками информации, анализировать информацию большого объема. Чаще всего не хотят пользоваться библиотекой. Различные практические и лабораторные работы вызывают дополнительный стресс ввиду непривычности и неумения правильно употреблять необходимые материалы. Следствие – перегрузка учебными материалами и накопление непонятого и неосвоенного объема информации, также имеют место следующие общие для всех иностранных студентов трудности процесса адаптации:

- ✓ низкий общеобразовательный уровень;
- ✓ слабая подготовка по профильным дисциплинам и специальным предметам;
- ✓ отличие форм и методов обучения в российском военном вузе от форм и методов обучения в школе их родной страны.

Некоторые исследователи риторики выделяют следующие группы адаптационных проблем:

- ◆ педагогическая адаптация;
- ◆ социокультурная адаптация;
- ◆ социально-психологическая адаптация;

Педагогическая группа адаптации связана в первую очередь с усвоением иностранными курсантами норм и понятий профессиональной среды, содержанию и условиям организации учебного процесса, формированию навыков самостоятельной учебной и научной работы. Участие в научно-исследовательской деятельности, стремление к наибольшей реализации своих возможностей – важный момент, поскольку иностранные курсанты большую часть своего учебного времени проводят в самостоятельной работе.

Социально-психологическая адаптация понимается как вступление иностранного студента в систему межличностных отношений, как приспособление личности к группе, к взаимоотношениям в ней,

как проявление собственного стиля поведения. Умение находить толерантный подход к своим коллегам, так как в военном вузе могут находиться несколько национальностей, причем из различных религиозных групп.

В процессе изучения русского языка как иностранного на практических занятиях курсанты, как правило, имеют на руках тексты, адаптированные по специальности, и когда преподаватель разбирает ту или иную грамматическую составляющую, курсанты могут сопоставлять услышанное с увиденным в учебнике. На лекциях по общенаучным дисциплинам у студентов есть возможность воспринимать лишь звучащую речь. Очень часто из-за быстрого темпа лектора они теряют способность понимать услышанное. Как следствие, во внеурочное время они вынуждены самостоятельно осваивать непонятный материал специальности по учебным пособиям, методическим разработкам, дидактическому материалу. Работа с пособиями представляет дополнительную трудность.

Как мы знаем, слово таит в себе огромное богатство для успешного эмоционального состояния. Занимаясь риторикой, иностранный военнослужащий познаёт красоту и силу слова неродного языка, развивается нравственно, овладевает навыками общения. Кроме того, риторика способна развернуть работу по развитию речи, голоса, темпа, громкости речи, тем самым помогая адаптироваться курсанту к обучению образовательном учреждении, а также к чужой стране.

Исходя из этого, можно сказать, что развитие культуры речевого общения у курсантов будет эффективно при использовании в развитие речи элементов риторики, поэтому для развития культуры речевого общения и адаптации в социокультурной среде используются игры и игровые упражнения с элементами риторики.

При использовании игр и игровых упражнений, включая элементы риторики, на занятиях по русскому языку как иностранному у курсантов будут сформированы следующие коммуникативно-речевые умения:

1. Оценивать собственное речевое поведение и речевое поведение другого (так говорить можно – так говорить нельзя; так верно выражена мысль – так не верно выражена мысль; так хорошо звучит речь – так плохо звучит речь и т. п.);

2. Ориентироваться в разных ситуациях общения, учитывая, к кому обращается говорящий, с какой целью, какие формы речевого этикета будет использовать;
3. Владеть своим голосом, понимать, когда нужно говорить громко – тихо, быстро – медленно, с какой интонацией и т. п.;
4. Внимательно слушать собеседника, адекватно реагировать на речь говорящего;
5. Соотносить вербальное и невербальное средство общения.

Занятия в группе могут строиться по различным алгоритмам:

1 вариант:

- изложение фрагмента темы с использованием вопросно-ответной беседы, беседы-сообщения;
- демонстрация самим преподавателем способов выражения речевой деятельности;
- изложение вопроса практической части, отработка умений и навыков, закрепление теории и практики.

2 вариант:

- творческая развивающая игра по закреплению полученных навыков (индивидуальная работа);
- корректировка преподавателем недочётов, допущенных курантам, при демонстрации риторических умений (по алгоритму);

3 вариант:

- закрепление пройденного материала в форме риторических игр;
- отработка в различных игровых ситуациях практических риторических умений и навыков.

Не будем забывать о преподавателе, его живое слово, мастерское владение словом является примером для обучающихся.

Речь преподавателя должна обладать такими качествами как:

- ◆ правильность (соответствие речи языковым нормам),
- ◆ точность (соответствие смыслового содержания речи и информации, которая лежит в ее основе),
- ◆ логичность (смысловые связи компонентов речи и отношений между частями и компонентами мысли),

- ◆ чистота (отсутствие в речи элементов, чуждых литературному языку),
- ◆ выразительность,
- ◆ богатство,
- ◆ уместность (употребление в речи единиц, соответствующих ситуации и условиям общения).

Таким образом, особую значимость приобретает использование риторики на занятиях по РКИ, это способствует адаптации курсантов, поскольку решение подавляющего большинства различных задач на занятиях осуществляется путем взаимодействия с другими людьми. Риторика также необходима для того чтобы эффективно курсантам-иностранцам общаться в различных ситуациях, решать разнообразные коммуникативные задачи, которые ставит перед ними жизнь, в конечном счете, для их успешной самореализации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Клюев Е. В.* Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и вузов. – М.: «Издательство ПРИОР», 1998.
- Массалова А. Э., Ржаникова Ю. В.* Использование информационно-компьютерных технологий в практике преподавания русского языка как иностранного в военно-инженерном вузе // Интеграция науки и практики для развития АПК: материалы научно-практической конференции. – Тюмень 2017. – С. 482–488.
- Massalova A. E., Rzhanikova J. V., Dziuba E. V.* Formation of motivation for studying Russian as a foreign language in cadets of a military engineering university through audiovisual visibility / A. E. Massalova, J. V. Rzhanikova, E. V. Dziuba // *Astra Salvensis*, VI (20218), Supplement no. 1, p. 683–689.
- Массалова А. Э.* Концепция обучения русскому языку иностранных военно-служащих инженерного профиля / А. Э. Массалова // Педагогическое образование в России. – 2018, – № 8. – С. 196–202.

REFERENCES

- Klyuyev E. V.* Speech communication: A textbook for universities and higher education institutions. – Moscow: “prior publishing House”, 1998.

Massalova A. E., Rzhanikova Yu. V. Using information and computer technologies in the practice of teaching Russian as a foreign language in a military engineering University // Integration of science and practice for the development of agriculture: materials of the scientific and practical conference. – Tyumen 2017. – Pp. 482–488.

Massalova A. E., Rzhanikova J. V., Dziuba E. V. Formation of motivation for studying Russian as a foreign language in cadets of a military engineering university through audiovisual visibility / A. E. Massalova, J. V. Rzhanikova, E. V. Dziuba // *Astra Salvensis*, VI (20218), Supplement no. 1, p. 683–689.

Massalova A. E. The Concept of teaching the Russian language to foreign military personnel of the engineering profile / A. E. Massalova // *Pedagogical education in Russia*. – 2018, – No. 8. – Pp. 196–202.

УДК 81.23

Романова Ирина Дмитриевна

преподаватель кафедры грамматики и истории английского языка
факультета английского языка Московского государственного
лингвистического университета
id-vedenina@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

Статья исследует англоязычную бизнес-коммуникацию с точки зрения ее воздейственного потенциала. Автор акцентирует внимание на том, что главные приемы теории ораторского искусства – этос, логос и пафос – остаются актуальными и в современном мире для эффективного достижения профессиональных целей. Важной особенностью является то, что этос, логос и пафос задействованы в процессе убеждения одновременно, а не линейно. Рассматривая современные тенденции в профессиональной сфере общения, автор подчеркивает возрастающую роль эмоциональной составляющей деловых текстов. Гармонично вписываясь в рациональный характер бизнес-коммуникации, эмоциональные средства помогают увеличить воздейственный потенциал высказываний. Автор приводит примеры делового информационного письма, деловой переписки, а также объявлений о свободных вакансиях для иллюстрации сделанных выводов.

Ключевые слова: бизнес-коммуникация, риторика, этос, логос, пафос, воздействие, воздейственный потенциал, жанры бизнес-коммуникации, информационное письмо, объявление о свободной вакансии, деловое письмо.

Romanova Irina Dmitrievna

teacher of the Department of grammar and history of the English language
at the faculty of English of the Moscow state linguistic University
id-vedenina@yandex.ru

PERSUASIVE FEATURES OF BUSINESS COMMUNICATION IN MODERN ENGLISH

The article explores business-communication in terms of communicative impact. The author points out that business-communication in modern English is still based on main structural principles of Rhetoric (ethos, logos and pathos). In course of persuasive interaction logos, ethos and pathos overlap and co-exist. Modern tendencies of business communication reveal the increasing role of emotional component in business texts.

Therefore, means of expressing emotions used in rationally structured business texts can be considered vital for effective communicative impact. The author proves her conclusions providing examples of a letter to shareholders, job advertisements and emails.

Keywords: business communication, Rhetoric, ethos, logos, pathos, communicative impact, persuasive potential, genres of business communication, informative letter, job advertisement, emails.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях ведения бизнес-практики потребность в искусно выстроенной публичной речи и аргументации своей точки зрения не теряют актуальности [Деловые коммуникации 2018]. Изучение приемов эффективной профессиональной коммуникации восходит ко временам античности, где в условиях развитой демократии Древней Греции становятся популярными следующие предметы: риторика (наука об ораторском искусстве) и логика (учение о формах и законах правильного мышления). В настоящее время в условиях жесткой конкуренции и стремительного развития бизнеса существует огромная потребность во владении ораторским искусством, различными приемами менеджмента и пиар-технологиями, а также в создании эффективной рекламы [Пономаренко 2010]. Изучение особенностей, характерных для делового общения имеет значимость для эффективного развития и ведения бизнеса в современных условиях. Исследование современных тенденций в культуре делового общения и анализ различных жанров бизнес-коммуникации показывают, что логосный компонент и соблюдение конвенционального характера бизнес-текстов не всегда являются основными средствами эффективного воздействия на реципиента.

Результаты и обсуждения

По мнению многих ученых, бизнес-коммуникация традиционно выполняет три основные функции: фатическую, информационную и воздейственную [Кужевская 2005, Храмченко 2014, Деловые коммуникации 2015]. В современной бизнес-коммуникации можно наблюдать возрастающую роль именно функции воздействия [Пономаренко

2010], что диктует потребность развивать навыки эффективного использования необходимых для этого языковых средств. Другими словами, умение убедить собеседника и воздействовать на него должным образом является основой для эффективного достижения профессиональных целей.

Этос, логос и пафос как средства достижения профессиональных целей

Основы теории убеждения восходят ко временам античности, когда риторика (ораторское искусство) глубоко изучалась и разрабатывалось греческим философом Аристотелем и была важной составляющей политического мира во времена Римской империи [Darics 2018, с. 146]. Аристотель разделил основные средства убеждения на три главных категории, которые считаются основными структурными принципами воздействия: этос, пафос и логос [Аристотель 1978].

Этос представляет собой устойчивый нравственный принцип аргументации, формирующийся на основе личности говорящего и его позиции [Cockcroft 2014, с. 6]. Проявление личности говорящего заключается в способности впечатлить аудиторию своей индивидуальностью, поставить себя на один уровень с ней, переориентировать ее установки. Чем больше убеждающий показывает личную вовлеченность во время взаимодействия с реципиентом, тем убедительнее он звучит. Позиция убеждающего или его установки являются отражением ценностей, присущих либо индивиду, либо группе людей. Позиция, существующая в сознании, способствует формированию установок – отношения человека к какому-либо объекту. С точки зрения современной бизнес-коммуникации этосный аспект убеждения заключается в формировании корпоративного имиджа [Cockcroft 2014, с. 55-57]. Согласно А. Н. Чумикову и М. П. Бончарову, имидж – это заявленная *позиция*, которая планируется организацией для продвижения в свои целевые группы [Чумиков 2003, с. 78]. Правильный корпоративный имидж повышает рейтинг компании на рынке, а также способствует укреплению внутрикорпоративных отношений. С помощью этоса компания позиционируется как компетентная, честная «личность», которой можно доверять.

Пафос – это эмоциональная составляющая процесса убеждения. [Cockcroft 2014, с. 7]. Эмоциональное воздействие обладает значимостью, так как эмоции затрагивают мышление индивида, в процессе которого формируются установки положительного или отрицательного характера, что в результате может повлиять на процесс принятия решений. Понятие пафос включает в себя эмоциональный отклик аудитории на предмет обсуждения, на личность убеждающего, а также его на его позицию, что доказывает связь данного принципа аргументации с этосом.

Логос – это принцип аргументации, который отвечает за структуру, согласно которой выстроены аргументы, а также за их последовательность, связность, логическую значимость. Логос используется при обозначении предмета коммуникации и для приведения аргументов в его пользу [Cockcroft 2014, с. 8]. Логосом также принято называть словесные средства, использованные говорящим для реализации замысла речи, а также для понимания речи слушателями.

Важным фактом является то, что этос, логос и пафос задействованы в процессе убеждения одновременно, а не линейно. Например, говорящий может делить с аудиторией своими мнениями и установками, созданными на основе позиции (этос), при этом выстраивая эмоциональный фон сообщения (пафос) и подготавливая аргументы в пользу воззрений (логос). Именно комбинация данных принципов аргументации является основой успешного воздействия на реципиента [Tom, Eves 1999].

Рассмотрим функционирование этоса, логоса и пафоса на примере информационного письма-обращения к инвесторам 2017 года от Вирджинии Рометти, генерального директора компании IBM. Цель данного письма не только проинформировать читателя и предоставить отчет о годовых достижениях компании, но и убедить инвесторов в том, что их инвестиции в компанию обладают особой ценностью, что достигается посредством позитивного позиционирования компании и ее деятельности. Логос проявляется в рациональном построении текста, его связной структуре, а также в представленных финансовых данных, показывающих деятельность компании за прошедший год:

In my letter to you this year, I will describe our performance in 2017, which reflects the progress we have made in building these capabilities. And I will explain why we believe this moment marks an inflection point, not just for our company, but for business and society at large...

*We achieved operating earnings per share of **\$13.80**, up **2 percent**. Our revenue for the year was **\$79.1 billion**, with operating pre-tax income of **\$13.9 billion**. In the fourth quarter, we grew revenue **4 percent**, 1 percent adjusted for the effects of currency (as are all other revenue numbers in this letter)...*

*We **also** remained the global leader in cloud for the enterprise. In 2017, our cloud revenue grew **24 percent**, to **\$17 billion**. Cloud by itself is now more than **21 percent** of our total revenue...*

Our reinvented systems franchises generated strong growth...

Similarly, we are reinventing our services business... In addition, our Technology Services and Cloud Platform team is working with clients worldwide to integrate public, private and managed cloud environments through a single architecture.

*Finally, 2017 saw a milestone in innovation as IBM, for the 25th year in a row, led the world in U.S. patents earned, setting a new record of **9,043**. (<https://www.ibm.com/annualreport/2017/letter.html>)*

Четкая и разумная структура письма делает его убедительным для такой публики, как инвесторы. Этос, создающий положительный имидж компании IBM, достигается посредством повторения положительных моментов в деятельности компании:

*During the past five years, propelled by our belief that the phenomenon of data would reorder technology and business, **we have undertaken one of the most ambitious reinventions in IBM's modern history**. This phase is largely complete. IBM is now a cognitive solutions and cloud platform company. IBM now **possesses capabilities** that are unmatched in our industry to address our clients' most pressing needs... And we expect to **achieve our goal of growing these new products and services to \$40 billion in 2018**... Watson **strengthened its position** as the AI platform for business... We **also remained the global leader in cloud for the enterprise**... We did all this while continuing to invest heavily for long-term competitiveness –*

*\$5.6 billion in research and development and \$3.3 billion in net capital expenditures, **adding to the capabilities of our high-growth strategic businesses.*** (<https://www.ibm.com/annualreport/2017/letter.html>)

Отношение компании к потенциальной аудитории выстраивается при помощи личных местоимений *I, we, you* и притяжательного местоимения *our*, что также входит в этосный аспект аргументации, поскольку имидж компании складывается не только с помощью данных положительного характера, но и на основе искусного умения взаимодействовать с потенциальными клиентами, выстраивать с ними контакт: *We also returned \$9.8 billion to **you, our owners, including dividends of \$5.5 billion and \$4.3 billion in gross share repurchases.*** (<https://www.ibm.com/annualreport/2017/letter.html>)

В конце письма, обращаясь к инвесторам и сотрудникам, автор использует позитивно-окрашенную и даже возвышенную лексику по отношению к ним, что делает текст эмоционально наполненным, усиливает эмоциональное воздействие на аудиторию и следовательно реализует пафосный аспект убеждения:

*Let me close by expressing my gratitude to **the treasured clients we serve, and to the hundreds of thousands of IBMers whose brilliance and resilience make it possible for us all to achieve our life's work at the world's most essential enterprise.***

*I never have been more **optimistic** in my IBM career – **optimistic** about our technology, about our clients, about IBM and about the world we are building together.* (<https://www.ibm.com/annualreport/2017/letter.html>)

Современные тенденции бизнес-коммуникации

Традиционно считается, что бизнес-коммуникация носит преимущественно рациональный характер и нейтральна с точки зрения эмоционального компонента [Деловые коммуникации 2018]. Однако в современных условиях использование эмоциональных средств приобретает все большее значение во время профессионального взаимодействия индивидов для того усилить прагматическое воздействие. При искусном и немногочисленном использовании, эмоциональные средства позволяют достигать различных целей, гармонично

вписываясь в рациональный характер бизнес-коммуникации [Цой 2012]. Деконвенционализация, т. е. умышленное нарушение стандартных и традиционных правил делового общения [Храмченко 2014], является еще одной современной особенностью бизнес-коммуникации, которая чаще всего возникает с целями усиления воздействия. Д. С. Храмченко утверждает, что такие изменения проявляются как на лексическом, так и грамматическом уровне, а также имеют значение при выборе коммуникативных стратегий и тактик [Храмченко 2014, с. 14]. Исследование различных жанров бизнес-коммуникации продемонстрировало, что выбор средств оказания воздействия на реципиента продиктован не только общепринятыми нормами и правилами, характерных для определенного жанра бизнес-коммуникации, но и дистанцией между адресатом и адресантом, целями коммуникации, а также ситуацией общения. Несмотря на значимость логоса для построения деловых текстов, пафосный и этосный компоненты становятся наиболее значимыми именно с точки зрения оказания эффективного воздействия. Рассмотрим особенности построения бизнес-коммуникации на примерах следующих жанров: объявления о свободных вакансиях и деловая переписка.

Объявление о свободной вакансии может иметь разные цели, которые диктуют выбор лексических и грамматических средств построения текста, приглашающего потенциального клиента на работу. Если компания более заинтересована в укреплении корпоративного имиджа, то приглашение на работу имеет рекламный характер, что отражается в избыточном использовании лексики положительного характера в адрес компании. В случае потребности получить отклик от нужных людей объявление о свободной вакансии имеет цель четко отразить необходимые требования и «зацепить» именно нужных людей. В 2014 Компания Филипс поставили эксперимент, выставляя объявление о вакансии в двух вариантах. Суть эксперимента состояла в изучении, какой текст привлечет большее число откликнувшихся.

Вариант 1:

*We are opening a new school and are hiring K-8 teachers. We are seeking **hard-working, dedicated** teachers to implement the educational*

curriculum in our new school. This is an exciting opportunity to become part of professionals striving to create a high quality educational environment. Pay and benefit are competitive [Darics 2018, с. 245].

Вариант 2:

*We are opening a new school and are hiring K-8 teachers. We are seeking **creative, innovative** teachers to **help develop** and implement the educational curriculum in our new school. This is an exciting opportunity to **apply your ideas** to create and implement an **innovative, hands-on** educational programme. **Bring your creative talents and abilities to our team of professionals** striving to create a **cutting-edge educational** environment. Pay and benefit are competitive [Darics 2018, с. 245].*

Эксперимент показал, что вторая версия приглашения на работу привлекла большое число кандидатов, которые были ориентированы на образовательный процесс, т. е. те люди, которые желают развивать их способности и приобретать новые навыки. Анализируя лексику, использованную для описания желаемых качеств потенциального кандидата, можно сделать вывод, что второй вариант будет звучать убедительнее и привлекательнее для индивидов, желающих развиваться, так как людям приятнее ассоциировать себя с креативными и интересными личностями (*innovative, creative talents and abilities* и т. д.), чем просто с работоспособными работниками, как предлагает первое объявление (*hard-working, dedicated*). Другими словами, первое объявление отражает установку «Я работоспособная личность», а второе – «Я творческая личность». Несмотря на то, что обе установки положительны и, возможно, качество работоспособности считается даже лучшим по некоторым параметрам, человеку больше льстит называть себя в сознании творческой личностью, что подчеркивает его особенность и неординарность. Работоспособная личность звучит слишком обыденно, скучно для человека, как будто он лишен чего-то необычного. Отличием двух объявлений является также наличие в варианте 2 предложения побудительного характера, призывающих реципиента к действиям: *Bring your creative talents and abilities to our team of professionals striving to create a cutting-edge educational environment*. Первый вариант объявления лишен такого призыва, поэтому данное

приглашение на работу надделено меньшим воздействием потенциалом. Таким образом, для того чтобы воздействовать на потенциального кандидата и получить желаемый отклик, работодателю следует выбирать такие грамматические и лексические средства, которые звучат для реципиента привлекательнее на когнитивном уровне и мотивируют его откликнуться.

Деловое письмо. Данный жанр не ограничивается лишь перепиской между коллегами и партнерами: он может принимать разные формы: письма-отчеты информативного характера, письма-обращения к инвесторам и письма-обращения к сотрудникам, благодарственные письма и т. д. На сегодняшний день электронное деловое письмо (e-mail) является одной из самых популярных и используемых форм письменной бизнес-коммуникации. Согласно статистическим данным, с 2013 по 2017 года число отправленных электронных деловых писем возросло с 929 миллионов до 1,1 биллиона, а к концу 2017 данная цифра увеличилась до 132 биллиона [Darics 2018, с. 297], что свидетельствует о значимости данного жанра в сфере бизнеса. Многие факторы влияют на то, как следует сформулировать деловое письмо: цели коммуникации, социальный контекст, отношения между участниками переписки и позиция, которую каждый из них занимает в иерархии компании, а также предыдущий опыт ведения деловой переписки с этим же индивидом, если этот опыт имел место быть. Перечисленные аспекты также влияют на выбор грамматических и лексических средств и на уровень формальности письма. Рассмотрим три варианта электронных внутрикорпоративных деловых писем, имеющих одинаковое содержание, но разный формат:

(a) *Hey Everyone,*

Don't forget I need your ideas as soon as possible. How can we shut those guys up so the rest of us can talk, huh?:-) [Darics 2018, с. 298]

(b) *Hi Everyone,*

As I mentioned in our teleconference on Monday, we're having trouble getting ideas from everyone. Some people are talking a lot and we appreciate that, but others feel they don't have a chance to say anything. What can we do to be sure everyone has an opportunity to speak? Please let me know what you think, so that we can get some good discussion going.

Thanks, Jim [Darics 2018, с. 298]

(c) *Dear Team Members:*

I'm writing about the problem that has come to my attention about not hearing from all of our team members during our weekly telephone conferences. I invite all of our team members to give me their ideas about how to solve this problem. I look forward to hearing from all team members at their earliest convenience.

Thanks.

Sincerely yours, Jim. [Darics 2018, с. 298]

Письмо (b) с большей вероятностью является самой приемлемой и уместной формой обращения к своей команде, так как в данном примере сохраняется баланс между формальным тоном сообщения и поддержанием контакта с командой. Письмо (c) также выдерживает формальный тон, но демонстрирует слишком сильную отдаленность от своих коллег, что может показаться для команды либо очень авторитетным, либо очень пафосным. Формат примера (c) более уместен для внешнекорпоративного общения, когда между участниками переписки существует большая дистанция. Письмо (a) в большинстве случаев окажется неподходящим для обращения руководителя к своей команде, так как оно носит деконвенциональный характер. Однако в некоторых ситуациях, когда команда руководителя стала его «семьей», с кем он проводит выходные, отмечает праздники и проводит отдых, письмо (a) является наиболее подходящим и ожидаемым вариантом. Только такой вариант построения сообщения может вызвать эмоциональный отклик у близких людей, несмотря на то, что в данном случае логосный компонент воздействия не является доминирующим. Несмотря на разные факторы, которые влияют на формирование электронного делового письма, существуют универсальные жанровые конвенции, которые всегда положительно сказываются на характере сообщения: вежливые формы высказывания, показывающие заинтересованность адресата во мнении адресата, что выстраивает лучшее взаимодействие (*Would you mind? Do you think? Is/would it be all right if? Is/would it be possible? Do you think I could?*); слова, смягчающие характер высказывания (*possibly, perhaps, just, just, rather, maybe, by any chance, at all*); хеджирование (*a bit, a little, sort of, a kind of*); слова, выражающие субъективную оценку (*I'm afraid, I wonder, I think, I suppose*) [Blum-Kulka 1989, с. 283].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в современной англоязычной бизнес-коммуникации центральная функция – это воздействие на реципиента. Весомым при выборе языковых средств является дистанция между адресатом и адресантом, ситуация, а также цели коммуникации. Этос, логос и пафос традиционно являются главными принципами, которые лежат в основе построения бизнес-текстов. Несмотря на значимость логосного компонента бизнес-коммуникации, существует современная тенденция, показывающая, что именно эмоциональные средства являются весомыми при воздействии на адресата. Как видно из примеров, структура делового текста может оставаться неизменной, однако лексическое и грамматическое наполнение влияет на то, как реципиент воспримет предоставленную информацию и отзовется ли он на нее должным образом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аристотель*. Риторика // Тахо-Годи А. А. Античные риторики / пер. Н. Платоновой. М.: Изд-во Московского ун-та, 1978. 592 с.
- Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / под редакцией Л. И. Чернышовой. М.: Финансовый университет, Департамент социологии, 2018. 338 с.
- Деловые коммуникации: Учебно-методическое пособие / автор-сост. Крылова С. Г. ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет». Екатеринбург, 2015. 105 с.
- Кужевская Е. Б.* Межкультурная деловая коммуникация и проблемы формирования имиджа современного российского предпринимателя: Философско-культурологический аспект: дис. ...канд. филос. наук. М., 2005. 155 с.
- Пономаренко Е. В.* Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода (на материале английского языка): Монография. М.: МГИМО – Университет МИД РФ, 2010. 148 с.
- Храмченко Д. С.* Функционально-прагматическая эволюция английского делового дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2014. 448 с.
- Цой А. И.* Рациональное и эмоциональное в сфере деловой профессиональной коммуникации // Вопросы психолингвистики, 2012. № 1. С. 140–145.
- Чумиков А. Н, Бочаров М. П.* Связи с общественностью: теория и практика / учебн. пособие. М.: Дело, 2003. 552 с.

- Blum-Kulka, S., House, J. and Kasper, G.* Cross Cultural pragmatics: requests and apologies. Norwood, NJ: Ablex, 1989. 300 p.
- Cockcroft R, Cockcroft S.* Persuading People: An Introduction to Rhetoric. Third Edition. Palgrave Macmillan, 2014. 323 p.
- Darics E., Koller V.* Language in Business, Language at work. Macmillan Education. Palgrave. 2018. 343 p.
- Tom, G. Eves, A.* The Use of Rhetorical Devices in Advertising // Journal of Advertising Research, 1999. P. 39–44.

REFERENCES

- Aristotel'. Ritorika* // Taho-Godi A. A. Antichnye ritoriki / per. N. Platonovoj. M.: Izd-vo Moskovskogo un-ta, 1978. 592 s.
- Delovye kommunikacii: uchebnik dlya bakalavrov / pod redakciej L. I. Chernyshovoj. M.: Finansovij universitet, Departament sociologii, 2018. 338 s.
- Delovye kommunikacii: Uchebno-metodicheskoe posobie / avtor-sost. Krylova S. G. FGBOU VPO «Ural'skij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet». Ekaterinburg, 2015. 105 s.
- Kuzhevskaya E. B.* Mezhhul'turnaya delovaya kommunikacija i problemy formirovaniya imidzha sovremennogo rossijskogo predprinimatelja: Filosofskokul'turologicheskij aspekt: dis. ...kand. filos. nauk. M., 2005. 155 s.
- Ponomarenko E. V.* Lingvosinergetika biznes-obshcheniya s pozicij kompetentnost-nogo podhoda (na materiale anglijskogo yazyka): Monografiya. M.: MGIMO- Universitet MID RF, 2010. 148 s.
- Hramchenko D. S.* Funkcional'no-pragmaticeskaya evolyuciya anglijskogo delovogo diskursa: dis. ... d-ra filol. nauk. Moskva, 2014. 448 s.
- Coj A. I.* Racional'noe i emocional'noe v sfere delovoj professional'noj kommunikacii // Voprosy psiholingvistiki, 2012. № 1. С. 140–145.
- Chumikov A. N, Bocharov M. P.* Svyazi s obshchestvennost'yu: teoriya i praktika / uchebn. posobie. M.: Delo, 2003. 552 s.
- Blum-Kulka, S., House, J. and Kasper, G.* Cross Cultural pragmatics: requests and apologies. Norwood, NJ: Ablex, 1989. 300 p.
- Cockcroft R, Cockcroft S.* Persuading People: An Introduction to Rhetoric. Third Edition. Palgrave Macmillan, 2014. 323 p.
- Darics E., Koller V.* Language in Business, Language at work. Macmillan Education. Palgrave. 2018. 343 p.
- Tom, G. Eves, A.* The Use of Rhetorical Devices in Advertising // Journal of Advertising Research, 1999. P. 39 – 44.

УДК 808

Сальникова Ольга Александровна

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры риторики и культуры речи Института филологии
Московского педагогического государственного университета
oa_s06@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ РИТОРИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РЕЧЕВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

В статье рассматриваются основные проблемы развития коммуникативной компетенции студентов в условиях цифровизации, описываются трудности, испытываемые студентами при публичном выступлении. Автором даётся описание риторической компетенции в структуре коммуникативной компетенции. Преподавателям предлагаются приёмы работы по формированию риторических умений студентов на занятиях речеведческого модуля на основе риторизации задания.

Ключевые слова: Риторическая компетенция; цифровизация; публичная речь; риторизация задания.

Salnikova Olga Alexandrovna

PhD of pedagogics, assistant professor,
Assistant professor at the Department of Rhetoric and Speech Study
in Moscow state pedagogical university
oa_s06@mail.ru

DEVELOPMENT OF STUDENTS' RHETORIC COMPETENCE IN THE ERA OF DIGITALIZATION

The paper addresses the major difficulties associated with the development of communicative competence in the era of digitalization. The paper describes common difficulties that students experience in public speaking. The author describes rhetoric competence as a part of communicative competence. In the article, we offer educators novel methods for development of students' rhetoric skills during speech modules on the basis of task rhetorization.

Keywords: rhetoric competence, digitalization, public speaking, task rhetorization.

Инновационные технологии с нарастающей скоростью меняют привычный нам мир, затрагивая все сферы жизни, в том числе и сферу высшего образования. Современные студенты свободно чувствуют себя в мире гаджетов, легко ориентируются в глобальном мире информации, осваивают новые формы коммуникации, поддерживают контакты, взаимодействуют друг с другом на любом расстоянии. Логично предположить, что меняется не только мир вокруг нас, но и мы в этом мире. Происходящие изменения затрагивают все ключевые (универсальные) компетенции личности, в том числе и коммуникативную.

Коммуникативная компетенция представляет собой **структурное** образование, включающее в себя следующие уровни: языковая, речевая, дискурсивная, культуроведческая и риторическая компетенция. Каждый уровень в свою очередь включает в себя набор знаний и умений, необходимых для свободной и эффективной речевой деятельности:

- **языковая компетенция** – знания об изучаемом языке по его уровням: фонетика, лексика, состав слова и словообразование, морфология, синтаксис простого и сложного предложения, основы стилистики текста; умение пользоваться всеми единицами и средствами языка в соответствии с его нормами;
- **речевая** – знания о способах формирования и формулирования мыслей посредством языка и умение пользоваться такими способами в процессе восприятия и порождения речи;
- **дискурсивная** – знания об особенностях протекания речевого события и умения управлять речевым событием;
- **культуроведческая** – осознание языка как формы выражения национальной культуры, знания о взаимосвязи языка и истории народа, о национально-культурной специфике русского языка, владение нормами русского речевого этикета, культурой межнационального общения; умения учитывать эти сведения в процессе общения и корректировать свое речевое поведение в соответствии с нормами социального поведения, присущими данному этносу;
- **риторическая** – знания о риторических моделях создания текстов и способность осознанно создавать, произносить и рефлексировать авторско-адресный текст риторического жанра в соответствии с целью и ситуацией публичной речи [Горобец 2008].

Структура коммуникативной компетенции иерархична, высшим уровнем является риторическая компетенция, которую мы опишем подробнее.

В качестве модели **описания риторической компетенции** используем подход Г. А. Сергеева, который в своей работе предложил компоненты для описания структуры и содержания любой компетенции [Сергеев 2010]:

1. Риторическая компетенция.
2. Тип – общепредметная.
3. Круг реальных объектов действительности – окружающие люди.
4. Социально-практическая обусловленность и значимость: удовлетворение коммуникативных потребностей в публичных ситуациях общения; развитие способности к самооценке на основе наблюдения за собственной речью и формирование потребности в речевом самосовершенствовании; развитие речевой культуры; осознание слова как богатства и как средства влияния на других людей.
5. Личностная значимость для обучаемого: успешность в общении, владение умелой, искусной речью.
6. Знания: понятия «общение», «коммуникация»; виды общения; коммуникативная ситуация, её компоненты; коммуникативное намерение; специфика устной речи; риторический канон; виды ораторских речей; специфика публичной речи; требования к поведению оратора; приёмы привлечения внимания аудитории; средства речевого воздействия; коммуникативные качества речи; речевые жанры.
7. Умения и навыки: ориентироваться в ситуации общения; определять коммуникативное намерение всех участников общения; анализировать и корректировать своё речевое поведение с целью предупреждения коммуникативных неудач; привлекать и удерживать внимание аудитории; использовать соответствующие ситуации невербальные средства; составлять тексты с опорой на риторический канон; составлять информирующие, аргументирующие и эпидейктические речи; сознательно использовать средства речевого воздействия на аудиторию; соблюдать этические требования, предьявляемые к речи.

8. Способы деятельности: составление портрета потенциальной аудитории; составление эскизов речей; выступления с речами перед аудиторией; анализ текстов-образцов выдающихся ораторов; прогнозирование успешности выступления; рефлексия и саморедактирование.
9. Минимально необходимый опыт деятельности обучаемого: выступления с информирующей, аргументирующей и эпидейктической речью перед аудиторией.

Может показаться, что описанные выше умения, навыки и способы действия теряют актуальность в эпоху цифровизации. Однако мы убеждены, что не только в профессиональной, но и в частной жизни останется важным умение создавать тексты, рассчитанные на публичное произнесение, и выступать с ними в ситуациях контактного общения с аудиторией. Об этом свидетельствует и всё возрастающий запрос общества на курсы и тренинги по ораторскому искусству, мастерству публичной речи и т. п. К сожалению, место дисциплины «Риторика» в академическом обучении сужается, ухудшаются и условия для эффективного преподавания: уменьшается доля аудиторных часов, растёт количество студентов в группе, исчезает возможность индивидуальной коррекции речи студента. Тем не менее дисциплины базового блока учебного плана («Речевые практики», «Деловые переговоры», «Русский язык и культура речи» и т. п.) позволяют решить ряд проблем по формированию риторической компетенции студентов.

Наши педагогические наблюдения за студентами Института журналистики, коммуникации и медиаобразования МПГУ с 2016 года (более 800 человек) позволяют сформулировать **основные проблемы** риторической подготовки вчерашних школьников:

- уменьшение объёма устного высказывания (даже с домашней подготовкой многие не могут составить и произнести речь более чем на 1 минуту);
- дискретность речевого потока (короткие, неполные предложения, неоправданная парцелляция, предпочтение диалога монологу);
- страх перед аудиторией, боязнь любого взаимодействия с ней, в том числе вопросов. Как следствие, неумение воздействовать на публику и управлять её вниманием;

- неясное целеполагание, неумение ставить коммуникативные задачи. Как следствие, неразличение основных видов публичных речей (в аргументирующих преимущественно информируют, в эпидейктических убеждают и т. п.).

Причины перечисленных проблем (их список может быть гораздо шире) кроются в самых разных областях. Так, в школе вытесняется индивидуальная работа групповой и коллективной, что приводит к преобладанию на уроках диалога, изменяется система учебных жанров: вместо конспектирования и реферирования дети осваивают схемы и интеллект-карты, вместо устного ответа у доски с последующим анализом проводится письменный опрос в форме тестов, вместо докладов и сообщений ученики готовят яркие презентации и снимают видеофильмы. В результате появляется новое поколение студентов, не имеющих никакого опыта выступления, даже «у доски».

С другой стороны, доступность и удобство коммуникационных технологий помогает по-новому выстраивать общение, в результате дистанционные формы активно замещают контактные. Например, многие студенты охотно записывают свои выступления дома на камеру, выкладывают их в социальных сетях, но категорически отказываются смотреть и обсуждать их на занятии.

Безусловно, в методике преподавания риторики разработано много специальных заданий, направленных на преодоление указанных проблем, на развитие навыков публичного выступления, шире – на формирование риторической компетенции. Но в условиях, когда в учебном плане нет риторики, при изучении речеведческих дисциплин тоже можно успешно использовать **ряд приёмов**, которые мы опишем ниже.

- При изучении тем, связанных с работой с информацией, текстами и речевыми жанрами, можно моделировать задания на основе **риторизации**, то есть переводить учебную ситуацию в риторическую. Например, знакомясь с приёмами популяризации информации, студенты должны не просто изменить предложенный преподавателем текст научного стиля и прочесть его, а подготовить в группе фрагмент научно-популярной передачи для радио и выступить перед однокурсниками.

- При работе с письменными текстами, когда необходимо чтение с листа, можно обучать поддержанию контакта с аудиторией («дикторскому» чтению). Для этого необходимо поставить перед студентом ряд условий: уменьшить скорость чтения, в конце каждой фразы устанавливать визуальный контакт с одним из слушателей, выделять голосом логическое ударение и избегать монотонности.
- Предусмотреть 1–2 занятия в семестр для записи выступлений на камеру. Особенно важно записывать речь, произнесённую в реальном времени, на занятии, перед публикой. При соблюдении регламента не более 3 минут и непрерывности съёмки за полтора часа успевает выступить 25–26 человек. Дома студенты готовят письменный самоанализ, а преподаватель заполняет общую таблицу с типичными ошибками. Следующее занятие посвящается взаимному обсуждению и анализу. Рефлексия – необходимое условие формирования риторической компетенции.
- Проводить в начале занятия риторические разминки, направленные на развитие творческих способностей, импровизационных умений. Например, составление текстов по абстрактным картинкам, по опорным словам, пересказ стихотворений, выступления с трибуны на актуальные для группы темы («открытый микрофон»), завершение притч, рассказывание историй из жизни).

Эти и другие приёмы работы на занятиях по дисциплине «Речевые практики» со студентами первого курса в течение учебного года дают очень хорошие **результаты**. В итоговых работах студенты писали:

В начале года уровень своей речевой подготовки я оценивал слабо, хоть мне и довольно часто приходилось выступать публично. Первый раз записываться было страшно, и напряжение было видно.

Но за год произошёл большой прогресс, хоть и не во всем. Я стал спокойнее себя чувствовать перед камерой и публикой, привык выступать, стоя на месте (обычно мог ходить по большой сцене) и не шататься из стороны в сторону. Научился выступать без заготовленной полностью речи, а лишь с планом в голове. И, самое главное, я понял, как рассказывать тексты интересно (Денис Л.)

В моей жизни был опыт выступления на публику, но не перед камерой. Со временем я стала чувствовать себя более собранной и смелой. Качество речи улучшилось, хезитация пропала, жесты стали обдуманнными и понятными. Голос стал громче, я научилась говорить с выражением (Алёна Р.)

Самое важное, что дали мне речевые практики, – это уверенность в себе. Я поняла, что никто не осудит, если я сделаю ошибку или оговорюсь. Перестав беспокоиться о том, что обо мне подумают другие, я научилась концентрироваться на своих словах, эмоциях и мыслях. Теперь, если текст вылетит из головы, я не растеряюсь, а вспомню, что говорила до этого, и продолжу повествование (Александра Ш.)

Надеемся, что риторическая компетенция наших студентов будет совершенствоваться в процессе профессиональной деятельности, а интерес к риторике и звучащему слову никогда не угаснет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Горобец Л. Н.* Формирование риторической компетенции студентов-нефилологов в системе профессиональной подготовки в педагогическом вузе: Автореф. дис. ... докт. пед. наук. – СПб, 2008.
- Сергеев Г. А.* Компетентность и компетенции в образовании. – Владимир: Изд-во Владим. гос. ун-та, 2010.

REFERENCES

- Gorobets L. N.* Formation of rhetorical competence of non-philological students in the system of professional training in a pedagogical University: autoref. dis. ... Doct. PED. sciences'. – SPb, 2008.
- Sergeev G. A.* Competence and competence in education. – Vladimir: Vladimir publishing House. state University, 2010.

УДК

Сатина Татьяна Васильевна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент Департамента языковой подготовки
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
sattv.75@mail.ru

К ВОПРОСУ ОБ УРОВНЕ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА

Одной из ключевых задач современной системы образования является языковая подготовка студентов. Способность грамотно и последовательно излагать свои мысли, оперировать специализированными терминами, удерживать внимание аудитории и воздействовать на нее, умение достойно поддержать дискуссию является своего рода экзаменом на профессиональную пригодность будущего специалиста. Отсутствие подобных навыков и скудный словарный запас в значительной степени снижает его востребованность по сравнению с коллегами, прошедшими активную языковую подготовку. Учитывая агрессивные тенденции в вопросах трудоустройства и подбора квалифицированного персонала, продиктованные рыночными условиями развития экономики и, в частности HR-сферой, данное обстоятельство оказывает негативное воздействие на конкурентоспособность молодого специалиста. В докладе анализируются факторы, влияющие на речевую культуру студентов, рассматриваются причины сокращения объема словарного запаса. Особое внимание уделяется ошибкам, приводящим к отклонениям от литературной нормы.

В настоящее время языковую ситуацию, сложившуюся в российском обществе, можно охарактеризовать как нестабильную, сопровождающуюся агрессивными атаками субстандартов, нарушением литературных норм, снижением тональности общения, либерализацией нормативных требований речи. Упорное и целенаправленное обучение культуре речи, формирование нравственно-эстетической культуры личности студента должно стать одной из первостепенных задач высшего профессионального образования. Реализация данной задачи возможна путем внедрения обязательного курса русского языка, культуры речи, речевого этикета в высшей школе, издания методических материалов, монографий, пособий, посвященных данной проблематике и ориентированных на различные категории обучающихся.

Ключевые слова: русский язык, культура речи, языковая норма, типы речевой культуры.

Satina Tatiana Vasilievna

PhD of Philology, associate Professor

Associate Professor of the Department of language training

Financial University under the Government of the Russian Federation

sattv.75@mail.ru

**ON THE QUESTION OF THE LEVEL OF SPEECH CULTURE
OF A MODERN STUDENT**

One of the key tasks of the modern education system is the language training of students. The ability to correctly and consistently Express their thoughts, operate with specialized terms, hold the attention of the audience and influence it, the ability to adequately support the discussion is a kind of exam for the professional suitability of the future specialist. The lack of such skills and poor vocabulary significantly reduces its demand in comparison with colleagues who have undergone active language training. Given the aggressive trends in employment and recruitment of qualified personnel, dictated by market conditions of economic development and, in particular, the HR sphere, this circumstance has a negative impact on the competitiveness of a young specialist. The report analyzes the factors that affect the speech culture of students, and considers the reasons for reducing the volume of vocabulary. Special attention is paid to errors that lead to deviations from the literary norm.

Currently, the language situation in Russian society can be described as unstable, accompanied by aggressive attacks of substandards, violation of literary norms, reduction of the tone of communication, and liberalization of the normative requirements of speech. Persistent and purposeful teaching of speech culture, formation of moral and aesthetic culture of the student's personality should become one of the primary tasks of higher professional education. This task can be implemented by introducing a mandatory course in the Russian language, speech culture, and speech etiquette in higher education, publishing methodological materials, monographs, and manuals on this topic that are aimed at different categories of students.

Keywords: Russian language, speech culture, language norm, types of speech culture.

Понятие «культура речи» подразумевает под собой реализацию языковых свойств и возможностей посредством устного и письменного общения при условии его соответствия нормам литературного языка с сохранением правильности, точности, логичности, чистоты

и выразительности изложения; неукоснительное соблюдение правил произношения, ударения, грамматики, словоупотребления; следование правилам речевого этикета. Культура речи – явление многогранное, тесно связанное с рядом лингвистических (русский язык, лексикология, семасиология, диалектология, лексикография, стилистика) и нелингвистических (социология, педагогика, эстетика, психология, литературоведение) дисциплин.

Несмотря на разнообразие и доступность различных источников информации, словарный запас современного студента с каждым годом становится все более ограниченным. К сожалению, стремление к упрощению и примитивизации языка на фоне активного использования сленгового социолекта упорно ведет к сокращению объема словарного запаса.

Как и любой другой развивающийся, «живой язык» русский язык с течением времени претерпевает определенные изменения, следствием чего становится интенсификация процесса сближения образцового нормированного литературного языка с обиходно-разговорным. Однако такое сближение не должно разрушать нормы, стилистически снижать и огрублять речь.

В настоящее время лексические единицы, имеющие выраженный разговорный, а иногда и грубо-фамильярный оттенок, активно проникают в речь современного человека. Так, привычными стали выражения прифигеть, тормозить, прикольный, клевый, кидалово, бабло, ава, зашквар, клюква, ясно-понятно, отмазка, грузить, олень, доставать, тусовка, омеган, жиза, куколд, втирать, альфа и др.

Особое место в языковой культуре студентов занимают всевозможные английские заимствования и фонетические ассоциации: хайп, рофл, фиксить, флексить, хейтер, окей, бан, лайк, продакшн, сап (производное от англ. what's up? – как дела?), чизкейк, пэка (ПК – персональный компьютер), релиз, стартап, асашай, джем, стрим, трафик, маффин, сэндвич, юзер, клик, фитнес, геймер и др. Звучные, короткие, легко запоминающиеся, активно используемые в Сети, маркетинговых кампаниях в виде так называемых «мемов» и «слоганов», они ненавязчиво, но прочно укоренились в лексиконе молодого поколения. Экспансия английских выражений и лексических форм рас-

пространяется на СМИ, музыкальное пространство, отечественный кинематограф.

Русский язык не может быть полностью изолирован от влияния иностранных слов. Однако, когда у заимствованного слова существует альтернатива в русском языке, прерогативу логично отдать последней. В этом случае заимствованное слово становится балластом, от которого можно и нужно избавлять свою речь во избежание возникновения эффекта «авторитета употребления».

Отдельный пласт в российском языковом пространстве занимает компьютерный, игровой сленг, язык Фидонета, а также язык «подонков». Данные речевые особенности возникли примерно 20–25 лет назад параллельно с внедрением массовой компьютеризации и освоением соцсетей и Интернета. На заре своего становления молодежный сленг использовался и был понятен только членам закрытых референтных групп. Сегодня же основные азы и понятия молодежного социолекта знакомы практически каждому студенту.

Компьютерный сленг энергично используется специалистами в сфере IT и простыми пользователями персональных компьютеров. Его возникновение связано непосредственно с развитием компьютерной инженерии, появлением новых устройств и программного обеспечения, которое привело к насыщению речи огромным количеством заимствованных слов, выражений, аббревиатур и технических терминов. Например, винт (винчестер), дисплей, утилита, форматирование, операционная система, инсталляция, комп, мать (материнская плата), хард (жесткий диск), оператива (оперативная память), проц (процессор), винда (OS Windows), струйник (струйный принтер) и др. По своей сути компьютерный сленг не несет негативного или оскорбительного подтекста, однако его сокращения и универбация наносят существенный ущерб эстетике русского языка.

Побочным эффектом компьютеризации стало появление условного языка, с помощью которого игроки онлайн-игр обмениваются информацией, – игрового сленга. Лексика игрового сленга бедна, ограничена, ввиду драматичности и эмоциональной напряженности игры кратка, содержательна, экспрессивно окрашена – донат, абюз, дроп, агриться, бафф, кач, бинд, вайп, нуб, ваншот, го, ИМХО, каст,

крип, лаг, мана, личер, пуха, сабж, скилл, убер, эпик, рут, ASAP, BRB, FB и др.

Однако пальма первенства в части обезображивания и коверканья русского языка по праву принадлежит языку подонков (он же олбанский, орфоарт, падонок-стайл, язык пАдонКафФ) – метафорическому аллегорическому языку, с помощью которого «носитель» (?) выражает мысли в неудобной, пронизанной орфографическими, лексическими и синтаксическими ошибками форме. Основной концепцией этого языка является альтернативное (по сути, эрративное) написание словарных слов при сохранении его фонетического облика, частое употребление матерных слов, избитых выражений, клише. Чаще всего его можно встретить на различных интернет-платформах (форумах, чатах), в блогах, однако наибольшее восхищение аудитории вызывает его использование в мемах и лулзах – ацпки, превед, аффтар, гы, лол, медвед, Бабруйск, штош, красаучег, зачот, ясна, прасти и др.

Как следствие, применение в повседневной жизни слов-паразитов, экзотизмов, ненормативной лексики, иноязычных вкраплений, жаргонных выражений уродует речь человека, стремительно снижая уровень его мышления и культуры. Неумение красиво и ясно изложить свою мысль переводит высшее образование в разряд формального показателя. Следовательно, не дает гарантии, что выпускник после окончания обучения в полной мере сможет использовать приемы литературного языка без дополнительной помощи редактора. Данный тезис находит свое подтверждение в снижении численности реальных носителей литературной нормы.

У большинства студентов уязвимыми сегментами стали произношение, воспроизведение звуковой формы слова, акцентологические нормы. Наибольшие затруднения вызывает правильная постановка ударения в таких часто употребляемых словах, как ассимéтрия (вместо ассиметрия), до́говор (вместо догово́р), маркéтинг (вместо ма́ркетинг), катáлог (вместо катало́г), звóнит (вместо звонит), латтé (вместо латте), красивéе (вместо красивее), средствá (вместо срёдства), нара́щенные (вместо наращённые), туфля́ (вместо туфля), бармён (вместо бармен) и т. д.

Одной из распространенных ошибок является неоправданное добавление, либо пропуск гласных и согласных звуков (в отдельных

случаях их сочетаний) в словах. Например, эКспрессо (вместо эспрессо), грейпфруКт (вместо грейпфрут), компромеНтировать (вместо компрометировать), пиНджак (вместо пиджак), беспрецеНдентный (вместо беспрецедентный); будуЮщий (вместо будущий), рубЫль (вместо рубль), журавЕль (вместо журавль), проволка (вместо проволОка), скипятить (вместо вскипятить), времяпровождение (вместо времяПРЕпровождение).

Одной из распространенных ошибок является неуклюжее употребление в речи близких по смыслу и потому логически излишних слов – плеоназмов (свободная вакансия, лично я, рыбная уха, первый лидер, преЙскурант цен, главная суть, очень крохотный, странный парадокс, падает книзу и др.). Плеонастические сочетания используют для придания речи говорящего большей патетичности и выразительности. Хотя в некоторых случаях плеоназмы «рождаются» из-за небрежного отношения к языку, незнания семантики слова, либо банального нежелания вникать в смысл сказанного.

Затруднения возникают и при употреблении тавтологии, которая из тонкого стилистического приема может превратиться в досадную речевую ошибку (организовать организацию, полностью заполнить, подробные подробности, вместе совместно обсуждать, высокая высота, спросить вопрос, проливной ливень, сформировать в форме). Повторение в предложении однокоренных слов уместно (неизбежно) лишь в том случае, когда в русском языке нет другого равнозначного слова (редактор – редактировать, варить – варенье, цветы – цвести, угостить гостя, начать сначала, петь песни, приснилось во сне).

Русский язык имеет очень сложную морфологическую систему, что, несомненно, оказывает влияние на культуру речи студента. Образование глагольных форм, неправильное образование деепричастий, определение рода имен существительных, образование форм множественного числа, падежная система являются самыми «уязвимыми местами» с точки зрения морфологического строя.

Несмотря на все богатство, эстетику и многогранность русского языка, современный студент редко пользуется его приемами, нечасто употребляет эпитеты, метафоры, сравнения в своей повседневной речи, не знает значения фразеологизмов и не употребляет их. Смысл таких устоявшихся выражений, как бить баклуши, конь не валялся,

без руля и без ветрил, с гулькин нос, попасть впросак, взять на вооружение, остается не до конца понятным большинству молодых людей. Следовательно, эти выражения не будут использованы ни в написании текста, ни в вербальном общении.

Список недочетов и ошибок можно продолжать. Однако винить только лишь студента в снижении уровня языковой культуры было бы некорректно. По мнению большинства авторов, безграмотность, обремененная агрессией и отрицанием, является следствием смешения понятий свобода («делай, что хочешь, но не мешай другим») и воля («делай, что хочешь»). Искаженное восприятие и невозможность увидеть принципиальные различия между этими понятиями ведет к анархическому игнорированию прав и свобод других членов общества. Распространяясь на все сферы жизни человека, это явление не может обойти стороной и культуру речи. В результате все чаще наблюдается игнорирование правил речевого этикета, проявление фамильярности и вульгарности в общении и поведении.

Противостоять в полной мере данному явлению практически невозможно. Поэтому с целью нивелирования его влияния на культуру речи в литературных работах последних лет активно обсуждаются коммуникативно-деятельностные тенденции ортологии. Переосмыслению концептуальных основ культуры речи способствовала не только смена лингвистической модели, связанная с переходом от структуральной модели языка к коммуникативно-функциональной, но и усиление антропоцентрической направленности современной лингвистики, перенос акцентов с языковой системы на коммуникативный процесс, бурное развитие целого ряда речеведческих дисциплин.

Процесс актуализации инвариантных норм предлагает говорящему выбор одного из возможных вариантов употребления единицы речи. Наблюдается плавный переход от директивного предписания к уместности выбора и расширению стилистического множества вариантов, каждый из которых потенциально релевантен в той или иной коммуникативной ситуации. При таком подходе вариативность литературных норм рассматривается как логичный и закономерный эволюционный процесс перехода от старой нормы к новой. В результате появляются равноправные и неравноправные фонетические,

грамматические и лексические языковые варианты, которые, с одной стороны, усложняют языковую систему, а с другой – содействуют ее дальнейшему преобразованию.

Однако не приведет ли толерантное отношение к искажению стилистических вариантов написания и произношения слов к расшатыванию языковой нормы? С академической точки зрения, сосуществование равноправных языковых вариантов дестабилизирует суть самой языковой системы, поскольку в общепринятом понимании норма представляет собой совокупность принципов, таких как образцовое произношение, написание, употребление слова, с помощью которых сохраняются культурные традиции и целостность литературного языка во времени.

Коммуникативно ориентированная интерпретация понятия «структурно-языковая норма», представляющего неразрывное единство лингвистического, социального и функционального аспектов, позволяет говорить о его соотнесенности с такими понятиями, как «языковая личность», «речевая культура», «сфера и ситуация общения», «форма речи», антиномия «говорящий – слушающий».

Современная лингвистическая наука выделяет 4 типа речевой культуры личности: элитарный, среднелитературный, литературно-разговорный, фамиллярно-разговорный.

Носители первого, элитарного типа речевой культуры обладают исчерпывающими знаниями касательно коммуникативных и этических языковых норм, искусно владеют приемами реализации устной и письменной языковых форм, функциональными стилями, подстилями и жанрами. Человек, владеющий элитарным типом, вместе с тем обладает колоссальным объемом научных знаний, логикой, развитым интеллектом, эрудированностью, свободно оперирует фактами и специализированной терминологией, ориентируется в прецедентных текстах, исторических феноменах, именах, артефактах, объектах мировой и национальной культур. Мастерски владея приемами русского языка, он способен вести тонкую языковую игру, поддержать любую дискуссию и при необходимости достижения того или иного коммуникативного эффекта намеренно отклониться от соблюдения императивных языковых норм. Он совершенствует собственную речь,

расширяет кругозор, постоянно обращаясь за помощью к различным справочникам, словарям, энциклопедиям. Как ни странно, медиатексты, объединяющие в себе различные семиотические коды, не рассматриваются носителями элитарного типа речи в качестве достойного и полноценного инструмента для освоения языковой культуры.

В отличие от элитарного среднелитературный тип не располагает навыками употребления норм общения и культуры речи в полной мере. В большинстве своем носитель данного типа речи черпает информацию из популярной литературы и медиатекстов, считая ее достаточной, убедительной и объективной. Как правило, в арсенале носителя среднелитературного типа оказывается не более двух функциональных стилей, необходимых ему в профессиональной деятельности и повседневной жизни; его речь пронизана шаблонными выражениями и фразами, сопровождающимися частыми нарушениями традиций коммуникативного и этического аспектов общения.

Литературно-разговорный и, граничащий с ним, фамильярно-разговорный тип объединяет коммуникантов, которые лишь отчасти владеют нормами беллетристической разговорной речи, обильно сдабривая ее жаргонизмами, элементами ненормативной лексики, искаженными заимствованными словами, грубыми обращениями к собеседнику.

Таким образом, выпускник высшего учебного заведения должен стать носителем именно эталонного типа речевой культуры. Знание основных языковых норм, осознание и умение искусно владеть инструментами русского языка, уважение к адресату речи, способность грамотно транслировать свои мысли – одна из ключевых черт образованного человека и востребованного специалиста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Успешность коммуникативного процесса зависит от соблюдения коммуникантами языковых норм, умелого построения фразы и целого текста, умения варьировать способы языкового представления информации. В настоящее время языковая ситуация, сложившаяся в российском обществе, характеризуется нестабильностью, нарушением литературных норм, снижением тональности общения, либера-

лизацией нормативных требований речи. С одной стороны, подобная речевая «раскованность» способствует развитию творческого потенциала русского языка, однако с другой – стимулирует проявление таких нежелательных эффектов, как безграмотность, фамильярность, стилистическая безвкусица. На наш взгляд, одной из первостепенных задач высшего профессионального образования должно стать введение во всех российских учебных заведениях (и в высших, и средних профессиональных) курса русского языка, культуры речи, риторики, речевого этикета и других речеведческих дисциплин.

Специалист, владеющий эталонным типом речевой культуры, умеющий самостоятельно оформить мысли и грамотно выстроить свое речевое поведение в соответствии с нормами языковой системы и коммуникативной ситуацией, ценен и востребован на профессиональном поприще.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Розенталь Д. Э.* Культура речи. М.: Изд-во МГУ, 1964. 140 с.
- Краснощекова Г. А.* Лингвистическая компетенция – основа для формирования профессионально ориентированной коммуникативной компетенции // Современные проблемы науки и образования. 2018. № 6.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=28244> (дата обращения: 10.10.2019).
- Иванова Т. Ф.* Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы. М.: Дрофа, 2011. 912 с.
- Каленчук М. Л., Касаткин Л. Л., Касаткина Р. Ф.* Большой орфоэпический словарь русского языка. Литературное произношение и ударение начала XXI века: нормы и ее варианты. – М.: АСТ-ПРЕСС, 2018. 1024 с.
- Жукова А. Г.* Ортология в теоретическом и прикладном рассмотрении: дис. ... канд филол. наук. Новосибирск, 2002. 207 с.
- Сатина Т. В.* Вариативность развития языковой нормы // Русский язык: история, диалекты, современность. М.: ИИУ МГОУ, 2018. С. 256–260.
- Культура речи и деловое общение / отв. ред. В. В. Химик, Л. Б. Волкова. М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 308 с.
- Сатина Т. В.* Языковая подготовка студентов как неотъемлемая часть современного образования // Современное образование: содержание, технологии, качество. В 2 т. Т. 2. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2015. С. 134–135.

REFERENCES

- Rosenthal D. E.* culture of speech. Moscow: Publishing house of Moscow state University, 1964. 140 p.
- Krasnoshchekova G. A.* Linguistic competence-the basis for the formation of professionally oriented communicative competence. Modern problems of science and education. 2018. No. 6.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=28244>.
- Ivanova T. F.* New orthoepic dictionary of the Russian language. Pronunciation. Accent. Grammatical form. Moscow: Drofa, 2011. 912 p.
- Kalenchuk M. L., Kasatkin L. L., Kasatkina R. F.* the Great orthoepic dictionary of the Russian language. Literary pronunciation and accent of the beginning of the XXI century: norms and its variants. Moscow: AST-PRESS, 2018. 1024 p.
- Zhukova A. G.* Orthology in theoretical and applied consideration: dis. ... kand Philol. sciences'. Novosibirsk, 2002. 207 p.
- Sateen T. V.* the variability of the development of linguistic rules // Russian language: history, dialects, modern. Moscow: IIU MGOU, 2018. Pp. 256–260.
- Speech culture and business communication / Rel. the editorship of V. V. Chemist, L. B. Volkova. Moscow: yurayt Publishing house, 2018. – 308 p.
- Satina T. V.* Language training of students as an integral part of modern education // Modern education: content, technology, quality. In 2 t. T. 2. SPb.: Publishing house of SPbGETU “LETI”, 2015. p. 134–135.

УДК 808.5

Скнарев Дмитрий Сергеевич

доктор филологических наук, доцент
профессор кафедры русского языка юридического института
Российского университета дружбы народов
sknar@list.ru

КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПЕДАГОГА В ОНЛАЙН И ОФЛАЙН-СРЕДЕ

В статье рассматриваются условия успешности педагогического общения (необходимые умения и навыки), составляющие основу педагогической техники учителя. Их отсутствие или наличие проявляется в коммуникативном поведении педагога при взаимодействии с детьми и их родителями. Проблема коммуникативного поведения педагога и ученика достаточно актуальна. Образ педагога складывается во многом на базе его коммуникативного поведения, важной составляющей которой выступает речевое поведение в онлайн и офлайн-среде.

Ключевые слова: коммуникативное поведение, педагог, онлайн и офлайн-среда.

Sknarev Dmitriy Sergeevich

doctor of Philology, associate professor
Professor, professor at the Department of the Russian Language Law Institute
Peoples' Friendship University of Russia
sknar@list.ru

THE COMMUNICATIVE BEHAVIOR OF THE TEACHER IN ONLINE AND OFFLINE ENVIRONMENTS

The article is devoted to the conditions for the success of pedagogical communication (necessary skills) – the basis of the pedagogical technique of a teacher. Their absence or presence is manifested in the teacher's communicative behavior when interacting with children and their parents. The issue of the communicative behavior of the teacher and student is quite relevant. An important component of the teacher's communicative behavior – speech behavior in online and offline environments – creates his image.

Keywords: communicative behavior, teacher, online and offline environments.

ВВЕДЕНИЕ

Умение говорить правильно и выразительно, способность жестом, мимикой, взглядом выразить свои чувства и отношения, умение управлять своим психическим состоянием, видеть себя со стороны в значительной мере определяют успешность педагогического общения и составляют основу **педагогической техники учителя**. Отсутствие или наличие этих умений проявляется в коммуникативном поведении педагога при взаимодействии с детьми и их родителями.

Проблема коммуникативного поведения педагога и ученика достаточно актуальна в современных условиях. К ней обращались в своих исследованиях И. А. Стернин [Стернин 2012], Ю. Е. Прохоров [Прохоров 2011], В. А. Григорьева-Голубева [Григорьева-Голубева 2002], Ю. Г. Соколова [Соколова 2005], С. Л. Троянская [Троянская 2011], Ю. В. Щербинина [Щербинина 2010; Щербинина 2019] и др.

Коммуникативное поведение педагога – это не только процесс говорения, передачи информации, но и такая организация речи и соответствующего ей речевого поведения воспитателя, которые влияют на создание эмоционально-психологической атмосферы общения воспитателя и воспитанников, характер отношений между ними, стиль их работы [Леонтьев 1996]

Многочисленные исследования коммуникативного поведения педагогов показывают, что качества речи (среди которых, например: точность, образность, ясность, понятность, выразительность и др.) занимают одно из последних мест в иерархии качеств личности учителя: более 60 % молодых педагогов в первые годы самостоятельной работы получили неудовлетворительную оценку культуры речи.

Школьная практика подтверждает наличие фактов, свидетельствующих о недостаточном уровне специальных педагогических умений: умения убеждать, внушать, доказывать, интересно рассказывать, работать в режиме диалога и полилога.

Особенности коммуникативного поведения педагога в онлайн и офлайн-среде

Образ педагога складывается во многом на базе его коммуникативного поведения, важной составляющей которой выступает речевое поведение.

Стереотипы педагогического дискурса обнаруживаются на уровне взаимного восприятия его участников. Так, в художественной литературе и кинематографе негласно утвердился шаблонный, отчасти даже карикатурный «портрет учительницы»: собранные в пучок волосы, длинная юбка, мешковатая кофта, испачканные мелом пальцы, унылое или раздраженное выражение лица... Если названные детали отсутствуют, образ педагога все равно последовательно рисуется в мрачных тонах.

В общественном сознании закрепился обобщенный узнаваемый типизированный образ учителя, отличающийся статусной неоднозначностью и оценочной противоречивостью. С одной стороны, педагог традиционно пользуется авторитетом, воспринимается как лицо, наделенное положительными качествами и выполняющее сложную благородную миссию. С другой стороны, педагогическая профессия часто позиционируется как неблагодарная, малооплачиваемая, стрессовая, приводящая к эмоциональному выгоранию. Стандартные определения учителя: «социально незащищенный», «вечно усталый», «не ждущий перемен к лучшему» [Щербинина 2019].

Исследования показали, что педагоги авторитарны, испытывают трудности в общении с обучающимися, часто выступают в роли речевого агрессора; оставляет желать лучшего культура их речи и коммуникативная культура.

Учитель, склонный к речевой агрессии, быстро теряет авторитет, а его брань или эмоционально и экспрессивно выраженное прямое порицание утрачивает действенность, становясь привычной. Таких случаев в школьной практике множество. Частотными стали и случаи рукоприкладства. Так, например, в Шеморданском лицее Сабинского района учитель технологии на уроке ударил семиклассника линейкой в ответ на неоднократное нарушение учеником школьной дисциплины.

Возмущенный школьник начал толкать и оскорблять педагога, в результате конфликт перерос в драку. Также в школе № 83 (Екатеринбург) учитель истории побил восьмиклассника за отказ достать дневник. В Тюменской области в поселке Боровское из школы уволили учителя ОБЖ после того, как в соцсетях появилось видео, на котором педагог кричит и хватает учеников за руки.

Исследователь Григорьева-Голубева пришла к следующим результатам: респонденты не стремятся понять обучающихся, основными видами их словесных воздействий являются распоряжение, команда, приказ; педагоги предпочитают повышение интонации (окрик), называние учеников по фамилиям, безличное замечание – вопрос; популярным видом словесного воздействия являются угроза, упрек, нотация, сарказм, эксплицитное ухудшение отношений – выяснения отношений, ссоры, оскорбления или поддержание отношений в «точке баланса» (разговоры ни о чём) [Григорьева-Голубева 2002].

Поэтому современному учителю так важно расширить диапазон понимания и владения разнообразными языками реальности, уметь «говорить одновременно на разных языках» в онлайн и офлайн среде.

Оценивая мимику респондентов, было установлено малое количество позитивных выражений: улыбку использовали при работе с обучающимися только 30 % педагогов. Как наиболее частые проявления зафиксированы нахмуренность (76 %), недоброжелательные, злые взгляды (74 %), презрительные усмешки (68 %).

Развенчивать стереотипы и популяризировать образ педагога помогают всероссийские конкурсы, среди которых: «Учитель года», «Лучший открытый урок», «Лучшая методическая разработка» и др.

Исследователи справедливо называют источником неудач учителя отсутствие психологического понимания ребенка: учитель спешит, не умеет или не желает выслушать, взглядеться, понять, что происходит в душе ребенка. Поэтому становится ясно, что не следует пытаться изменить поведение учеников, прежде всего следует изменить коммуникативное поведение учителя по отношению к учащимся.

Коммуникативное поведение педагога и ученика в идеале лучше всего выражают следующие словесные формулы, заключающие в себе их речевую роль и речевую цель: 1) *знать, что, кому и зачем вы*

говорите (речевая цель педагога и ученика); 2) *понимать, кто, что и зачем говорит вам* (речевая цель ученика и педагога).

Каждый участник речевого события должен четко представлять себе свою речевую роль и речевую цель, а также речевые роли и речевые цели своих собеседников.

В современном мире для обеспечения наилучшего взаимопонимания между людьми нужно объединить участников коммуникации. Этому в большей степени способствует именно создание гармонии в общении. В данном случае речь идет о педагогической коммуникации. Задача педагога – пробудить внутреннее слово слушателя, установить гармонические отношения с адресатом.

В наш прагматический век особое значение придается эффективности коммуникативных связей между людьми, актуализируются инструменты персонального брендинга. Человек, подверженный всестороннему воздействию маркетинговых коммуникаций (рекламы, связей с общественностью, брендинга, стимулирования сбыта и других), стремится к тому, чтобы стать брендом, успешным, востребованным, талантливым, знаменитым, т. е. ярким и запоминающимся, известным и узнаваемым и пр. Для этого он выстраивает определенную систему взаимоотношений с окружающим миром. Во многом, этот процесс закладывается в школьной педагогической коммуникации, затем продолжается в период обучения в колледже, вузе и т. д. Вопрос в том, как именно строится эта коммуникация.

В эффективной коммуникации педагога с учеником важно учитывать ее основные компоненты: коммуникатора (говорящего, отправителя сообщения), его коммуникативную компетентность, кодирование (учет особенностей национального менталитета), канал коммуникации (средство общения и воздействия), сообщение (послание, ЗУН), адресата, получателя (учеников), декодирование, ответную реакцию, обратную связь, фильтры (социальные установки, моральные ценности, психологические особенности личности и др.) и барьеры, или помехи (физические, семантические, психологические и др.) коммуникации.

Эффективную коммуникацию с учащимися, как правило, выстраивает педагог – эффективный коммуникатор, четко осознавший свою речевую роль и речевую цель, т.е. идеальный педагог.

Речь достигает цели лишь тогда, когда слушатель (ученик) доверяет оратору (педагогу). Исследователи приходят к выводу о том, что доверие к педагогу достигается благодаря наличию у него проксе-мических (сближающих) качеств: обаяния, артистизм, уверенности, дружелюбию, искренности, объективности, заинтересованности предметом речи.

Ориентация на диалог – существенный показатель культуры речевого поведения учителя. Это «наведение психологических мостов», поиск совпадающих интересов, совместная работа и решения, накопление согласия, поощрительные оценки – условия, обеспечивающие благоприятный психологический климат и плодотворное предметное взаимодействие.

Жизнь школьников тесно связана с социальными сетями. Дети здесь не только общаются, но и получают информацию. Поэтому в последние годы в педагогическом обществе все чаще поднимается вопрос использования подобных сервисов в процессе образования.

Самые известные социальные сети – это «Facebook» и «Twitter». Для российского пользователя ближе такой сетевой проект, как «ВКонтакте». Его интерфейс понятен и привычен для современного юного поколения. Преподаватель может использовать как личную страничку в образовательных целях, так и создать тематическую группу или паблик.

Учительский сайт занимает особое место среди ресурсов интернета, – обладая собственной уникальной структурой, сайт учителя выступает и как портфолио, и как информационно-методический ресурс, и как медиаресурс школьной жизни вокруг учителя.

Общение с учениками в соцсетях может стать дополнительным инструментом воспитания в образовательном процессе, но на практике это оказывается не так. Напомним, весной 2019 года на всю страну прогремел скандал с увольнением учителя русского языка из Барнаула Татьяны Кувшинниковой. Она лишилась работы из-за якобы откровенных фото: занимаясь моржеванием, выложила в соцсети «зимние» снимки в платье с бретельками и в закрытом купальнике.

Не менее громкой была история с уральским аполлоном – учителем английского языка Вячеславом Посохом, разместившим свои фото из тренажерного зала в Инстаграмме.

После этого Министерство просвещения пообещало разработать правила поведения учителей в соцсетях, что, собственно, и было реализовано.

Минпросвещения России и Общероссийский профсоюз образования разработали документ «О примерном положении о нормах профессиональной этики педагогических работников» (август 2019 г.), в котором обращают особое внимание на необходимость соблюдения участниками образовательного процесса положений Конституции РФ, Трудового Кодекса РФ. В соответствии с ними каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту чести и доброго имени, – подчеркнули в ведомстве.

Если педагог сегодня не представлен в интернет-среде, в глазах своих учеников он сразу теряет очки. Цифровое поколение этого не может понять. Поэтому учителю нужно идти в социальные сети – туда, где проводят по несколько часов в день его подопечные.

Лаборатория Касперского провела исследование, которое установило, что 90 процентов российских педагогов используют социальные сети в личных целях. 73 процента добавляют учеников в «друзья». Открытый аккаунт из них имеют 67 процентов. А 25 процентов тех, кто дружит с учениками в сети, не проводят на этих площадках никакой педагогической работы.

Отношения в социальных сетях имеют много особенностей, которые учителю всегда надо иметь в виду. Невидимость субъектов коммуникации, анонимность и слабая регламентированность поведения в интернете создают у детей впечатление вседозволенности, когда им кажется, что стираются границы между статусом, что не нужно соблюдать правила субординации, они переходят на сленг.

«Интернет – это абсолютная свобода без ограничений и запретов» – так считают очень многие подростки и направляются туда, где их никто не контролирует. К тому же часть пользователей любит создавать виртуальные личности – это когда в сети отыгрывается определенный жизненный сценарий, важный для конкретного человека. То, что он никогда не позволит себе в реальной жизни, с легкостью позволяет себе в интернете. Виртуальный образ жизни оказывается важнее реальности.

Главный принцип поведения в соцсетях – необходимость придерживаться тех же стандартов поведения, что и в реальной жизни.

Образ учителя в классе, школе и в социальных сетях должен совпадать. Это очень важно для формирования доверия между ним и учащимися.

Для педагога недопустимо использование ненормативной лексики, сомнительных фотографий и текстов в интернете. Случается, что человек в эмоционально подавленном состоянии или, наоборот, во время сильного потрясения пишет странные тексты, что учителю категорически запрещено делать. Сильная эмоция – не повод поделиться ей со всем миром.

Впрочем, принципы информационной этики общие для всех, а не только для педагогов. Это сохранение права на частную переписку. Выкладывать переписку с другим человеком в общий доступ или пересылать ее другому «другу» по социальной сети недопустимо.

Признаком дурного тона считается и чрезмерное увлечение селфи. Более того, психиатры уже относят эту вроде бы безобидную «забаву» к психическим расстройствам.

Педагогам ни в коем случае нельзя вмешиваться в публичные конфликты. Все написанное остается в сети, поэтому через некоторое время слова и комментарии могут вырвать из контекста и направить против учителя. Не пытайтесь переспорить тролля и помните, что вы можете неправильно понять через экран эмоции и интонации других людей, как и другие люди могут ошибиться в ваших. Писать в сетях педагог должен правильно и без сокращений, потому что всему, что он делает, уделяется особое внимание.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учебное взаимодействие с детьми, обмен с ними актуальной информацией должны быть не только в школе, но и в онлайн-пространстве, только сфера влияния педагога здесь расширяется, так как в интернете дети сталкиваются совсем с другими рисками, и учитель должен быть готов им помочь.

Некоторое время назад проводилось исследование, которое установило, что на первое место по значимости полученной информации

школьники ставят родителей, на второе место – интернет, а учителя занимают лишь третью позицию.

Поэтому ролевой репертуар педагогам сегодня советуют расширить и стать для детей навигаторами в медиапространстве. Учитель должен помогать ученикам отбирать качественный контент и формировать нормы оценивания информации.

Как правило, участие педагога в интернет-жизни учеников требует большой ответственности, он фактически лишен частной жизни в социальных сетях. Личная страница – это его самопрезентация в интернете, поэтому очень важно правильно управлять этим ресурсом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Григорьева-Голубева В. А.* Становление гуманистических ценностей педагога: в аспекте языковой личности: автореф. дис. ... д.пед.н. – СПб., 2002. – 38 с.
- Леонтьев А. А.* Педагогическое общение. – М.: Нальчик: Изд. Центр «Эльфа», 1996. – 93 с.
- Прохоров Ю. Е., Стернин И. А.* Русские: коммуникативное поведение: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 328 с.
- Соколова Ю. Г.* Информационно-коммуникативный подход в изучении культуры речевого поведения педагога / Записки Горного института. – 2005. – № 2. – С.69–70.
- Стернин И. А.* Основы речевого воздействия. – Воронеж: Истоки, 2012. – 178 с.
- Троянская С. Л.* Педагогическая коммуникация: методология, теория и практика. – Ижевск: УдГУ, 2011. – 148 с.
- Щербинина Ю. В.* Введение в педагогический дискурс: учебник. – М.: Форум: Инфра-М, 2019. – 432 с.
- Щербинина Ю. В.* Педагогический дискурс: типическое и архетипическое / Наука и школа – 2010. – № 2. – С. 36–40.

REFERENCES

- Grigor'yeva-Golubeva V. A.* Stanovleniye gumanisticheskikh tsennostey pedagoga: v aspekte yazykovoy lichnosti: avtoref. dis. ... D.ped.n. – SPb., 2002. – 38 s.
- Leont'yev A. A.* Pedagogicheskoye obshcheniye. – M. : Nal'chik: Izd. Tsentr «El'fa», 1996. – 93 s.
- Prokhorov Yu. Ye., Sternin I. A.* Russkiye: kommunikativnoye povedeniye: uchebnoye posobiye. – M. : Flinta: Nauka, 2011. – 328 s.

- Sokolova Yu. G.* Informatsionno-kommunikativnyy podkhod v izuchenii kul'tury rechevogo povedeniya pedagoga / Zapiski Gornogo instituta. – 2005. – № 2. – S.69–70.
- Sternin I. A.* Osnovy rechevogo vozdeystviya. – Voronezh: Istoki, 2012. – 178 s.
- Troyanskaya S. L.* Pedagogicheskaya kommunikatsiya: metodologiya, teoriya i praktika. – Izhevsk: UdGU, 2011. – 148 s.
- Shcherbinina Yu. V.* Vvedeniye v pedagogicheskiy diskurs: uchebnik. – М .: Forum: Infra-M, 2019. – 432 s.
- Shcherbinina Yu. V.* Pedagogicheskiy diskurs: tipicheskoye i arkhетipicheskoye / Nauka i shkola. – 2010. – № 2. – S. 36–40.

УДК: 37 1174

Соколова Александра Сергеевна

доктор педагогических наук, доцент,
профессор кафедры психологии и педагогической антропологии
Московского государственного лингвистического университета
alex8_s@mail.ru

ДИАЛОГ В НАУЧНОМ ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

В статье анализируются традиции научного диалога в педагогическом исследовании, его предмет и характерные особенности. Представлены причины трудностей педагогического научного диалога, вариативность его содержательного наполнения. Научный диалог позиционируется как обязательный компонент исследовательского процесса в педагогике.

Ключевые слова: научный диалог; педагогическое исследование; предмет диалога в педагогике; особенности и трудности педагогического научного диалога.

Sokolova Aleksandra Sergeevna,

Doctor of Pedagogy (Dr.habil.), Associate Professor
Professor of the Department of Psychology and Pedagogical Anthropology,
Moscow State Linguistic University,
alex8_s@mail.ru

DIALOGUE IN SCIENTIFIC PEDAGOGICAL RESEARCH

The article analyzes traditions of scientific dialogue in pedagogical research, its subject and characteristic features. The reasons for difficulties in pedagogical scientific dialogue, the variability of its content are presented. Scientific dialogue is positioned as an indispensable component of the research process in pedagogy.

Keywords: Scientific dialogue; pedagogical research; subject of dialogue in pedagogy; features and difficulties of pedagogical scientific dialogue.

ВВЕДЕНИЕ

Диалог проявляет социальную природу человека, так как актуализирует фундаментальную потребность человека в общении с окружающим социумом, взаимодействии с этим социумом, сотрудничестве и сотворчестве. Можно определить диалогичность и как свойство жизни. Эту идею мы находим в сочинениях Э. Гуссерля, который считал, что искусство жить состоит в искусстве диалога, а человек,

владеющий этим искусством, владеет своей жизнью, интегрируется в жизненный мир [Лукацкий 2011]. Мы отмечаем также диалогичность самого научного знания, которое является результатом взаимодействия субъекта познания и представляющей для него тайну объективной реальности. Кроме того, мысль не рождается в голове лишь одного автономно существующего человека. Она рождается в процессе его когнитивного взаимодействия с окружающим научным социумом, который совместно с исследователем вовлечен в поиск истины. Исследовательский диалог обладает специфической структурой: предмет его обсуждения всегда содержит в себе ту или иную неопределённость, которая имеет тенденцию к понижению в процессе исследовательского взаимодействия, с одной стороны, а с другой, — часто открывает участникам новые неопределённости, новые неизвестные грани обсуждаемых объектов и феноменов. Участники диалога находятся в состоянии сомышления, интеллектуального сотрудничества, сотворчества и соавторства.

Научный диалог на содержательном поле педагогики

Участие в диалоге в научном педагогическом исследовании формирует у субъекта исследования умения выстраивания диалога с самим собой, формулирования вопросов окружающему педагогическому миру и поиску ответов на них в процессе наблюдения и анализа педагогической действительности, поиска научных фактов, построения гипотез и их проверки. Педагогика и методы поиска в области образования содержат множество невыявленных позиций, что обуславливает имманентную включённость диалога в исследовательский процесс.

Фокусируя рассмотрение научного диалога на содержательное поле педагогики и научного поиска в этой области, мы отмечаем, что предметом диалога здесь становится содержание педагогической науки — в самом широком смысле, начиная от выводов того или иного исследователя с точки зрения соответствия разработанных им подходов, методик и технологий социальному заказу и заканчивая отражением в педагогическом знании той или иной философской идеи. Возникновение диалога в исследовательском сообществе педагогов

обусловлено рядом обстоятельств, среди которых: а) неоднозначность научного представления даже базовых элементов педагогики, их смысловая полифоничность и трудность однозначного стилистического представления; б) неоднозначность интерпретирования социального заказа системе образования, отсутствие в его чрезмерно общих формулировках чётких приоритетов и вытекающая из этого трудность постановки целей обучения конкретным учебным дисциплинам, их разделам, не говоря уже о трудности одновременной реализации всех поставленных стандартами позиций; в) чрезвычайная размноженность версий, представлений различных общих подходов, дидактических структур и методических решений; г) слабая подкреплённость педагогического мышлевыражения и исследовательского самопроявления логической формой [Коржуев, Соколова 2019].

Предмет научного диалога в педагогике

Предметом научного диалога в педагогике является и всё то, что связано с педагогическим поиском. Например, диалог по поводу планируемого автором исследовательского сюжета, включающий оценку его нетривиальности, значимости для образовательного социума.

Вполне уместен и диалог по поводу применяемых автором оснований своих выводов и умозаключений: насколько обоснована адресация к мнению того или иного авторитета от педагогики, насколько корректен вывод из этого мнения, насколько выдвинутое эмпирическое обоснование теоретически нагружено, насколько подтверждён тот теоретический базис, который задействуется автором в качестве обоснования его собственных идей и выводов. Также вполне понятен и диалог по поводу корректности педагогических определений, – здесь проблематичен перечень признаков педагогического феномена в правой, раскрывающей части, использование в этой же части терминов, которые сами нуждаются в раскрытии, выбор автором исходной теоретической сетки, в рамках которой будет предлагаться то или иное определение.

Одним из значимых предметов педагогического диалога является возможность представить в педагогике теоретическую форму, продолжаемую вопросом о том, возможна ли такая форма для всей

педагогической науки в целом или есть смысл позиционировать педагогику как совокупность частных теорий (теория личностно ориентированного подхода, теория компетентностно-деятельностного подхода, теория проблемного обучения и т. п.), или теоретическая форма нецелесообразна вообще и есть возможность ограничиться «мягкой» категорией – концепция. В связи с этим предметом диалога является также возможность и целесообразность конструирования предметно-научной педагогической реальности и проявления её отличий от педагогической действительности, принадлежность того или иного её фрагмента классу педагогических событий или научных фактов, возможность конструирования того или иного идеализированного объекта или применения к феномену образования операции формализации, дефинитивной или математической (возможность представить изучаемый феномен математически, в виде параметров или функции зависимости тех или иных величин от времени). Также предметом диалога в педагогике может стать и её практический контент: целесообразность широкого применения той или иной обучающей (воспитательной) методики или технологии, степень её позитивного отличия от традиционных методик и позитив с точки зрения ожидаемого образовательного результата.

Необходимо коснуться одной из причин трудности педагогического научного диалога, связанной с той содержательной особенностью педагогики, которая обусловлена имманентной включённостью в неё как в область гуманитарного знания обыденного знания, теоретически-концептуального категориального знания и знания, аккомпанированного различными символами, а также знания из области искусства осуществлять сложную деятельность, соединяющую рациональное начало, инсайты и интуицию. Говоря более просто, один участник педагогического диалога строит свои доводы на основе обыденного здравого смысла, повседневной рутинной педагогической реальности, другой, вполне возможно, подчиняет свои рассуждения теоретическим схемам, рассуждая на категориальном языке педагогики, третий аккомпанирует житейские и теоретические рассуждения различными символами. Это обусловлено чрезвычайной сложностью образов педагогического мира, соединяющих цепочку созерцаний,

повседневных педагогических впечатлений, принадлежащих чувственному уровню познания, очевидные констатации и цепочку суждений, принадлежащих уровням эмпирическому и теоретическому. Практический ярус педагогической «жизни» даёт исследователю, участвующему в научном диалоге, стимул для последующих теоретических категориальных построений, в той или иной степени отчуждённых, абстрагированных от первоначальных чувственных представлений. Это, в частности, проявляется в фиксировании различий между событием педагогической действительности и педагогическим фактом, как минимум, отражающим это событие на категориальном языке и обозначающим степень его распространённости в логике единичного, особенного и общего. Потому в каждом отдельном высказывании участника диалога и в той или иной их последовательности, проявленной в ходе диалога, представлена палитра житейского здравого смысла, его категориального описания, эмпирических обобщений, тех или иных известных или выводимых логическим путём теоретических построений, обоснований собственных суждений (эмпирических, теоретических и контекстуальных), – всё это делает педагогический диалог неоднозначным и обозначает проблему искусства диалога.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Диалог в педагогике осложняется терминологическим хаосом, полисемией понимания самих основ и основных тенденций педагогического знания, незавершённой его методологии, непониманием связи знания и образовательной практики, резким понижением методологической культуры исследователей начинающих, а иногда и поисковиков, имеющих солидный опыт исследовательско-публикационной деятельности в педагогике, слабой читаемостью педагогической литературы, с одной стороны, и огромными массивами педагогической информации, часто труднодоступной и трудно воспринимаемой, – с другой, обуславливают идею исследовательского взаимодействия и необходимость полиформатного диалога между субъектами педагогики (как науки и как практики), его подробного исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Коржуев А. В., Соколова А. С.* Педагогический текст и научный диалог (опыт рефлексивных практик). М.: Янус-К, 2019. 226с.
- Лукацкий М. А.* Методологические ориентиры педагогической науки. Тула: Гриф и К, 2011. 450с.

REFERENCES

- Korzhuiev A. V., Sokolova A. S.* Pedagogicheskij tekst i nauchnyj dialog (opyt reflektivnyh praktik). M.: YAnus-K, 2019. 226s.
- Lukackij M. A.* Metodologicheskie orientiry pedagogicheskoy nauki. Tula: Grif i K, 2011. 450s.

УДК 808.5:811.161.1

Тарасов Михаил Иванович

кандидат филологических наук, доцент

доцент кафедры русского языка

Смоленского государственного университета

tarasovmihail123@yandex.ru

ИНДУКТИВНАЯ ЭНТИМЕМА В РЕЧАХ ПАТРИАРХА КИРИЛЛА

Статья посвящена анализу структуры индуктивной энтимемы. Индуктивная энтимема рассматривается как одна из фигур мысли. В статье констатируется, что описание фигур мысли остается актуальной проблемой. Причина этому, с одной стороны, в недостаточном интересе к феномену фигуры мысли со стороны исследователей, а с другой – в большой роли, которую фигуры мысли играют при создании ясного и понятного текста. Недостаток интереса исследователей к фигурам мысли объясняется традиционной ориентированностью риторики на анализ и классификацию наиболее ярких и заметных риторических явлений. Роль фигур мысли в тексте другая – они не украшают, а структурируют текст. В статье высказывается предположение, что такое качество текста, как ясность и понятность прямо связана со степенью использования её автором фигур мысли. Индуктивная энтимема рассматривается как такое риторическое построение, в котором тезис находится в постпозиции, а аргумент – в препозиции. Материалом для исследования послужили тексты Патриарха Московского и Всея Руси Кирилла, собранные в его книге «Семь слов о русском мире». В статье показано, что индуктивные энтимемы делятся энтимемы с эксплицитным коннектором и энтимемы с имплицитным коннектором. Ср.: «Для всех народов России их страна – это их родной дом, другого нет. А потому каждый народ должен чувствовать себя по-настоящему дома, в безопасности, в доброжелательном окружении многонационального общества. Ценность любой цивилизации – в том, что она несёт человечеству. И <поэтому> перед каждой цивилизацией стоит вопрос: способна ли она отражать в мыслях, чувствованиях, словах и делах ту непреходящую правду, которая имеет значение в вечности?» В статье подробно рассмотрены способы оформления аргумента и тезиса энтимемы. Аргумент и тезис могут вмещать в себя другие фигуры мысли и речи, в частности, пролепсис и антитезу. На основании указанных структурных особенностей энтимемы предлагается можно делить на, условно говоря, простые и вмещающие. Вот пример вмещающей энтимемы: Аргумент (антитеза): «Пропаганда недругов мира и стабильности на Кавказе пытается представить Российское государство захватчиком и поработителем, а русский народ – угнетателем и коло-

низатором. Тезис (пролепис): <Поэтому> Необходима срочная и адекватная реакция власти и общества на сложившуюся ситуацию. // И среди первоочередных мер должна быть всесторонняя поддержка русского населения». Вмещать части энтимем могут несколько фигур. Например, аргумент может быть оформлен как пролепис, а часть пролеписа может быть оформлена как уступление и период. Вмещающие энтимемы могут быть, следовательно, «просто вмещающими» и осложненными. Пример осложненной энтимемы. Аргумент (первая часть пролеписа): «Творцом отечественной культуры является русский народ // (вторая часть пролеписа (уступление, период)): при всей открытости..., при всей разумной готовности... – без существования русского народа, без Православия русской культуры нет. Вывод: <Поэтому> на осознании этого факта держится политика государства». В статье также было показано, что энтимемы сами могут оказываться теперь уже вмещаемыми структурами. Это происходит, если энтимема оформляется как диалогическая фигура. Например. Аргумент (эпимона): «Не было на Руси народов-господ и народов-рабов. // Россия никогда не была тюрьмой народов, здесь не было народов первого и второго сорта. Вывод (риторический вопрос): Не в этом ли кроется глубинное народное противление фашизму, который предлагал совершенно иную концепцию межнациональных отношений?». Представленный подход к фигурам мысли объединяет риторику и синтаксис, придает риторическим квалификациям необходимую научную верифицируемость. Это обстоятельство делает его ценным и в научном, и в дидактическом отношении.

Ключевые слова: энтимема, аргумент, фигура мысли, фигура речи, патриарх Кирилл, антитеза, пролепис, период, риторическая лигатура.

Tarasov Mikhail Ivanovich

PhD of philological Sciences, associate Professor
Associate Professor at the Department of Russian language
Smolensk state University
tarasovmihail123@yandex.ru

INDUCTIVE ENTHYMEME IN THE SPEECHES OF PATRIARCH KIRILL

The article is devoted to the analysis of inductive enthymeme structure. The inductive enthymeme is regarded as one of the figures of thought. The article States that the description of thought figures remains an actual problem. The reason for this, on the one hand, in the lack of

interest in the phenomenon of thought figures on the part of researchers, and on the other – in the great role that thought figures play in creating a clear and understandable text. The lack of interest of researchers to the figures of thought is explained by the traditional focus of rhetoric on the analysis and classification of the most striking and noticeable rhetorical phenomena. The role of thought figures in the text is different – they do not decorate, but structure the text. The article suggests that the quality of the text as clarity is directly related to the degree of use of its author's thought figures. The inductive enthymeme is considered as such rhetorical construction in which the thesis is in a postposition, and the argument-in a preposition. The material for the study was the texts of Patriarch Kirill of Moscow and All Russia, collected in his book «Seven words about the Russian world». The article shows that inductive enthymemes are divided into enthymemes with explicit connector and enthymemes with implicit connector. Compare: «For all the peoples of Russia, their country is their home, there is no other. That is why every nation should feel truly at home, safe, in the friendly environment of a multinational society». «The value of any civilization is in what it brings to humanity. And so the question now confronts every civilization: is it capable of reflecting in thoughts, feelings, words and deeds the enduring truth that matters in eternity?» The article describes in detail the ways of construction of the argument and thesis of the enthymeme. Argument and thesis may contain other figures of thought and speech, in particular prolepsis and antithesis. On the basis of these structural features of the enthymemes, they can be divided into, relatively speaking, simple and enclosing. Here is an example of the enclosing enthymeme: (Argument (antithesis)) «Propaganda of enemies of peace and stability in the Caucasus tries to present the Russian state as an invader and enslaver, and the Russian people as an oppressor and colonizer. (Thesis (prolepsis)) Therefore, we need an urgent and adequate reaction of the authorities and society to the situation. // And among the priority measures should be comprehensive support of the Russian population». Parts of enthymemes can contain several figures. For example, an argument can be framed as a prolepsis, and a part of a prolepsis can be framed as a concession and a period. The enclosing enthymemes may therefore be «simply enclosing» and complicated. An example of a complicated enthymeme. «Russian culture is the Creator of the national culture // (the second part of the prolepsis (concession, period)) with all openness..., with all reasonable readiness... – without the existence of the Russian people, without Orthodoxy, there is no Russian culture. (Conclusion) Therefore, the state policy is based on the awareness of this fact». The paper also showed that the enthymemes themselves can be rendered by the now contained

structures. This happens if the enthymeme is framed as a dialogical figure. For example. (Argument (epimone)) «There are no in Russia peoples-the masters and the slaves. // Russia has never been a prison of peoples, there were no first and second class peoples. (Conclusion (rhetorical question)) Is not this the underlying popular opposition to fascism, which offered a completely different concept of interethnic relations?» The presented approach to the figures of thought combines rhetoric and syntax, gives rhetorical qualifications the necessary scientific verifiability. This fact makes it valuable both scientifically and didactically.

Keywords: enthymeme, argument, figure of thought, figure of speech, Patriarch Kirill, antithesis, prolepsis, period, rhetorical ligature.

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая статья посвящена анализу одной фигуры мысли – индуктивной энтимемы. Интерес к этой фигуре объясняется нашим интересом к фигурам мысли в целом¹. Как нам кажется, этот раздел риторики не находится в фокусе внимания специалистов в силу вполне очевидных причин. Фигуры мысли далеко не так яркие, как фигуры речи, они как будто не стремятся обращать на себя внимание слушателя и, напротив, как будто прячутся от него. Вместе с тем именно фигуры мысли – основа любого текста. Позволим себе высказать утверждение: тот текст, в котором фигуры мысли наличествуют в должном объеме и с должным качеством, кажется слушателю и читателю ясным и понятным. Тот текст, в котором фигуры предстают в виде своих «обломков», представляется слушателю и читателю хаотичным набором смыслов.

Материалом статьи послужили выступления Патриарха Московского и Всея Руси Кирилла, собранные в книге «Семь слов о русском мире» [Кирилл 2015]².

Индуктивная энтимема

В «Риторике» Аристотеля содержится утверждение, что «...риторическим речам наведение не свойственно» (Риторика, 1394a10–15)³.

¹ См. наш очерк систематики фигур мысли в русском языке в [Тарасов 2016].

² Номера речей в этом издании указываются после цитат из них в круглых скобках, указывается также номер страницы.

³ «Риторика» Аристотеля цитируется по изданию: [Аристотель 1978].

Доказывается это предположением, что оратор вряд ли начнет речь с длинного списка примеров, чтобы потом вывести из них некое положение. Высказанное здесь мнение не кажется таким уж безусловным. В любом случае конструктивный принцип наведения, или индуктивного доказательства очень широко применяется в современной ораторской прозе вообще и в наших источниках в частности.

Индуктивная энтимема с эксплицитным коннектором

Соединение аргументов и вывода может быть материально выражено:

*Для всех народов России их страна – это их родной дом, другого нет. А **потому** каждый народ должен чувствовать себя по-настоящему дома, в безопасности, в доброжелательном окружении многонационального общества (5, с. 33).*

Конструкция индуктивной энтимемы предполагает возможность её распространения. В таких случаях тезис и аргумент сами по себе могут быть рассмотрены как выражения той или иной фигуры. Например:

*Не только межнациональный мир является залогом единства России. Совершенно справедливо и то, что единство России, притягательная сила нашего государства, объединяющая миссия российской цивилизации являются залогом межнационального мира на огромных пространствах Евразии. **Потому** на всех нас <...> возложена двуединая задача: не только беречь межнациональный мир во имя единства России, но и беречь единство России во имя межнационального мира (4, с. 23).*

Постпозитивный тезис здесь соответствует фигуре *анатомии*, т. е. такой фигуры, в которой препозитивная часть включает сжатое изложение материала, его постпозитивная часть – тот же материал подает отдельно и развернуто (см. подробнее в [Хазагеров 2009, с. 66–70]). О других вмещаемых фигурах и о самом феномене вмещения применительно к энтимемам см. ниже.

Индуктивная энтимема с имплицитным коннектором

В силу своей очевидности маркер вывода может быть имплицитным:

Ценность любой цивилизации – в том, что она несёт человечеству. И <поэтому> перед каждой цивилизацией стоит вопрос: способна ли она отражать в мыслях, чувствах, словах и делах ту непреходящую правду, которая имеет значение в вечности? (3, с. 18).

Индуктивная энтимема как вмещающая фигура

Энтимема, как любая другая рамочная фигура, относительно безразлична к внутреннему строению своих частей – в данном случае аргумента и вывода. Происходит это потому, что образующее ее отношение между этими частями – в данном случае логическое отношение импликации – как бы накладывается на уже сформированный текст. Конкретным выражением такой «двойной» структуризации энтимем, как и двойной структуризации других фигур мысли, является их способность включать в себя другие разнообразные фигуры мысли. Об одном из таких случаев уже шла речь, теперь рассмотрим этот вопрос подробнее. Приведем схематическую модель включения фигур мысли в состав энтимем, затем пример, иллюстрирующий эту модель.

Модель: аргумент (*антитеза*) – вывод (*пролепис*): *Пропаганда недругов мира и стабильности на Кавказе пытается представить Российское государство захватчиком и поработителем, а русский народ – угнетателем и колонизатором. <Поэтому> **Необходима срочная и адекватная реакция** власти и общества на сложившуюся ситуацию. И среди первоочередных мер **должна быть всесторонняя поддержка русского населения** (2, с. 11).*

Модель: аргумент (*лигатура*¹) – вывод (*цитата*): *Любовь к родине, чувство братства и чувство долга, готовность положить «душу*

¹ Под лигатурой мы понимаем фигуру мысли, которая соответствует таким фигурам речи, как подхват, анадиплозис, хиазм. См. подробнее в [Тарасов 2016, с. 125–131].

свою за други своя» одинаково характерны для героев Куликова поля, Бородина и Сталинграда. Эти же свойства национального характера отличают большинство русских людей сегодня. // Именно **благодаря этим свойствам**, как писал социолог Питирим Сорокин, «русская нация смогла защитить себя, свою независимость, свободу и другие великие ценности» (5, с. 31 – 32).

Как видим, наполнение частей индуктивной энтимемы может быть достаточно вариативным, вмещаемые фигуры свободно меняются в составе аргумента и вывода, или только одной части энтимемы.

Осложненные вмещающие энтимемы

В наших источниках мы можем выделить не только вмещаемые фигуры, подобные рассмотренным выше. Назовем их вмещаемыми фигурами 1-й степени. В исследованных текстах имеется довольно заметное количество примеров, в которых имеются вмещаемые фигуры, условно говоря, 2-й степени. Это фигуры, которые помещаются в другие фигуры, которые уже «разместились» в частях энтимемы. Такой принцип «матрешечной» организации вмещения фигур может быть продолжен.

В следующем контексте в аргументативной части имеется пролепсис, внутрь которого помещается уступление. Пролепсис в данном случае является вмещаемой фигурой первой степени, уступление – второй. Кроме того, уступление оформлено с помощью периода, который, следовательно, является вмещаемой фигурой 3-й степени.

Говоря о духовных скрепах нашего единства, мы не имеем право забывать, что главным творцом отечественной культуры является русский народ. // При всей открытости нашей культуры, при всей разумной готовности принять в наши ряды человека любого происхождения, нам следует всегда помнить, что без существования русского народа и без Православия наша отечественная культура не могла появиться на свет и не имеет перспектив в будущем. <Поэтому> На осознании этого факта должна строиться культурная политика государства, стремящегося к сохранению своего единства (5, с. 33).

Схематически это можно изобразить так: **Пролетсис**: (1) *творцом отечественной культуры является русский народ // (2) уступление, период: при всей открытости..., при всей разумной готовности... – без существования русского народа, без Православия русской культуры нет. <Поэтому> на осознании этого факта держится политика государства.*

Такое сложное построение энтимем характерно, очевидно, для интеллектуально насыщенной речи.

Диалогизированные энтимемы

Интересной особенностью речей Патриарха является употребление диалогизированных энтимем. К фигурам этого типа мы отнесем конструкции, выводная часть которых оформляется в виде речевого акта призыва, побуждения, рекомендации, вопроса¹. Наиболее ярко диалогичность энтимемы проявляется при использовании в ней риторического вопроса:

Не было на Руси народов-господ и народов-рабов. // Россия никогда не была тюрьмой народов, здесь не было народов первого и второго сорта. (Вывод:) Не в этом ли кроется глубинное народное противление фашизму, который предлагал совершенно иную концепцию межнациональных отношений? (3, с. 18).

В случае диалогического оформления той или иной части энтимемы (чаще всего вывода) она становится уже не вмещающей, а вмещаемой фигурой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы вполне отдаем себе отчет в том, что наш анализ может показаться слишком сложным. Хочется надеяться, что это не так и выдвинутые положения достаточно ясны и прозрачны. Кратко повторим сказанное. Индуктивные типа делятся на варианты с выраженным и имплицитным коннектором. Части энтимем могут оформляться с помощью других фигур мысли и речи. Аргумент и тезис могут вмещать

¹ О типологии речевых актов см. в [Богданов 2007], о риторических призывах см., в частности, в [Москвин 2007, с. 78].

в себя, в частности, пролеписис, лигатур, эпимону и др. фигуры. Таким образом, энтимемы можно делить на, условно говоря, простые и вмещающие. Вмещать части энтимем могут несколько фигур. Например, тезис может быть оформлен как антитеза, а антитеза может быть оформлена как период. Вмещающие энтимемы могут быть, следовательно, «просто вмещающими» и осложненными. Наконец, энтимемы сами могут оказываться теперь уже вмещаемыми структурами. Это происходит, если энтимема оформляется как диалогическая фигура. Представленный подход к фигурам мысли, как нам кажется, объединяет риторику и синтаксис, придает риторическим квалификациям необходимую научную верифицируемость. Это обстоятельство делает его ценным и в научном, и в дидактическом отношении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аристотель*. Риторика // Античные риторики. М.: Издательство Московского университета. 1978. С. 15–166.
- Богданов В. В.* Иллокутивная функция высказывания и перформативный глагол // Предложение и текст в содержательном аспекте. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2007. С. 156–165.
- Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси*. Семь слов о русском мире / сост. А. В. Щипков. М.: Всемирный русский народный собор, 2015. 120 с.
- Москвин В. П.* Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь. Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. 970 с.
- Тарасов М. И.* Фигуры мысли в текстах Патриарха Кирилла о Русском мире // Риторика Патриарха. К 70-летию Святейшего Патриарха Московского и Всея Руси Кирилла / Сост. А. В. Щипков. М.: Русистика, 2016. С. 93–176.
- Хаззагеров Г. Г.* Риторический словарь. М.: Флинта: Наука, 2009. 432 с.

REFERENCES

- Aristotel'.* Ritorika // Antichnye ritoriki. M.: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta. 1978. S. 15–166.
- Bogdanov V. V.* Illokutivnaya funkciya vyskazyvaniya i performativnyj glagol // Predlozhenie i tekst v sodержatel'nom aspekte. SPb.: Filologicheskij fakul'tet SPbGU, 2007. S. 156–165.

Kirill, Patriarh Moskovskij i vseya Rusi. Sem' slov o russkom mire / sost. A. V. Shchipkov. M.: Vsemirnyj russkij narodnyj sobor, 2015. 120 s.

Moskvin V. P. Vyzritel'nye sredstva sovremennoj russkoj rechi. Tropy i figury. Terminologicheskij slovar'. Rostov n/D: Feniks, 2007. 970 s.

Tarasov M. I. Figury mysli v tekstah Patriarha Kirilla o Russkom mire // Ritorika Patriarha. K 70-letiyu Svyatejshego Patriarha Moskovskogo i Vseya Rusi Kirilla / Sost. A. V. ShchHipkov. M.: Rusistika, 2016. S. 93–176.

Hazagerov G. G. Ritoricheskij slovar'. M.: Flinta: Nauka, 2009. 432 s.

УДК 81-26

Ускова Ольга Александровна

доктор филологических наук, доцент
профессор кафедры русского языка как иностранного, директор Центра
тестирования иностранных граждан Московского государственного линг-
вистического университета
olgauskova@mail.ru

Ле Тхи Фыонг Линь

аспирант Московского государственного лингвистического университета
nevalyashka_vn@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРОВ КОММЕРЧЕСКОГО ПИСЬМА В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ

В условиях глобальной экономической интеграции важнейшим средством международной бизнес-коммуникации являются электронные коммерческие письма. В отличие от стандартизованных коммерческих писем электронные коммерческие письма имеют свои особенности, характерные для современных условий виртуального общения. В статье рассматривается трансформация жанров коммерческого письма в условиях виртуальной деловой переписки.

Ключевые слова: деловая переписка; электронные коммерческие письма; виртуальная межкультурная бизнес-коммуникация.

Uskova Olga Aleksandrovna

doctor of Philology, associate professor
Professor of the Department of Russian as a foreign language,
Head of the Testing Center for Foreign Citizens at
Moscow state linguistic University, Professor
olgauskova@mail.ru

Le Thi Phuong Lin

postgraduate at Moscow state linguistic University
nevalyashka_vn@mail.ru

THE TRANSFORMATION OF COMMERCIAL LETTERS IN THE CONDITION OF VIRTUAL BUSINESS CORRESPONDENCE

In the condition of global economic integration, one of the indispensable means of international business communication is electronic commercial letters. Unlike standard commercial letters, electronic commercial letters have their own characteristics that are specific to the condition of virtual communication. The article discusses the transformation of commercial letters in russian in the context of virtual business communication.

Keywords: business correspondence, electronic commercial letters, virtual communication, intercultural business communication.

ВВЕДЕНИЕ

Изучение особенностей коммерческих писем на русском языке в последнее время стало очень актуальным в связи с расширением торгово-экономического сотрудничества между Россией и странами во всем мире, особенно в эпоху цифровых технологий, когда бизнес-деятельность происходит в основном в условиях виртуальной деловой переписки, т.е. через Интернет с помощью ряда современных средств связи, таких как электронная почта, платформы, социальные сети, чаты и т. д.

Особенности стандартизированных коммерческих писем (СКП)

При осуществлении бизнес-деятельности одним из важнейших средств коммуникации являются коммерческие письма (от имени юридического или физического лица), например, предложение о взаимодействии, предложение на закупку, поставку товаров, заключение договора и др.

В отличие от других видов деловой корреспонденции, коммерческие письма, как правило, оперируют конкретными фактами, так как нацелены на решения конкретных задач, например, заключение договора, обсуждение основных условий сотрудничества и т. д., поэтому они имеют правовую силу, т. е. могут быть использованы в процессе рассмотрения претензий в арбитражном суде.

В бизнес-сообществе наиболее часто используются следующие жанры СКП: информационное письмо, письмо-предложение (оферта), письмо-запрос, письмо-просьба, письмо-ответ, письмо-отказ, письмо-напоминание, письмо-претензия (рекламация), письмо-подтверждение, письмо-приглашение [Веселов 1990, с. 31–35; Трофимова, Купчик 2010, с. 22–31].

По правилам жанры СКП в русском языке должны носить следующие особенности: *информативность, лаконичность, формализованность, неперсонифицированность, нейтральность изложения (отсутствие эмоциональной оценки), стандартность речевых формулировок, точность, ясность* др. [Веселов 1990, с. 78–92; Бурова 2010, с. 10–11; Трофимова, Купчик 2010, с. 54–64].

Каждый жанр СКП на русском языке имеет свои клише (шаблонные фразы) для вербализации коммуникативных интенций. Например,

- Интенция информации:
 - *Сообщаем Вам, что ...*
 - *Информирую, что ...*
 - *Извещаем Вас о том, что....*
- Интенция запроса:
 - *В продолжение нашего разговора направляю Вам запрос ...*
 - *По поводу поставки товаров, можете ли Вы сообщить нам ...*
 - *Просим выслать прайс лист товара ...*
- Интенция просьбы:
 - *В связи с ..., прошу Вас сообщить нам...*
 - *Исходя из Вашего предложения, просим ...*
 - *Обращаем к Вам с просьбой ...*
- Интенция напоминания:
 - *Напоминаю Вам, что по плану совместных работ Вы должны...*
 - *Мы вынуждены напомнить Вам о ...*
 - *Настоящим еще раз напоминаем ...*
- Интенция отказа:
 - *Мы вынуждены отказаться ..., поскольку....*
 - *Спасибо за Ваше предложение, но на данный момент у нас нет бюджетной возможности для реализации такого проекта.*

В соответствии с требованием официально-делового стиля в жанрах СКП используются только средства конструктивно-стилевого вектора (*далее КСВ*) книжности [Костомаров 2005, с. 62]. В качестве примера приведем следующее СКП:



Исх. № 627/13от24 апреля 2017 г.

Президенту Рейтингового агентства «ЭСКПерт РА»

Д. Э. ГРИШАНКОВУ

О перезапуске Комитета «Деловой России» по финансовым рынкам

Уважаемый Дмитрий Эдуардович!

Информирую, что в связи с реорганизацией деятельности экспертных Комитетов Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» в настоящее время осуществляется перезапуск Комитета по финансовым рынкам (быв. Комитет по фондовым рынкам).

Важнейшими задачами работы Комитета на среднесрочную перспективу станут выработка предложений по совершенствованию финансовых мер поддержки малому и среднему предпринимательству (МСП), в особенности инновационному, формулирование позиций «Деловой России» по важнейшим аспектам развития инновационного МСП, содействие развитию электронной торговли и цифровой экономики, прямое взаимодействие с профильными министерствами, финансовыми организациями и институтами развития.

С учетом Вашей активной позиции в сфере содействия развитию, финансовых рынков, МСП и цифровой экономики приглашаю Вас войти в состав Комитета «Деловой России» по финансовым рынкам, а также направить предложения в повестку и план деятельности Комитета на 2017 год.

О своем решении прошу сообщить до 1 мая т. г. исполнителю лицу.

Председатель Комитета «Деловой России»

по финансовым рынкам,

член Президиума Генерального совета

«Деловой России»

А. В. Нестерова

Данное письмо представляет собой СКП, в котором содержатся две интенции – информирования (информация о перезапуске Комитета «Деловой России»: *Информирую, что ... институтами развития*) и приглашения (приглашение участвовать в составе Комитета: *С учетом Вашей ... приглашаю Вас войти в состав ... лицу*), которые получают вербальную реализацию при помощи средств КСВ книж-

ности: *Информирую, что ...; С учетом ... приглашаю Вас войти в состав Комитета ...; ... прошу сообщить ...*, используемые в метаязыке бизнеса [Ускова 2008, с. 7]: *Комитета по финансовым рынкам; предложений по совершенствованию финансовых мер поддержки малому и среднему предпринимательству (МСП); электронной торговли; цифровой экономики и др.*

Однако в условиях виртуальной бизнес-коммуникации жанры СКП претерпевают значительные изменения.

Характеристика электронных коммерческих писем (ЭКП)

Изменения жанров СКП в условиях виртуальной деловой переписки приводит к снижению официальности СКП. В качестве примера приведем следующие СКП.

Таблица 1

ЭКП 1

Valeria Korotych <valeria@estee-group.com> 14 нояб. 2017 в 6:23
Добрый день!
Татьяна, прошу вас прислать цену ФОБ Ванино в usd.
Спасибо,
Kind Regards,
Valeria Korotych – Sales Manager
ESTEE STEEL TRADING

Таблица 2

ЭКП 2

From: Valeria Korotych [mailto:valeria@estee-group.com]
Sent: Sunday, November 12, 2017 7:25 PM
To: Татьяна Зюбр <zyubrtn@torexgroup.com>
Subject: Re: запроспокатанке – Амурметалл – Estee Steel Trading
Татьяна, добрый день,
вместе с ценой в долларе ФОБ прошу вас прислать сертификат качества на катанку SAE 1006, SAE 1008, SAE 1010, что есть пришлите.
спасибо,
KindRegards,

В данных письмах появляется персонафицированность обращений (*Татьяна, Дмитрий*) и преобладает КСВ разговорности: *Татьяна, прошу вас прислать цену ФОБ Ванино в usd* (письмо 1); *вместе с ценой в долларе ФОБ ... что есть пришлите* (письмо 2).

Кроме того, в условиях виртуальной деловой переписке происходит стирание жанров СКП. В качестве примера приведем следующее письмо:

Таблица 3

ЭКП 3

04.07.2017, 17:51, «Елена Ерофеева» <eeb@globalrustrade.com>:
Дмитрий, добрый вечер!
сформулируйте пожалуйста ситуацию по переговорам с вьетнамской компанией:

- название компании
- контакты (телефон, e-mail, сайт)
- контактное лицо
- предмет переговоров
- как долго и в чем заминка;

наша коллега по работе с Вьетнамом – Линь постарается выяснить причину и, если это возможно, помочь Вам перейти в активную стадию переговоров.
Успехов во всех делах!
С уважением к Вам и вашему бизнесу,
Елена Ерофеева
GlobalRusTrade

Данное письмо имеет форму письма-просьбы: *сформулируйте, пожалуйста* (повелительное наклонение), хотя по сути это письмо-запрос о данных компании, которые нужны для ведения переговоров с вьетнамскими партнерами. Обратный случай, т. е. письмо-просьба оформляется в форме письма-запроса, представлен в следующем письме:

Таблица 4

21:36, Май 24, 2017,
«Степанов Евгений Александрович» <stepanov@roscomposite.com>:
Елена, добрый вечер.
Пересылаю последнее письмо от Хоанга (в предыдущем письме).
С тех пор он на связь не выходил. Могу я Вас попросить чтобы Линь связалась с ним и выяснила почему так долго не выходит на связь?
Спасибо.
С уважением
Best Regards
к.х.н. Степанов Евгений Александрович / Ph.D. in Chem. Stepanov
Evgeny
Моб/Моб: +7 927 730 8937
Факс/Fax: +7 495 641 06 97 stepanov@roscomposite.com
www.roscomposite.com www.уп-1.рф

В данном письме вопрос *Могу я Вас попросить, чтобы Линь связалась с ним и выяснила, почему так долго не выходит на связь?* по сути является вербализацией интенции просьбы, что требует использования языковых средств в соответствии с принятой в русском языке конвенцией вежливости. На наш взгляд, в межкультурной бизнес-коммуникации наиболее предпочтительным является вариант использования письма-просьбы для оформления запроса, так как это позволяет выразить уважение адресанта к адресату.

Итак, в виртуальной бизнес-коммуникации происходит трансформация жанров коммерческого письма, что более подробно рассмотрим в следующей части.

Трансформация жанров коммерческого письма в условиях виртуальной деловой переписки

В виртуальной деловой переписки наблюдается комбинация разных языковых стилей: КСВ книжности + КСВ разговорности, что сопровождается стиранием различий между жанрами коммерческого письма. В качестве примера приведем еще следующую переписку.

Таблица 5

<p>Коммуникант 1: (письмо-просьба + информационное письмо)</p>	<p>Friday, February 19, 2016 6:39 PM From: Eugenia Babakhina [mailto:bev@globalrustrade.com] To: Yury Ushakov Subject: Коммерческое предложение Юрий, добрый вечер. Пожалуйста, вышлите мне Ваше коммерческое предложение. Не смогла до Вас дозвониться. Завтра мы начнем по Вам работать и нам нужны данные о Ваших программах в письменной форме на английском. С уважением, Евгения Бабахина,</p>
<p>Коммуникант 2: (письмо-ответ + информационное письмо)</p>	<p>Yury Ushakov <y.usakov@elcomsoft.com> 22 фев. 2016 в 16:14 Евгения, добрый день, Благодарю Вас за письмо и запрос. Два основных продукта размещены в базе. Коммерческое предложение может быть сформировано для каждого конкретного случая, включая количество идентичных лицензий со скидкой, различные сроки поддержки, тренинги, предложение для реселлеров, ... Типового «предложения», увы, быть не может. Вся информация о продуктах будет обеспечена без сомнения. С уважением Юрий Ушаков Директор по продажам ElcomsoftCoLtd.</p>
<p>Коммуникант 1: (письмо-запрос в форме письма-просьбы)</p>	<p>Юрий, пришлите, пожалуйста, информацию о Ваших программах в виде отдельного документа на английском: конкурентные преимущества, особенности, решаемые проблемы. Люди требуют конкретики.</p>

<p>Коммуникант 2: (письмо-ответ)</p>	<p>Евгения, добрый день, Самая полная информация о продуктах в аттаче.</p>
<p>Коммуникант 1: (информационное письмо + письмо-предложение)</p>	<p>Юрий, доброе утро! Рада сообщить Вам, что мы поработали на Вашу компанию и нашли дистрибьютора и покупателя (они хотят обслуживать своих клиентов программами). Компания www.activosti.com из Колумбии. Это консалтинговая фирма в сфере услуг и продуктов для безопасности информационных систем Они хотят узнать больше деталей и каковы ваши требования к рентабельности продаж. Юрий, мы поработали для Вас и готовы дальше работать. Вы можете либо сами общаться дальше с людьми из этой компании, либо купить пакет и мы доведём сделку. Предлагаю приобрести Вам наш пакет за 900 долл., в него входит консультации клиентов. Пакеты прилагаю.</p>
<p>Коммуникант 2: (письмо-ответ + письмо-отказ + информационное письмо)</p>	<p>Евгения, добрый день, Спасибо за хорошие новости. Мы предпочли бы прямые контакты, поскольку нашими заказчиками, как правило, являются люди из специальных структур и полиции. В качестве бонуса, после начале сотрудничества с колумбийцами, мы сделаем публикации на сайте и в социальных сетях о сотрудничестве с вашей компанией. Аудитория у нас довольно обширная, материалы увидят правильные люди. Я завтра улетаю на неделю в командировку, могу отвечать с задержкой. С наступающим Вас праздником! Тепла и весны!</p>

Коммуникант 1: (письмо-напоминание в форме письма-запроса)	<i>Юрий, добрый день. Хотела бы уточнить, как наши дела. С уважением, Евгения Бабахина,</i>
Коммуникант 2: (письмо-ответ)	<i>Евгения, спасибо! По возвращении из Мексики я свяжусь с Вами и мы закроем «формальности».</i>
Коммуникант 1: (письмо-напоминание в форме запроса)	<i>Юрий, добрый день. Может быть, выслать Вам новый счёт? Eugenia Babakhina,</i>
Коммуникант 2: (письмо-ответ)	<i>Евгения, добрый день, Не нужно. Завтра оплатим. Спасибо за волшебный пендель.</i>

Представленная деловая переписка содержит письма, в которых преобладает КСВ разговорности при обсуждении текущих вопросов, что приводит к отступлению от норм СКП. В частности, это находит проявление в наличии следующих элементов:

- профессионального социолекта (сленга): *в аттаче* («in attached file») (калька с английского языка); *закроем формальности; высылаем конкретику; предпочли бы прямые контакты; в качестве бонуса; для нашего бизнеса это хороший кейс* «кеу») (калька с английского языка); *Аудитория у нас довольно обширная; правильные люди;*
- дискурса: *Не смогла до вас дозвонить; Типового «предложения», увы, быть не может; У нас есть ещё один человек; Компания хочет работать с вами; Люди требуют конкретики; Они хотят узнать больше деталей; Хотела бы уточнить, как наши дела;*
- сниженной лексики: *Спасибо за волшебный пендель.*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в условиях виртуальной деловой переписки происходит трансформация жанров коммерческого письма, что проявляется в следующем:

- ♦ отступление от норм СКП (персонафицированность обращения; употребление языковых средств, вербализирующих эмоции и личное мнение);
- ♦ снижение официальности (преобладание КСВ разговорности, вытеснение КСВ книжности);
- ♦ смешение разных жанров коммерческих писем в одном письме и в какой-то степени взаимозамещение жанров;
- ♦ сконцентрированность на частных вопросах: интенции пояснения и уточнения информации.

Отмеченные особенности деловой переписки в условиях виртуальной коммуникации соответствуют тенденциям развития современного общества и способствуют эффективности бизнес-коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бурова И. А.* Деловая речь, деловая переписка: учеб, пособие. Ч. 1 / И. А. Бурова. – М.: МИИТ, 2010. – 95 с.
- Веселов П. В.* Современное деловое письмо в промышленности / П. В. Веселов. – М.: Изд-во стандартов, 1990. – 160 с.
- Костомаров В. Г.* Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
- Трофимова О. В., Купчик Е. В.* Основы делового письма. – М.: Флинта; Наука, 2010. – 304 с.
- Ускова О. А.* Метаязык бизнеса в языковом пространстве. Монография. – М.: МОЦМГ, 2006. – 218с.

REFERENCES

- Burova I. A.* Delovaya rech', delovaya perepiska: ucheb, posobiye. Part 1 / I. A. Burova. – M.: MIIT, 2010. – 95 p.
- Veselov P. V.* Sovremennoye delovoye pis'mo v promyshlennosti / P. V. Veselov. – M.: Publishing house of standards, 1990. – 160 p.
- Kostomarov V. G.* Nash yazyk v deystvii: ocherki sovremennoy russkoy stilistiki. – M.: Gardariki, 2005. – 287 p.
- Trofimova O. V., Kupchik E. V.* Osnovy delovogo pis'ma. – M.: Flinta; Nauka, 2010. – 304 p.
- Uskova O. A.* Metayazyk biznesa v yazykovom prostranstve. Monografiya. – M.: MOC MG, 2006. – 218 p.

УДК: 372.881.161.1

Федосеева Татьяна Александровна

кандидат педагогических наук, доцент

доцент кафедры русского языка и литературы факультета филологии
Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного
университета

tanika.fed@gmail.com

ЗАДАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ХАРАКТЕРА КАК ЭЛЕМЕНТ ИНТЕРАКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА И РИТОРИКИ

В статье рассматриваются особенности интерактивных заданий как средства формирования коммуникативных умений. Особое внимание уделено заданиям коммуникативного характера – задачам и играм, которые способствуют повышению интереса к изучаемой дисциплине, усвоению теоретических знаний и выработке практических умений. Игры и задачи построены на характеристике значимых компонентов речевой ситуации и предполагают разыгрывание ситуации – коммуникативные действия, ориентированные на активное сотрудничество всех участников образовательного процесса.

Ключевые слова: активные методы и приемы обучения, задания коммуникативного характера, дидактическая игра, коммуникативная игра, риторическая задача, коммуникативная деятельность.

Fedoseeva Tatiana Aleksandrovna

PhD of pedagogics, associate Professor

associate Professor of the Department of Russian language and literature,
faculty of Philology, Novokuznetsk Institute, Kemerovo state University

tanika.fed@gmail.com

TASK OF COMMUNICATIVE CHARACTER AS AN ELEMENT OF INTERACTIVE LEARNING IN THE LESSONS OF THE RUSSIAN LANGUAGE AND RHETORIC

The article discusses the features of interactive tasks as a means of forming communicative skills. Particular attention is paid to tasks of Communicative Character – tasks and games that contribute to the formation of interest in the discipline being studied, the assimilation of theoretical knowledge and the development of practical skills. Games and tasks are built on the characteristics of the significant components of the speech situation and involve playing the situation – communicative actions focused on the active cooperation of all participants in the educational process.

Keywords: active methods and methods of training, task of communicative character, didactic game, communicative game, rhetorical task, communicative activity.

ВВЕДЕНИЕ

Активизация познавательной активности школьников – актуальная проблема, решить которую одним средством или способом невозможно. К современным средствам формирования коммуникативной компетенции можно отнести задания коммуникативного характера – такие задания, которые специально создаются для того, чтобы подростки учились анализировать чужую и собственную речь и создавать высказывание, овладевали жанровыми умениями, могли легко реагировать на изменения ситуации общения и находить адекватное речевое решение в условиях, когда имеющихся знаний и риторических умений недостаточно и необходимо проявить аналитические и творческие способности.

В методике обучения русскому языку и риторике обсуждается вопрос о необходимости включения как обязательного компонента урока активных и интерактивных заданий, которые позволят овладеть не столько теоретическими знаниями, сколько практическими умениями и инструментальными знаниями, необходимыми для анализа и создания высказывания.

Активные и интерактивные методы обучения русскому языку и риторике

Работа в условиях внедрения новых образовательных стандартов требует включения в урок активных и интерактивных методов обучения предмету, что связано с тем, что на первый план в современном образовательном процессе выходит формирование активной (субъектной) позиции обучающегося.

Сознательное и деятельное участие в учебном процессе не только учителя, но и ученика – обязательное требование внедрения *активных методов обучения*. При этом обязательно создаются условия, при которых у школьников активизируется мышление, ученик динамичен, инициативен в течение всего урока, может самостоятельно (или

с незначительной помощью педагога или участника группы) выбирать способ решения задачи, а это, как правило, приводит к более эффективному и прочному освоению информации, овладению разным способом действия с ней, повышает мотивацию учения. При этом важно принимать во внимание тот факт, что роль учителя тоже претерпевает изменения: на первый план выходит задача не столько сообщить информацию, сколько создать условия для самостоятельной работы, повышения познавательной активности школьников. Принципиально значимо при этом обучение самостоятельному исследованию информации (индивидуальному, парному, групповому), анализу речевой ситуации, совместной работе, чёткой формулировке и отстаиванию своей точки зрения и др., что способствует развитию критического мышления и формированию универсальных учебных действий (УУД).

Интерактивные методы обучения, при которых происходит взаимодействие не только учителя и ученика (учеников), но и учеников друг с другом относят к разновидностям *активных методов*. Традиционно интерактивными методами считается работа в парах, в ротационных (сменных, изменяющихся) группах, «мозговая атака», «мозговой штурм», интервью, дискуссия, кейс-метод (разбор конкретных производственных ситуаций), деловая игра, ролевая игра, тренинг, метод проектов и другие.

Специфическими характеристиками *интерактивного занятия* называют взаимозависимость всех участников группы, обязательное непосредственное взаимодействие, связанное при этом с индивидуальной ответственностью каждого за совместную работу [Хон 2002, с. 538].

При обучении речевому общению активные и интерактивные формы взаимодействия играют в системе современного образования ведущую роль. Их эффективность несомненна, но использование таких заданий требует значительных временных затрат, постоянного контроля и коррекции речевого поведения всех участников общения. При всём разнообразии интерактивных методов обучения наиболее привлекательными и эффективными для уроков русского языка и риторики можно считать задания коммуникативного характера – задачи и игры.

Задание коммуникативного характера: определение понятия

Внедряя в учебный процесс активные методы обучения, мы исходим из того, что *задания коммуникативного характера* обеспечивают проявление большей активности, чем традиционные, и создают условия для формирования интереса к изучаемой дисциплине, способствуют усвоению теоретических знаний и выработке практических умений, учат взаимодействию при решении коммуникативных задач. Кроме того, они направлены на развитие у школьников самостоятельного критического мышления и способности эффективно решать нестандартные задачи, дают возможность прогнозировать возможные коммуникативные неудачи и промахи, позволяют приблизить искусственно созданные на уроке условия обучения к реальным условиям общения в значимых для подростков ситуациях.

Трудно не согласиться с д. пед. н., проф. Г. Б. Вершиной в том, что «современная концепция развития детской речи требует организации учебного процесса на коммуникативной основе. Она учитывает потребность формировать у школьников знания обо всех видах речевой деятельности, аспектные умения, которые позволят осмысленно управлять интеллектуально-речевыми процессами создания и восприятия высказываний, результативно использовать жанры и средства выразительности письменной, устной, поликодовой речи в типовых жизненных ситуациях, обеспечат формирование риторических свойств голоса и уместной выразительной пантомимики» [Вершина 2019].

Эффективными по ряду показателей в системе интерактивного обучения русскому языку могут быть названы *задания коммуникативного характера*, под которыми понимается система специальных учебных действий, в основе которых – речевая ситуация, требующая использования вербальных и/или невербальных средств с учетом значимых компонентов ситуации. К таким заданиям относят игры и задачи, специально созданные для обучения общению и освоения лингвистических знаний, построенные на характеристике значимых компонентов речевой ситуации, предполагающие коммуникативные

действия, ориентированные на активное сотрудничество всех участников образовательного процесса.

Важная общая черта заданий коммуникативного характера – *разыгрывание ситуации*, основанное на детальном риторическом анализе всех значимых компонентов речевой ситуации. Для качественной реализации коммуникативного замысла при выполнении задания коммуникативного характера важно осмыслить и сформулировать коммуникативную интенцию, определить и распределить роли, предусмотренные условиями задачи или игры, продумать варианты речевого поведения и взаимодействия с партнёрами.

Риторическая задача как средство и прием обучения коммуникативным умениям

Риторическая задача представляет собой проблемное задание, основанное на описании значимых компонентов речевой ситуации и предполагающее речевое действие учеников, направленного на создание ситуативно-обусловленного высказывания (устного или письменного) [Федосеева 2016, с. 8]. При решении задачи ученикам нужно выбрать один из возможных вариантов речевого поведения, разыграть ситуацию.

Особенности риторической задачи становятся очевидными при сравнении заданий, представленных в учебнике русского языка, и риторических задач по этой же теме. Рассмотрим пример.

Задание, представленное в учебнике (§ 59 Описание предмета, упражнение 302): Опишите какую-нибудь вещь (игрушку, предмет домашнего обихода), которая вам очень нравится или которая когда-либо произвела на вас большое впечатление. Напишите, что бросилось вам в глаза, когда вы впервые увидели эту вещь, каковы её особые приметы, чем эта вещь дорога вам. Озаглавьте своё описание [Русский язык. 5 класс 2012, с. 138]. *Задача:* Представьте ситуацию. На урок развития речи учитель попросил принести какую-нибудь вещь (игрушку, предмет домашнего обихода), которая вам очень нравится или которая когда-либо произвела на вас большое впечатление. Игрушки принесли. Устроили выставку у доски. Вот беда! В классе оказалось несколько похожих игрушек. Назови отличительные при-

меты вещи так, чтобы все поняли, что этот предмет твой. Разыграйте ситуацию.

Как видим, в задаче конкретизируются условия общения, что позволяет моделировать ситуацию с учетом предлагаемых ученику обстоятельств, а при разыгрывании ситуации речь становится адресной. Подобные задачи носят комплексный характер, и при их решении подростки, с одной стороны, демонстрируют подготовленные высказывания, с другой стороны, учатся спонтанно реагировать на речевое поведение собеседника [Федосеева 2017].

Рассмотрим параметры, которые позволяют характеризовать и создавать *ситуативные (риторические) задачи*, точно формулировать их условия и выбирать оптимальный вариант их решения и анализа.

Так, *по цели использования на занятии* мы различаем задачи обучающие (учитель активно вмешивается в процесс, предлагая разные варианты решения, помогая выбрать наиболее эффективный и уместный в данной ситуации), констатирующие (замеряется уровень самостоятельности, глубина понимания теоретического материала, владение практическими умениями ДО процесса обучения/изучения нового материала), контрольные (осуществляется проверка уровня сформированности предусмотренных программой компетенций). *По структуре и наличию компонентов* задачи могут быть «открытыми» (включают описание речевой ситуации, вопрос/проблема вытекает из условий и формулируется обучающимся самостоятельно, что позволяет подросткам выбрать речевой жанр из множества ранее освоенных) и «закрытыми» (включают и описание речевой ситуации, и четко сформулированный вопрос/проблему, в которой содержится указание на конкретный речевой жанр, конечную цель взаимодействия). Кроме того, задачи могут различаться *по источнику речи*, в качестве которого возможны иллюстрация, рисунок, видеосюжет, аудиофрагмент, фотография, фрагмент печатного текста (художественного, публицистического, научного...), реальная или воображаемая (гипотетическая, фантастическая) ситуация. *Количество участников речевой ситуации* (пара, группа) зависит от предлагаемых обстоятельств (ты и учитель; ты с младшим братом; твои друзья и ты; ты – библиотекарь – твои товарищи и т. п.), а *планируемый*

речевой жанр (жанры) или представляется конкретно (проинформируйте, объявите, извинитесь, объясните, предложите, познакомьтесь, расскажите так, чтобы..., договоритесь о том, чтобы...), или выбирается из множества возможных после анализа значимых компонентов речевой ситуации (Ваши речевые действия? И тогда вы... Как поступить в сложившихся обстоятельствах? Решений много – выбор за вами!).

Организуя работу на уроках русского языка и риторики, учитель не предлагает готовые решения, лишь задаёт вопросы и акцентирует внимание на значимых компонентах ситуации и причинах, по которым первоначальный речевой замысел изменился. На подготовительном этапе происходит обсуждение всех предложенных учениками вариантов решения задачи, сталкиваются разные (не всегда противоположные) мнения, и тогда, чтобы принять коллегиальное решение, возникает необходимость соотносить и согласовывать свои действия с действиями участников группы, выслушивать предлагаемые варианты, договариваться. Очевидно, что эти задания обеспечивают возможность развития личности, самореализации обучающихся; формируют самостоятельность и умение работать в изменяющихся коммуникативных условиях; воспитывают уважительное отношение к другим людям, дают возможность научиться вести конструктивный диалог, достигая взаимопонимания [Федосеева 2017].

Обучая решению задачи, важно выработать у школьников определенный порядок действий. На наш взгляд, *алгоритм решения задачи* может включать: анализ исходных условий задачи и формулировки задания (вопроса), поиск вероятных вариантов речевого поведения с учетом значимых компонентов проблемной ситуации, выбор наиболее эффективной модели общения (отвечающей задаче и условиям взаимодействия) из множества возможных, при этом допускается (и даже поощряется!) предложение разных вариантов достижения интенции.

При решении риторической (ситуативной) задачи недостаточно описать свои действия, рассказать о том, какие речевые усилия необходимо предпринять для реализации коммуникативного замысла, но важно *продемонстрировать* эти умения, то есть объяснить, про-

комментировать, убедить, заинтересовать, извиниться, помириться, познакомиться и т. д.

На занятиях важно оценить как *процесс* решения задач и проведения игры, так и полученные *результаты*. При этом пристальное внимание уделяется не только *содержательной* стороне речи (что именно говорится?), но и *средствам* передачи информации (как именно? с помощью чего? какими средствами?).

Особенности коммуникативной игры

Коммуникативная игра относится к дидактическим играм, которые создаются специально или адаптируются с учетом конкретных задач обучения, ключевым признаком такого задания является сочетание условного игрового плана деятельности учащихся с её учебной направленностью (преднамеренность, планируемость, наличие учебной цели и предполагаемого результата). *Коммуникативная игра* – это организованная в заданной учебно-речевой ситуации совместная *коммуникативная деятельность* состязательного характера. *Признаки* игры: 1. моделирование речевой ситуации; 2. наличие *речевого* действия участников; 3. наличие заданных правил; 4. принятие игроком какой-либо речевой роли с учетом воображаемой ситуации; 5. создание устного, письменного или поликодового высказывания (сообщения/ текста); 6. возможность смены речевых ролей: игрок – член жюри – ведущий; 7. наличие жюри; критериев для оценивания речевого поведения игроков; определение победителя; 8. анализ процесса игры и речевого поведения участников: по поводу игры и с учетом принятой роли (детальный анализ вербальной и невербальной составляющей высказывания, выявление особенностей и эффективности выбранной модели речевого поведения); 9. комплексный характер опорных и формируемых умений (одновременно совершенствуется несколько коммуникативных умений); 10. сохранение коммуникативного лидерства учителя-организатора игры и др.

Коммуникативные игры предполагают полилогический характер взаимодействия игроков, так как все участники команды обсуждают варианты, создают высказывание, а выбранные игроки (если это предусмотрено условиями, если участников команды больше,

чем представленных в игре персонажей, если условия не предписывают показать результаты командного обсуждения всей группой и т. п.) – демонстрируют результат коллективной работы, оценивают. Коммуникативная игра как деятельность – всегда полилог, а как результат высказывания – и монолог, и диалог, и полилог в зависимости от задания (условий игры). Принципиально, чтобы все присутствующие на занятии принимали участие в игре, так как, по наблюдениям, присутствие зрителей разрушает игру, не дает возможности игрокам полностью реализовать свой коммуникативный замысел, оставляет часть обучающихся за рамками игрового процесса, а следовательно, не способствует формированию коммуникативной компетенции.

Главное отличие коммуникативных игр от задач заключается в наличии соревновательного элемента, заранее обозначенных ролей и правил игрового поведения, критериев для определения победителей; в выявлении особенностей и степени эффективности выбранной модели речевого поведения и др. В риторических задачах не называется победитель, так как важны все предложенные варианты, а следовательно, при анализе обсуждаются разные способы достижения коммуникативной интенции, степень результативности и уместности взаимодействия. Именно это позволяет расширить представления учеников о способах достижения цели и пополнить их активный (продуктивный) и пассивный «риторический» багаж, необходимый как для анализа речевой ситуации, так и для выбора стратегии адекватного речевого поведения.

Коммуникативная игра как эффективный прием обучения речевому общению даёт возможность ученикам проявить свою активность, инициативность, лидерские способности; кроме того, игра располагает к более продуктивному усвоению материала, повышает интерес к предмету, снимает психоэмоциональное напряжение.

Условия игры формулируются с учетом возрастных и психологических особенностей школьников, их коммуникативного опыта, уровня речевого развития, изучаемого на уроке материала, а реализация сценариев игр предполагает активное речевое взаимодействие обучающихся. Важно учитывать, что «...для организации игровых упражнений нужна особая интонация: несколько удивлённый, интри-

гующий тон, как бы приглашающий к игре, доброжелательно заинтересованная форма всех заданий, дружелюбное поощрение каждого удачного ответа» [Ладыженская 1995, с. 89].

Рассмотрим пример игры (разработана с учетом содержания раздела «Язык. Речь. Общение») [Русский язык. 6 класс 2012, с. 4–11]: *Представь, что ты отдыхаешь с одноклассниками в санатории на берегу моря. Новые знакомые интересуются, откуда вы приехали. Расскажите о достопримечательностях своего города так, чтобы ребята из других городов захотели побывать у вас. Разделимся на 2 команды. Выберем жюри. После обсуждения – представляем свой город. Условие: участвуют в презентации все игроки. Время на подготовку – 3 минуты. Побеждает та команда, игроки которой ярко и увлекательно рассказали о своем родном городе.*

Примерные вопросы для анализа речевых действий игроков: *Удалось ли вести диалог с участниками игры? Достигнуто ли взаимопонимание? Выбирали ли варианты речевого поведения все вместе или решение принимал один член команды? Можно ли назвать подготовку к игре удачной? Почему? Кто проявил наибольшую активность? Что вы узнали о своих одноклассниках в процессе подготовки к игре? Чему научились, наблюдая за участниками команды, и чему научили своих одноклассников?*

Как показывает наш опыт, участие в коммуникативной игре обогащает речь школьников, способствует освоению социальных норм поведения, помогает осмысливать собственный коммуникативный опыт, выслушивать и принимать чужое мнение, дает возможность увидеть ситуацию и речевое поведение всех участников «со стороны».

Как видим, задания коммуникативного характера требуют не только анализа предлагаемой (или реальной) речевой ситуации, но активного речевого действия и взаимодействия, разыгрывания ситуации.

Коммуникативные задания как интерактивная форма работы на уроках русского языка и риторики максимально эффективны при соблюдении ряда *условий*, среди которых демократический стиль взаимодействия учителя и учеников, стремление к сотрудничеству, доброжелательные и доверительные отношения в группе (микрогруппе), включение разнообразных актуальных для подростков

ситуаций, всесторонний анализ коммуникативных причин удач, неудач и промахов при выборе стратегии и тактики речевого поведения с учетом заданной роли и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование на уроках русского языка и риторики интерактивных методов и приемов обучения, к которым относятся риторические задачи и коммуникативные игры, позволяют воспитывать у школьников толерантное отношение друг другу, учителям, родителям и др., способствуют формированию адекватной речевой реакции при взаимодействии с разными речевыми партнёрами, способствуют совершенствованию умения выполнять самоанализ, самооценку речевого поведения и результатов коммуникации, позволяют создавать ситуацию успеха, что способствует повышению познавательной активности на уроках русского языка и риторики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вершинина Г. Б.* Речевые уроки в XXI веке: «путь» к ЕГЭ или к жизненному успеху? (К вопросу о концепции современного коммуникативного образования школьников) // Русский язык в поликультурном мире : сборник научных статей III Международного симпозиума (8-12 июня 2019 г.) / отв. ред. Е. Я. Титаренко. В 2-х т. Том 2. Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2019. С. 38–44.
- Ладыженская Т. А.* Практическая методика русского языка: 5 класс / Т. А. Ладыженская, Л. М. Зельманова. М. : Просвещение, 1995. 288 с.
- Русский язык. 5 класс. Учеб. для общеобразоват. учреждений. В 2 ч. Ч. 1 / [Т. А. Ладыженская, М. Т. Баранов, Л. А. Тростенцова и др.; науч. ред. Н. М. Шанский]. М.: Просвещение, 2012. 192 с.: ил.
- Русский язык. 6 класс. Учеб. для общеобразоват. учреждений. В 2 ч. Ч.1 / [М. Т. Баранов, Т. А. Ладыженская, Л. А. Тростенцова и др.; науч. ред. Н. М. Шанский]. М.: Просвещение, 2012. 191с.: ил.
- Федосеева Т. А.* Задания коммуникативного характера в обучении вежливому общению на уроках русского языка // Русский язык в школе. 2017. № 3. С. 8–13.
- Федосеева Т. А.* Роль заданий коммуникативного характера в реализации ФГОС основного общего образования // Русский язык в школе. 2016. № 4. С. 7–10.

Хон Р. Л. Педагогическая психология. Принципы обучения. Москва: Деловая книга, 2002. 736 с.

REFERENCES

- Vershinina G. B.* Rechevyue uroki v XXI veke: «put'» k YEGE ili k zhiznennomu uspekhu? (K voprosu o kontseptsii sovremennogo kommunikativnogo obrazovaniya shkol'nikov) // Russkiy yazyk v polikul'turnom mire : sbornik nauchnykh statey III Mezhdunarodnogo simpoziuma (8-12 iyunya 2019 g.) / otv. red. Ye.YA. Titarenko. V 2-kh t. Tom 2. Simferopol' : IT «ARIAL», 2019. S. 38–44.
- Ladyzhenskaya T. A.* Prakticheskaya metodika russkogo yazyka: 5 klass / T. A. Ladyzhenskaya, L. M. Zel'manova. M. : Prosveshcheniye, 1995. 288 s. Russkiy yazyk. 5 klass. Ucheb. dlya obshcheobrazovat. uchrezhdeniy. V 2 ch. Ch. 1 / [T. A. Ladyzhenskaya, M. T. Baranov, L. A. Trostentsova i dr.; nauch. red. N. M. Shanskiy]. M.: Prosveshcheniye, 2012. 192 s.: il.
- Russkiy yazyk. 6 klass. Ucheb. dlya obshcheobrazovat. uchrezhdeniy. V 2 ch. Ch. 1 / [M. T. Baranov, T. A. Ladyzhenskaya, L. A. Trostentsova i dr.; nauch. red. N. M. Shanskiy]. M.: Prosveshcheniye, 2012. 191 s.: il.
- Fedoseyeva T. A.* Zadaniya kommunikativnogo kharaktera v obuchenii vezhlivomu obshcheniyu na urokakh russkogo yazyka // Russkiy yazyk v shkole. 2017. № 3. S. 8–13.
- Fedoseyeva T. A.* Rol' zadaniy kommunikativnogo kharaktera v realizatsii FGOS osnovnogo obshchego obrazovaniya // Russkiy yazyk v shkole. 2016. № 4. S. 7–10.
- Khon R. L.* Pedagogicheskaya psikhologiya. Printsipy obucheniya. Moskva: Delovaya kniga, 2002. 736 s.

УДК 37.02:808

Фесенко Ольга Петровна

доктор филологических наук, доцент,

профессор кафедры русского языка

Омского автобронетанкового инженерного института

Olga.Fesenko2015@yandex.ru

**ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗНЫХ ТИПОВ ТЕКСТОВ
НА ЗАНЯТИИ ПО «АКАДЕМИЧЕСКОЙ РИТОРИКЕ»
ДЛЯ АДЪЮНКТОВ**

Преподаватели риторике обращаются к текстам, используя их для формирования риторической компетенции студентов. Учет дидактического потенциала таких текстов, выявленный при использовании общенаучных методов, – условие успешного обучения. Письменные и звучащие образцы лекторского мастерства имеют разный дидактический потенциал. Задача педагога – внимательно подходить к отбору текстов и использовать их дидактический потенциал в полном объеме.

Ключевые слова: академическая риторика; педагогическая риторика; лекторское мастерство; лекция как риторический жанр; дидактический потенциал текста.

Fesenko Olga Petrovna

doctor of Philology, associate Professor,

Professor of the Russian language Department of

the Omsk armored vehicle engineering Institute

Olga.Fesenko2015@yandex.ru

**DIDACTIC POTENTIAL OF DIFFERENT TYPES OF TEXTS
IN THE “ACADEMIC RHETORIC” CLASS FOR POSTGRADUATES**

Rhetoric teachers turn to texts, using them to form students' rhetorical competence. Taking into account the didactic potential of such texts, revealed by the use of general scientific methods, is a condition for successful learning. Written and spoken samples of lecturer's skills have different didactic potential. The task of the teacher is to approach carefully the texts selection and use their didactic potential in full.

Keywords: academic rhetoric; pedagogical rhetoric; lecturer's skills; lecture as rhetorical genre; didactic potential of text.

ВВЕДЕНИЕ

В учебных планах многих направлений подготовки магистратуры, аспирантуры и адъюнктуры можно встретить дисциплины, так или иначе связанные с развитием риторических навыков будущих специалистов. Чаще всего, учебные курсы подобной направленности называются педагогической или академической риторикой. В современной риторической науке можно отметить как минимум три основных подхода к трактовке термина «академическое красноречие / академическая риторика». Первый (узкий) связан с пониманием академической риторики как лекторского мастерства: академическая риторика – это риторика высшей школы (лекторское красноречие), один из самых древних родов красноречия, родившийся еще в эпоху античности [Лешутина 2015, с. 179]; это раздел частной риторики, в рамках которого изучается «теория и практика образцовой лекторской речи в высшей школе» [Аннушкин 2014, с. 24]. Некоторые исследователи не включают в академическое красноречие в таком узком понимании лекции лауреатские и просветительские, а также – презентации исследования [Лихачев 2018]. Кроме того, под академическим красноречием понимают вид или жанр педагогического общения, которое может проходить не только в форме монолога, но и диалога (семинар, коллоквиум); а также «теорию и практику эффективного речевого взаимодействия преподавателя вуза с обучающимся, направленное на формирование у последнего компетенций, предусмотренных образовательной программой» [Копнина 2016, с. 57]. Часть исследователей предлагает исключить диалоговые формы взаимодействия из области академического красноречия, обособляя их под термином «дискуссионное красноречие» и включая в него реферативные доклады, итоговые выступления, проблемные сообщения и т. д. [Лихачев 2018].

Второй подход обусловлен пониманием академической риторики как теории и практики научной речи: академическое красноречие – это речевое мастерство в научной сфере, способствующее выработке научного мировоззрения и творческого мышления [Матвеева 2010, с. 310].

В нашем понимании, академическая риторика – это ораторское мастерство, «отличающееся глубокой аргументированностью, высокой

логической культурой, специфической терминологией» [Культура русской речи 1999], используемое в рамках академического дискурса, включающего в себя ситуации научной (речь на защите ВКР, диссертации, выступление оппонента, выступление научного руководителя, выступление в форме доклада или сообщения на научных мероприятиях, благодарственная речь после защиты научной работы и т. д.) и научно-педагогической коммуникации в высшей школе (лекции, семинары, коллоквиумы) [Зубкова 2010].

Дисциплина «Академическая риторика» на современном этапе развития высшего военного образования изучается адъюнктами, основная задача которых – активно развиваться в научном и педагогическом направлениях. Именно поэтому цели освоения академической риторики двунаправлены (хотя и тесно связаны между собой). С одной стороны, она призвана сформировать у офицеров способности продуктивно взаимодействовать с обучающимися на лекционных, семинарских и практических занятиях. С другой – адъюнктам предстоит создавать текст серьезной научной работы и защищать свои идеи публично, поэтому навык владения научным стилем речи во всех его разновидностях и жанрах весьма значим для будущей профессиональной деятельности военных ученых и педагогов. В связи с этим цель нашего исследования – проанализировать дидактический потенциал текстов (и письменных, и звучащих), использование которых должно способствовать формированию у военных педагогов коммуникативной компетенции в научной и учебной сферах.

Изучение дидактического потенциала текстов – не ново в рамках языковых курсов. В Российской электронной библиотеке представлено 142 исследования на эту тему [Российская электронная библиотека URL]. Однако надо понимать, что дискурс (в широком смысле этого термина), в том числе педагогический, постоянно обновляется, изменяется. Изменяются и сами тексты. Сегодня на занятиях по академической риторике педагоги активно прибегают не только к текстам печатным, но и к звучащим. Их качественный отбор и профессиональный анализ позволит максимально оптимизировать процесс обучения академической риторике.

Академическая риторика как учебная дисциплина в программе адъюнктуры

Дисциплина «Академическая риторика» изучается адъюнктами в течение двух первых семестров обучения. Как известно, процесс формирования риторической и коммуникативной компетенций проходит несколько этапов: получение знаний, их применение для анализа статичного (письменного) текста, затем – на основе записанного и воспроизведённого звучащего текста и, наконец, создание собственного риторического продукта. Именно поэтому в программу академической риторики Омского автобронетанкового инженерного института включены лекции (их немного – 8 из 54 аудиторных часов) и практические занятия (46 аудиторных часов).

Теоретический блок дисциплины достаточно полно представлен в учебниках, которые активно издаются в современной России (39 наименований [Официальный сайт Российской государственной библиотеки URL]). Вопросы вызывает материал, предназначенный для использования на практических занятиях – это тексты. Основным жанром академической риторики является лекция. Составление и чтение лекции требует от начинающего педагога огромных усилий. Поэтому для практических занятий, направленных на освоение создания и представления лекции, требуются качественные примеры, гармонично вписывающиеся в традиции российской академической школы красноречия. Именно тексты – тот дидактический элемент, без которого невозможно осваивать риторику.

Материалом нашего исследования стали изданные тексты лекций ведущих российских педагогов разных времен и наиболее популярные образовательные интернет-ресурсы, контент которых содержит лекции.

При разработке исследования применялись общенаучные методы (анализ, синтез, обобщение, сопоставление), метод статистического подсчёта.

Дидактический потенциал текстов лекций российских педагогов

Тексты лекций ведущих педагогов России, прославившихся своими ораторскими способностями в разные эпохи, чаще издавались в период существования Советского Союза (М. В. Ломоносов «Краткое

руководство к красноречию», М. М. Сперанский «Правила высшего красноречия», Н. Ф. Кошанский «Общая риторика» и «Частная риторика», И. Рижский «Опыт риторики», А. А. Ухтомский «О знаниях», С. С. Юдин «О точности литературных передач» и «Источники и психология творчества», «Речи профессоров Московского университета» под ред. С. П. Шевырёва, И. И. Давыдов «Чтения о словесности» и т. д.).

К сожалению, переиздаются они не активно и большинство работ еще не оцифровано, поэтому педагогу при подготовке к учебным занятиям приходится тратить много сил не только на поиск текстов, но и на их набор и обработку.

Тем не менее дидактический потенциал лекций чрезвычайно богат. Их фундаментальность, тщательность подготовки и полнота изложения материала позволяют в полной мере осуществить анализ текста, превратив печатную лекцию в лабораторию ораторского мастерства: выявить особенности перехода от одной микротемы к другой, проанализировать виды зачинов и концовок, определить их назначение, отследить особенности проявления учебной мотивации, использования фигур речи и тропов, приемов аргументации и т. д. Достаточно обратиться к некоторым образцам академической риторики, чтобы на практике убедиться в возможности всестороннего текстового анализа. Яркое тому доказательство – лекция А. А. Ухтомского «О знаниях». Не приводя текст в полном объеме, процитируем начало: «Волны молодежи приходят с разных концов в университет на смену предшественникам. Какой мощный ветер гонит сюда эти волны, мы начинаем понимать, вспоминая о горестях и лишениях, которые приходилось испытывать, пробивая преграды к этим заветным стенам. С силой инстинкта устремляется молодежь сюда. Инстинкт этот – стремление знать, знать все больше и глубже. Силу эту приходится назвать инстинктом потому, что она поистине владеет нами, не считаясь с нашими частными побуждениями, маленькими личными удовольствиями и страхами. И если искать для этой силы достойного носителя, то это народ. Подчиняясь инстинктивному устремлению к знанию, мы делаем историческое дело народа, которому принадлежим». В контексте яркие примеры использования эпитетов (*мощный ветер, заветные*

стены), метафор (волны молодежи, ветер гонит волны), метод включения в аудиторию (мы понимаем, наши убеждения), эмоционально окрашенная лексика (горести и лишения), лексически повтор (инстинкт), стык (стремление знать, знать...), инверсия (С силой инстинкта устремляется молодежь сюда; инстинкт этот...). Поражает способность лектора четко и образно сформулировать цель и призвание тех, кто приходит учиться (мы делаем историческое дело народа, которому принадлежим).

Разнообразие изданного наследия позволяет продемонстрировать адъюнктам очень важный момент: талант оратора не зависит от специфики его научной деятельности. Прекрасными лекторами были и историки, и биологи, и математики... Поэтому у военных педагогов есть все шансы стать талантливыми ораторами.

Пожалуй, к числу немногих, но значимых недостатков письменных текстов лекций можно отнести невозможность анализа невербалики лектора и особенностей его взаимодействия с аудиторией. Именно поэтому на занятиях по академической риторике необходимо использовать видео материалы.

Особенности видео лекций и их дидактический потенциал

Если говорить о видео отрывках лекционных занятий, то при их использовании возникает много сложностей. На первый взгляд может показаться, что интернет наполнен различными записями лекций. Сегодня разработаны специальные сайты с лекционными видео ресурсами. Перечислим лишь самые популярные: «Лекториум» (<https://www.lektorium.tv/mooc>), «TED» (<https://www.ted.com/>), «Arzamas» (arzamas.academy), «Khan Academy» (khanacademy.org), «Курилка Гутенберга» (ru.coursera.org), «Academic Earth» (academicearth.org), «Education» (vk.com/educationgo), «ПостНаука» (postnauka.ru). Недавно создана национальная платформа «Открытое образование», на которой также выставлены лекции ведущих педагогов разных вузов России. (openedu.ru). При качественном анализе выставленных материалов выявляются особенности, без учета которых использование ресурсов названных порталов на занятии по академической риторике оказывается затруднительным:

1. Большинство предлагаемых пользователям лекций имеет сокращенный формат, представляя собой десяти-двадцатиминутные фильмы по отдельным вопросам учебных дисциплин. С одной стороны, это очень удобно в дидактическом аспекте, поскольку короткое видео легче использовать в качестве материала для анализа на занятии по академическому красноречию. Короткий фрагмент позволяет проанализировать использование приемов привлечения внимания, систему аргументации, средства выразительности, проявление невербалики и паралингвистики лектора. С другой – полноценную лекцию с введением, общими выводами, переходами от одного вопроса к другому найти очень сложно. В большинстве своем это образцы зарубежного лекторского мастерства, традиции которого существенно отличаются от российских.

2. Формат коротких видео лекций – это «постановочное» лекционное занятие, а не «живое», разворачивающееся в учебной аудитории. Поэтому при использовании интернет-материалов подобного рода нет возможности проанализировать особенности работы лектора со слушателями. А это важный аспект успешного оратора. Записи полуторачасовых лекций в интернете практически отсутствуют, что обусловлено спецификой запроса пользователей и особенностями самих сайтов. Те примеры, которые размещены в сети, в большинстве своем – любительская запись, сделанная на камеру смартфона. Надо признать, что в силу небольшого объема аудиторных часов у педагога нет возможности в полном объеме анализировать полуторачасовые лекции. Это значит, что полноценные вузовские лекции можно найти только в стенах собственного учебного заведения. Преподаватель в этой ситуации становится образцом для подражания, поэтому его ораторское мастерство не должно вызывать сомнений у обучающихся.

3. Значительная часть видео материалов, пользующихся популярностью, это ресурсы зарубежных порталов. Как показывает анализ, лекторское мастерство педагогов Европы и США имеет свои особенности, в корне отличающиеся от лекций в отечественных вузах. Академическое красноречие Европы активно сближается с бизнес-тренингами по ораторскому мастерству, с тренингами продаж. Этот синтез проявляется на многих уровнях. В лекции начинают довлеть нетрадиционные для академической риторики элементы:

уровень языковой: преобладание публицистического и разговорного стиля над научным (эта особенность проявляется даже в титрах, которые сопровождают не переведенные на русский язык лекции);

уровень невербальный: бо́льшая свобода в поведении и внешнем облике оратора, свободное пространственное перемещение и открытость лектора слушателям, ярко выраженный позитив педагога;

формальный уровень: интригующие названия лекций, презентация с использованием портрета лектора и его имени, сцена вместо трибуны.

Для примера сравним специфику презентации двух наиболее часто посещаемых пользователями интернета порталов: «Лекториум» (Россия), «TED» (США). Оба портала предназначены для самообразования и расширения кругозора. Они не являются академическими в строгом смысле, поэтому язык лекций мы не анализируем. Он максимально прост.

Названия представленных самых популярных лекций следующие:

«TED»	«Лекториум»
– Как школы подавляют творчество	– Развитие взглядов на строение космоса
– Язык тела формирует вашу личность	– Русский язык как инструмент успешной коммуникации
– Как выдающиеся лидеры вдохновляют действовать	– Олимпиадная математика
– Сила уязвимости	– Нескучная алгебра
– Удивительный удар прозрения	– Блокчейн и криптовалюты
– Почему мы делаем то, что делаем	– Универсальные компетенции в управлении технологическими стартапами
– Загадки мотивации	– Универсальные компетенции по обеспечению личной эффективности
– Захватывающий потенциал технологии Шестого чувства	– Сквозные технологии третьей волны: фотоника и квантовые технологии
– Сила интровертов	
– Как распознать лжеца	
– Счастье помогает лучше работать	
– Подводные чудеса	
– Удивительная наука о счастье	

«TED»

- Как говорить так, чтобы люди хотели слушать
- Магия мозга
- Как превратить стресс в друга?

«Лекториум»

- Управление собой. Родители.
- Томография: увидеть невидимое

Даже при поверхностном анализе заметна разница. Американский вариант наименования лекции более ярок («Подводные чудеса»), часто содержит некоторую интригу, оксюморон, противоречие («Сила интровертов», «Сила уязвимости») или формулируется в виде вопроса («Как говорить так, чтобы люди хотели слушать»). Российские лекции в этом смысле имеют более традиционные названия с использованием терминологии и других элементов научного стиля. Необычные наименования видео материалов на сайте «Лекториум» больше исключения, чем правила («Томография: увидеть невидимое» и «Нескучная алгебра»). Другая особенность, которая отличает российские лекционные материалы от зарубежных, – наличие указания на автора риторического произведения. На сайте «TED» каждая лекция сопровождается подписью, в которой содержится имя создателя ресурса и название выступления. На отечественных сайтах такая информация в полном объеме встречается крайне редко. Обычно указывается только название лекции. Автор если и есть, то мелким шрифтом, как не самые значимые сведения о ресурсе. Создатели «Лекториума» ограничились указанием вуза, на базе которого создавался учебный материал.

Подобная разница заметна и при просмотре фотографий, представляющих «титальный лист» лекции. Сайт «TED», размещая лекции, сопровождает их краткой аннотацией, фотографией лектора (причем оратор запечатлен в процессе произнесения лекции, его лицо и фигура (обычно – верхняя часть корпуса) демонстрируют крайнюю заинтересованность). Акцент сделан на выражении лица и жестах, которые очень выразительны. Реклама лекции на «Лекториуме» – это краткая аннотация и изображение, тематически связанное с содержанием лекции.

Учитывая названные особенности, можно выбрать наиболее оптимальные примеры видео лекций, позволяющие увидеть и положи-

тельные и отрицательные стороны, проявляющиеся в процессе презентации и озвучивания учебного материала. Видео тексты показательны в плане анализа не только вербального компонента, но и внешнего облика оратора, его поведения, жестов, мимики, особенностей организации пространства на занятии и т. д.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

И печатный и звучащий текст на занятиях по академической риторике имеет огромный дидактический потенциал. Письменные тексты позволяют освоить правила составления речи и ее словесного наполнения, звучащие – учитывать невербальные средства коммуникации, поведение лектора и его взаимодействие с аудиторией (помимо текстового наполнения). Однако современные видео лекции, представленные в интернете, часто не отвечают требованиям дидактики или обладают особенностями, несвойственными для отечественных риторических традиций (если говорить о примерах европейских или американских). Эти особенности следует учитывать при обучении.

Звучащий текст ни в коей мере не должен заменять печатный на занятиях по академическому красноречию. Его назначение – расширять представление о возможностях лектора, служить материалом для критического осмысления лекторского опыта. Но надо помнить, что наиболее ярким примером лекторского красноречия остается все-таки речевой продукт самого педагога. Если преподаватель, рассказывая об образцах академического мастерства, делает это неумело, с ошибками, блекло, то его рассказ останется всего лишь рассказом. В этом случае дидактический потенциал лекции будет сведен к минимуму.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* Академическое красноречие / В. И. Аннушкин // Эффективное речевое общение (базовые компетенции). Словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. – Красноярск: СФУ, 2014. – С. 24–25.
- Зубкова Я. В.* Признак институциональности в академическом дискурсе / Я. В. Зубкова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. 2010. – Т. 2. – № 2–12. [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/download/33853738.pdf>

- Копнина Г.А.* Риторика академической сферы: о содержании раздела учебной книги «Риторика» (для магистратуры по направлению «Филология» в вузах России и Казахстана) / Г. А. Копнина, Е. В. Лукашевич // Филолого-коммуникативные исследования. – 2016. – № 3. – С. 57–73
- Культура русской речи. Учебник для вузов / Под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА М, 1999. – 560 с. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Gray/ (дата обращения: 05.09.2019)
- Лешутина И. А.* Академическая риторика: феномен и раритет / И. А. Лешутина, И. В. Данилова // Смоленский медицинский альманах. – 2015. – № 2. – С. 179–182.
- Лихачев С. А.* Разнообразие монологических жанров научного красноречия / С. В. Лихачев // Известия института педагогики и психологии образования. – 2018. – №1. – С. 74–80.
- Матвеева Т. В.* Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 562 с.
- Официальный сайт Российской государственной библиотеки (электронный каталог, поисковый элемент «педагогическое красноречие») / РГБ. М., 1999. URL: http://aleph.rsl.ru/F/89DCUD7VUTBJHDAL3D2YP2XGTLFFNTGRK23QXB862AMXDQQ1A9-12022?func=find-b&REQUEST=%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F+%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0&x=0&y=0&find_code=WRD&ADJACENT=N (дата обращения: 05.09.2019)
- Официальный сайт Российской электронной библиотеки / НЭБ. М., 2000. URL: http://elibrary.ru/query_results/asp (дата обращения: 06.09.2019)

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Akademicheskoe krasnorechie / V. I. Annushkin // Jeffektivnoe rechevoe obshhenie (bazovye kompetencii). Slovar'-spravochnik / pod red. A. P. Skovorodnikova. – Krasnojarsk: SFU, 2014. – S. 24–25.
- Zubkova Ja. V.* Priznak institucional'nosti v akademicheskom diskurse / Ja. V. Zubkova // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2. 2010. – T. 2. – № 2–12. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://elibrary.ru/download/33853738.pdf>
- Копнина Г. А.* Риторика академической сферы: о содержании раздела учебной книги «Риторика» (для магистратуры по направлению «Филология» в вузах России и Казахстана) / Г. А. Копнина, Е. В. Лукашевич // Филолого-коммуникативные исследования. – 2016. – № 3. – С. 57–73.

-
- Kul'tura ruskoy rechi. Uchebnik dlja vuzov / Podred. prof. L. K. Graudinoprof, E. N. Shirjaeva. – M.: Izdatel'skaja grupa NORMA-INFRAM, 1999. – 560 s. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Gray/ (data obrashhenija: 05.09.2019)
- Leshutina I. A. Akademicheskaja ritorika: fenomen i raritet / I. A. Leshutina, I. V. Danilova // Smolenskij medicinskij al'manah. – 2015. – № 2. – S. 179–182.
- Lihachev S. A. Raznoobrazie monologicheskikh zhanrov nauchnogo krasnorechija / S. V. Lihachev // Izvestija institute pedagogiki i psihologii obrazovanija. – 2018. – № 1. – S. 74–80.
- Matveeva T. V. Polnyj slovar' lingvisticheskikh terminov / T. V. Matveeva. – Rostov-na-Donu: Feniks, 2010. – 562 s.
- Oficial'nyj sayt Rossijskoj gosudarstvennoj biblioteki (jelektronnyj katalog, poiskovyj element «pedagogicheskoe krasnorechie») / RGB. M., 1999. URL: http://aleph.rsl.ru/F/89DCUD7VUTBJHDAL3D2YP2XGTLFFNTGRK23QXB862AMXDQQ1A9-12022?func=find-b&REQUEST=%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F+%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0&x=0&y=0&find_code=WRD&ADJACENT=N (data obrashhenija: 05.09.2019)
- Ofitsial'nyi sait Rossijskoj elektronnoj biblioteki / NEB. M., 2000. URL: http://elibrary.ru/query_results/asp (data obrashcheniya: 06.09.2019)

УДК

Хазанова Ольга Эдуардовна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры иностранных языков в школе

Московского педагогического государственного университета

olga_edwards@inbox.ru

**О ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ УЧЕБНИКА
Ю. В. РОЖДЕСТВЕНСКОГО «ТЕОРИЯ РИТОРИКИ»**

В статье представлены основные сведения о вкладе акад. РАО Ю. В. Рождественского в развитие риторики, в частности, риторики информационного общества; рассмотрено терминологическое ядро его риторической системы как оно отражено в структуре глав учебника и терминологическом указателе к «Теории риторики», составленном автором статьи; проанализированы типы дефиниций ключевых терминов и понятий в учебнике; сделана попытка выявить через систему терминов философский замысел автора теории риторики.

Ключевые слова: теория риторики, термины риторики, Ю. В. Рождественский, фактура речи, виды слова.

Khazanova Olga Eduardovna

PhD of Philology,

associate Professor of foreign languages at the school,

Moscow pedagogical state University

olga_edwards@inbox.ru

**ON THE TERMINOLOGICAL SYSTEM OF
YU. V. ROZHDESTVENSKY'S TEXTBOOK
"THEORY OF RHETORIC»**

The article provides basic information about the contribution of Acad. RAO Y. V. Rozhdestvensky in the development of rhetoric, particularly rhetoric of the information society; the terminological core of his rhetorical system as reflected in the structure of the chapters of the textbook and terminological pointer to the "Theory of rhetoric", composed by the author, analyzes the types of definitions of key terms and concepts in the textbook; an attempt is made to find out through the system of terms philosophical intent of the author of the theory of rhetoric.

Keywords: theory of rhetoric, terms of rhetoric, Yu. V. Rozhdestvensky, texture of speech, types of words.

**О трудах по риторике и риторической школе
Ю. В. Рождественского**

Юрий Владимирович Рождественский (1926–1999) – выдающийся ученый-филолог, востоковед, философ культуры, заслуженный профессор МГУ им. М. В. Ломоносова, академик РАО. Среди его книг – «Типология слова», «Очерки по истории лингвистики», «Общая филология», «Лекции по общему языкознанию», «Техника. Культура. Язык», «Введение в культуроведение», «Философия языка и учебный предмет», а также целый ряд трудов, посвященных риторике: монографии «Теория риторики» и «Принципы современной риторики» и множество статей.

Ю. В. Рождественский – создатель отечественной школы научной риторики и речевых коммуникаций. Эта школа формировалась им на филологическом факультете МГУ, где он ведал кафедрой общего и сравнительно-исторического языкознания. Рассматривая речь как основной фактор общественного управления, а правильное устроение речевых отношений в обществе как залог его благополучия и развития, Юрий Владимирович с 60-х гг. прошлого столетия начал вести спецкурсы по риторике разных видов слова: риторике научной речи, риторике устного диалога, риторике юридического диалога и т. д. В то время риторика еще не входила в университетские курсы.

В рамках школы научной риторики Ю. В. Рождественского, под его руководством в 1970–1990е гг. были защищены 13 кандидатских и 2 докторских диссертации по истории риторики (русской, английской, французской, американской), частной риторике и теории речевых коммуникаций. Юрием Владимировичем воспитаны блестящие риторы и теоретики риторики с международным именем: профессор института русского языка Владимир Иванович Аннушкин, профессор МГУ им. М. В. Ломоносова А. А. Волков, профессор МГЛУ, исследователь английской риторики и грамматики Н.Н. Германова.

Итогом риторической мысли Ю. В. Рождественского стала его книга «Теория риторики» (1997, 2004, 2015 гг.) – учебное пособие, рекомендованное Министерством образования РФ для студентов вузов, выдержавшее три переиздания.

Второе издание «Теории риторики» было старательно отредактировано профессором В. И. Аннушкиным и сопровождается замечательной по глубине анализа статьей Владимира Ивановича «Риторические труды Ю. В. Рождественского». Третье издание «Теории риторики» содержит еще один материал: предметно-именной указатель, разработанный автором этого доклада – О.Э. Хазановой, который насчитывает примерно 600 терминов, терминологических сочетаний и имен собственных. Указатель построен с привлечением тезаурусного метода.

Именно терминологическая система научного труда таит в себе ключ к пониманию философского замысла автора, который обычно бывает скрыт во время чтения текста, однако достаточно четко проступает при анализе терминов. Система терминов отличает одну философскую систему от другой, одного автора от другого, творящего в том же тематическом пространстве.

Анализ терминологического ядра и структурного принципа «теории риторики»

Анализ терминологии «Теории риторики» целесообразно начать непосредственно с заглавия. Курс называется «*Теория* риторики», что связано с определением его главных задач, обусловленных обилием текстов в информационном обществе: 1. Быстро воспринимать речь; 2. Уметь изобретать мысли и действия и облекать их в правильную форму в связи с ситуацией общения. Это значит, согласно Ю. В. Рождественскому, «уметь создавать монолог, вести диалог и управлять им, управлять системой речевых коммуникаций в пределах своей компетенции». Обе задачи должны опираться на культуру речи общества – т. е. на знание видов слова, их смысловых возможностей, их отношение к другим видам семиозиса и систематизацию культуры как целого посредством речи. Такого рода задачи требуют безусловно теоретического осмысления, отличного от обучения искусству публичной речи.

Приведенная цитата из Предисловия, написанного самим автором курса, уже содержит ядро терминосистемы, которое будет развиваться и уточняться на протяжении почти 500 страниц текста книги.

Ключевые термины предисловия дополняются и конкретизируются терминами Оглавления (см. ниже). Книга содержит четыре главы, каждая из которых распадается на ряд пунктов, а те в свою очередь на подпункты. Приведу основное содержание глав, опираясь на их пункты первого уровня:

Глава 1.

- 1.1. Становление риторики.
- 1.2. Основные сведения из истории риторики.
- 1.3. Этос. Пафос. Логос.
- 1.4. Законы речи и правила риторики.

Глава 2.

- 2.1. Теория монолога.
- 2.2. Этос и логос. Условия изобретения.
- 2.3. Логос и пафос. Источники изобретения.
- 2.4. Пафос и этос. Развитие изобретения.

Глава 3.

- 3.1. Теория диалога. Структура диалога.
- 3.2. Теория диалога. Этос.
- 3.3. Теория диалога. Пафос.
- 3.4. Теория диалога. Логос.

Глава 4.

- 4.1. Речевая структура общества.
- 4.2. Теория речевых коммуникаций. Этос.
- 4.3. Теория речевых коммуникаций. Логос.
- 4.4. Теория речевых коммуникаций. Пафос.

Из оглавления видно, что после исторической главы 1 следуют главы 2, 3 и 4, рассматривающие монолог, диалог и систему речевых коммуникаций посредством классических составляющих речи – пафоса, этоса и логоса. Оглавление также говорит о соединении двух подходов к изложению – хронологического (от античности до информационного общества) и системного (анализ форм высказываний посредством пафоса, логоса и этоса). При этом в диахронии скрыта загадка, которая будет разгадана в терминологическом указателе:

диахронический подход в тексте проявляется в риторическом анализе фактур речи, последовательно сменяющих друг друга на разных этапах развития человечества – устной, письменной, печатной, электронной, и соответствующих каждой фактуре видов слова. Основываясь на анализе терминов, философский замысел «Теории риторики» можно представить на графике (рисунок 1) следующим образом:

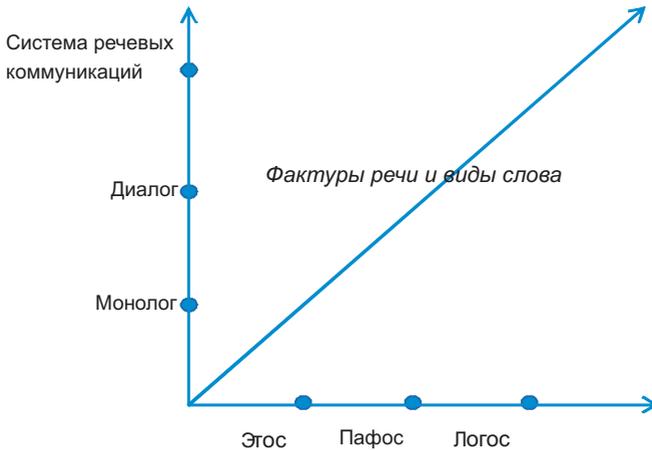


Рисунок 1. Фактуры речи и виды словесности

На графике показано, что все фактуры речи и виды словесности, созданные человечеством на протяжении его развития, рассматриваются по формам монолога, диалога и системы речевых коммуникаций, а их анализ ведется посредством категорий пафоса, логоса и этоса. Это внутренняя структура «Теории риторики» Ю. В. Рождественского.

Вернемся к оглавлению, и посмотрим, как раскрывается его терминология в тексте.

Глава 1 представляет собой анализ и синтез основной терминологии и задач риторики со времен Древней Греции и Рима и до наших дней. Новым знанием представляется сравнение античных искусств речи в западной и восточных культурах, соположение искусства речи с другими семиотическими системами – танцем, музыкой, театром.

В Главе 2 о монологе искомым является речевое *изобретение*, образующее ядро монолога. *Условия* изобретения выясняются из соединения этоса и логоса, качественно ином в разных видах слова. Соединение логоса и пафоса дает *источники* изобретения в монологе (ритм, тропы, фигуры, тон и т. д.) – то, что описывается внутренними правилами словесности. *Развитие* изобретения основано на связи пафоса и этоса, подчиняющимся внешним правилам словесности. Пафос выражается в категории образа автора высказывания (термин В.В. Виноградова). Юрий Владимирович рассматривает изобретение по эристическим и неэристическим видам словесности (*слайд*). Подробно рассмотрены примеры (как первое средство диалектической аргументации) по разным видам словесности и композиция доводов (дедуктивная и индуктивная) по разным видам словесности. Всесторонне описаны речевые эмоции: в связи с речевыми средствами их выражения (речевой контакт, тембр, интонация, динамика, речи, модальность речи) и по их соотношенности с риторическими частями речи по тексту (заглавием, обращением и т. д.).

Глава 3 о диалоге имеет иную структуру, чем предшествующие ей главы. В ней автор ступает на малоизученную почву диалогов, которые суть «социальное бытие человека» (слова самого Ю. В. Рождественского), а читатель соприсутствует автору при его исследовании. В указателе к «Теории риторики» термин «диалог» имеет следующую разветвленную структуру:

Диалог, основные характеристики и операции

Законы диалога

Изобретение в диалоге

Интенсивность диалога

Логос диалога

Пафос диалога

Правила организации диалога

Содержательность диалога

Теория диалога

Целесообразность диалога

Этос диалога

Диалоги по фактурам и видам слова

диалог гомилетический
диалог в массовой коммуникации (МИ, информатике, рекламе)
диалог в одном/разных видах словесности
диалог письменный
диалог пропагандистский
диалог сочинений (литературный диалог)
диалог устный
диалог-интервью
диалог-различие
диалог-театр
диалог-унисон
диалоги по сочетанию жанровых систем монологов

Диалоги по направленности

диалог диалектический
диалог софистический
диалог эристический

**Диалоги по предметам обсуждения
(в разных сферах деятельности)**

диалог административный
диалог-беседа

диалог властный (государственный)
диалог военный
диалог в сфере искусства
диалог деловой
диалог дипломатический
Диалог-интервью в ученых собраниях

диалог медицинский
диалог образовательный
диалог разведывательный
диалог ритуальный

диалог семейный
диалог следственный
диалог судебный

диалог управленческий
диалог финансовый

Диалоги по типам психического влияния

Каждому термину в указателе соответствует от двух до десяти упоминаний в тексте. Ю. В. Рождественский создал теорию диалога информационного общества. Законы диалога и содержательная классификация диалогов – его вклад в теорию риторики в целом.

Рассмотрим более подробно термин «законы диалога», введенный Юрием Владимировичем (*на слайдах*).

Глава 4 – здесь речевая структура общества соотнесена с системой видов и родов словесности в «Общей филологии» Ю. В. Рождественского. В трех разделах Главы 4 теория речевых коммуникаций представлена посредством категорий этоса, логоса и пафоса. Задачей теории речевых коммуникаций, согласно Ю. В. Рождественскому, является рассмотрение пафоса, этоса и логоса по всем видам словесности – так складывается типология пафоса, логоса, этоса Ю. В. Рождественского.

Рассмотрев терминологическое ядро теории риторики Ю. В. Рождественского, обратимся к описанию терминологических страт как они представлены в Указателе терминов.

Страты терминологии

1. Классические риторические термины. Они подразделяются на две группы с точки зрения подхода к их описанию. Часть терминов (например, «дилемма», «сорит») не сопровождаются дефиницией - автора. Тогда как другая часть традиционной риторической терминологии входит в терминологическое ядро учебника и уточняется на протяжении всего текста: например, термины «пафос, логос, этос».

2. Технические риторические термины, используемые авторами классических риторик (термины Аристотеля, Квинтилиана, Ломоносова) и риторических учений 20 века (например, контент-анализа, теории коммуникаций). Благодаря этому возникает диахроническая синонимизация терминологии (ср. совр. «композиция» и «расположение» у Ломоносова) и т. п. Иногда Юрий Владимирович сам прямо указывает на соответствия, напр., терминология Ломоносова коррелируется с терминами Квинтилиана (см. 1.2.8.). Присутствуют неожиданные для читателя межкультурные терминологические «столкновения», например, силлогизмов Ломоносова и понятий буддийской логики.

3. Термины, относящиеся к фактурам речи, видам и родам словесности, о чем уже говорилось выше. (Слайд: система терминов по видам и родам словесности по Указателю). Ю. В. Рождественский показывает, как на каждом этапе изобретения новой фактуры речи ведет к формированию новых видов слова, с одной стороны, и их влиянию на предшествующие виды слова, их реструктуризацию и развитие, с другой. Так подтверждается «закон сохранения фактов культуры», сформулированный Ю. В. Рождественским в другой его книге «Введение в культуроведение».

4. Термины, связанные с образованием, сложением школьной программы через риторику, античным гимнасием, средневековым образованием, школой Нового времени и информационного общества.

5. Термины морали и нравственности, этики, воспитания оратора/речедеятеля.

6. Понятия, относящиеся к стилю мысли и речи, стилеобразованию средствами риторики, стилистике.

7. Понятия, относящиеся к государственной, политической структуре общества в связи с его речевой структурой (полития, монархия, демократия, либерализм, плюрализм, связи с общественностью и т. п.).

8. Авторские терминоидные сочетания Ю. В. Рождественского, которые дефинируются в тексте и затем неоднократно повторяются. Например, «речевое событие», «массив речевых событий», «законы

диалогов», «диалог-различие/-унисон/-театр» и т. д. Выделяется ряд сочетаний с элементом «риторика как...»: они важны в теории риторики постольку, поскольку обобщают функции риторики. Например, «риторика как фактор стилеобразования» (ср. «искусство как прием» Шкловского). Страт авторских терминоподобных сочетаний образуется в связи со стратом классической терминологии риторики как его уточнение и развитие на новой стадии информационного общества.

О характере дефиниций терминов

В «Теории риторики» дефиниции новых понятий обычно посвящаются развернутый абзац. Это функциональное дефинирование по преимуществу. По мере развития текста ключевые понятия «доопределяются», выясняются их новые стороны и черты в новых контекстах. Они также синонимизируются и антонимизируются по ходу текста. Напр., о временной соотнесенности публичных речей с прошлым, настоящим и будущим говорилось на первых страницах книги – на стр.136 эта тема возобновляется в очередной раз, теперь уже в оппозиции «грамматическое время vs. риторическое время». Таким образом происходит постоянное приращение смысла терминов и понятий. Другим примером терминов, раскрытых через сопоставление, является термин «риторика»: он приводится в ряду оппозиций «риторика\грамматика» 1.3.5., «риторика\стилистика»; «риторика/грамматика» 1.3.6.

Таким образом, дефинирование осуществляется следующими способами: функциональная дефиниция; синонимизация понятия; антонимизация понятия и контекстная дефиниция. Последняя означает приращение смысла термина в новых контекстах по ходу развития текста. Смысл определяемого понятия одновременно дробится и обобщается на протяжении текста. Такой вид дефинирования применяется Ю.В. Рождественским по отношению к главным терминам и понятиям, образующим костяк его теории риторики: пафос, этос, логос, диалог, монолог, виды и роды словесности.

Дефиниция номинативного типа возникает после всех др. видов, как итог всех предшествующих дефиниций (напр., этос и пафос на с. 199).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* Послесловие. Риторические труды Ю. В. Рождественского [электронный ресурс] URL: <http://www.medcollegelib.ru/doc/ISBN9785893492620-SCN0008.html>
- Рождественский Ю. В.* Теория риторики. – М. : Добросвет, 1997. – 597 с.
- Хазанова О. Э.* Предметно-именной указатель в кн.: Ю. В. Рождественский. Теория риторик *Москва*, Флинта Наука, 2015. – 539 с.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Afterword. Rhetorical works of Yu. V. Rozhdestvensky [electronic resource] URL: <http://www.medcollegelib.ru/doc/ISBN9785893492620-SCN0008.html>
- Rozhdestvensky Yu. V.* Theory of rhetoric. – Moscow: Dobrosvet, 1997. – 597 p.
- Khazanova O. E.* Subject-name index in the book.: Yu. V. Rozhdestvensky. The theory of rhetoric, Moscow, flint Science, 2015. – 539 p.

УДК 81Р271.1

Четырина Анна Михайловна

кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка Российского государственного
педагогического университета имени А. И. Герцена
anna_chet@mail.ru

АУДИОСЛОВАРИ ПОРТАЛА ГРАМОТА.РУ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ И КУЛЬТУРЕ РЕЧИ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Предметом рассмотрения в статье являются аудиословари «Говорим правильно» и «Русский устный», размещенные на справочно-информационном портале русского языка ГРАМОТА.РУ. Данные лексикографические ресурсы представляют собой интернет-версии радиопередач, посвященных обсуждению произношения и употребления слов и словосочетаний, вызывающих трудности у русскоговорящих людей. В статье характеризуются особенности репрезентации лингвистической информации в этих необычных словарях, демонстрируются упражнения, помогающие использовать их материалы в процессе освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» в высшей школе.

Ключевые слова: аудиословарь, русский язык, культура речи, литературная норма, вариант нормы, письменный язык, устный язык

Caterina Anna Mihailovna

PhD of philology,
associate Professor of the Russian language Department,
Russian state pedagogical University named after A. I. Herzen
anna_chet@mail.ru

AUDIO DICTIONARY OF THE PORTAL LITERACY.RU IN RUSSIAN LANGUAGE AND SPEECH CULTURE CLASSES AT HIGHER SCHOOL

The subject of the article are Audioslave “Speak correctly” and “Russian oral”, placed on reference and information portal of the Russian language DIPLOMA.ROO. These lexicographic resources are Internet versions of radio programs that discuss the pronunciation and use of words and phrases that cause difficulties for Russian-speaking people. The article describes the features of the representation of linguistic information in these unusual dictionaries, demonstrates exercises that help use their materials in the process of mastering the discipline “Russian language and culture of speech” in higher education.

Keywords: audiologar, Russian language, speech culture, literary norm, variant of norm, written language, oral language

ВВЕДЕНИЕ

Определяя характер современной лексикографической практики, известные специалисты в области классификации и описания словарей В. А. Козырев и В. Д. Черняк указывают несколько направлений её развития: «осуществляются масштабные лексикографические проекты, в рамках которых создаются словари, представляющие широкие лексические массивы; расширяется круг словарей, описывающих отдельные уровни языка; активно разрабатываются словари, учитывающие широкий круг адресатов (учебные словари разной ориентации, двуязычные словари разного объёма). Создаются и принципиально новые словари, в которых воплощаются современные достижения лингвистической науки» [Козырев 2014].

Возросший в последнее время интерес носителей русского языка к словарям разных типов обусловлен не только многообразием лексикографических изданий, но и возникновением принципиально новых возможностей их использования. С помощью современных технических устройств пользователь может в удобное для себя время получить доступ к информационным ресурсам, позволяющим быстро сориентироваться в огромном «лексикографическом пространстве» и обработать данные в зависимости от поставленных задач, в том числе учебных.

Особое место в электронной образовательной среде занимают аудиословари. Под аудиословарём понимается «mp3-файл с набором озвученных слов и фраз записей загруженного в редактор pdb-словаря. Это звуковые последовательности слово-перевод, либо перевод-слово, также возможно озвучивание примера использования в поле транскрипции / комментария» [Learn Words – программа для изучения слов английского и любого другого иностранного языка URL]. Такие словари активно используются в практике изучения и преподавания иностранного языка с целью демонстрации аутентичного произношения слов и особенностей их употребления.

Аудиословари «Говорим правильно» и «Русский устный», о которых пойдет речь в данной статье, не имеют отношения к двуязычным лексикографическим изданиям. Название этих ресурсов обусловлено исключительно формой их существования. Основываясь на семантике

начальной части слова *аудиословарь*, его значение можно определить как словарь, «имеющий отношение к звукозаписи, связанный со звукозаписывающим устройством» [Современный толковый словарь русского языка URL].

Специфика репрезентации лингвистической информации в каждом из рассматриваемых аудиословарей обусловлена задачами, которые ставят перед собой авторы данных электронных ресурсов. Аудиословарь «Говорим правильно» имеет четко обозначенные культурно-речевые ориентиры, определяет нормативные и ненормативные варианты произношения и употребления слов. Аудиословарь «Русский устный» посвящен особенностям письменного и устного русского языка и связанным с ними различиям. Его задача не только пропагандировать правильную речь, но и знакомить слушателей с разнообразием русского языка в его письменной и устной разновидностях. «Русский устный» – это проект для тех, кто «желает научиться правильно употреблять слова и выражения, пользоваться словарями русского языка, узнать много нового и интересного о русской культуре, словесности, классической и современной литературе» [Аудиословарь «Русский устный» URL].

Охарактеризуем подробнее содержание каждого аудиословаря и способы работы с ними на занятиях по культуре речи в высшей школе.

Аудиословарь «Говорим правильно»

Аудиословарь «Говорим правильно» представляет собой интернет-версию радиопередачи «Словарь ударений», ежедневно выходящей на московском «Радио 7» в рамках утренней программы «Легкий завтрак». Авторы данной передачи – ведущий Рубен Акопян и главный редактор справочно-информационного портала ГРАМОТА.РУ Владимир Пахомов – обсуждают произношение и употребление слов, вызывающих значительные трудности у носителей русского языка. Каждый выпуск радиопередачи записан и размещён в виде mp3-файла на посвященной словарям странице портала ГРАМОТА.РУ. Аудиоматериалы снабжены рубрикаторм, позволяющим быстро сориентироваться в поиске интересующего слова. Запись для прослушивания

можно выбрать двумя способами: с помощью алфавитного перечня ключевых слов или обратившись к полному списку передач. Красным цветом выделено правильное ударение во всех словах перечня [Аудиословарь «Говорим правильно» URL].

Размышляя о характере взаимоотношений лексикографа и адресата словаря, В. Г. Гак пишет: «Лексикограф <...> выступает как посредник между обществом – коллективным носителем речи – и индивидуумом, который, обращаясь за справкой к словарю, как бы задаёт вопрос лексикографу. Ответы лексикографа (носителя коллективного знания) воспринимаются как более или менее обязательные предписания для читателя словаря, поскольку словарь предназначен для того, чтобы устранить расхождение между индивидуальным знанием и знанием всего коллектива» [Гак 1977].

По отношению к рассматриваемому аудиословарю такой диалог лексикографа с потенциальным пользователем словаря становится реальным. Каждый выпуск радиопередачи – это беседа обывателя со специалистом, в ходе которой сталкиваются наивные представления о произношении и употреблении того или иного слова с научно обоснованными. Материал для обсуждения выбирается на основе наиболее частотных вопросов, задаваемых справочной службе портала ГРАМОТА.РУ.

Электронный аудиословарь «Говорим правильно» включает в себя 62 файла. Каждый из них номинирован словом, которому посвящен. Произношение большинства данных слов традиционно становится предметом обсуждения на занятиях по русскому языку и культуре речи в школе и в вузе (*жалюзи, украинский, красивее, договор, торты, мизерный, подростковый, асимметрия, донельзя, откупорить* и др.). Авторы данного ресурса уделяют внимание и произношению имён собственных, в числе которых географические названия (*Мурманск, Одесса, Балашиха, Флорида, Вашингтон*), имена и фамилии людей (*Барбара, Вильям, Макбет, Пикассо, Бальмонт*), названия московских улиц (*Дербеневская, Автозаводская, Велозаводская*), аббревиатуры (*ФСБ, МКАД*).

Среди представленных выделяются 6 слов (*триста, тапка, ростись, одеть, куряне, Кемерово*), произношение которых не вызывает сом-

нений, но они входят в состав словаря и комментируются по причине связанных с ними лексико-грамматических трудностей, что может быть не менее интересно слушателям.

Несмотря на присутствие в аудиословаре только 62 файлов, количество обсуждаемых собеседниками во время эфира «трудных» слов гораздо больше. Как правило, это связано с общими орфоэпическими закономерностями целого словесного ряда. Так, например, из беседы о слове *зевота* слушатель узнаёт и об особенностях произношения похожих слов с суффиксом **-от-**, имеющих значение физического состояния: *ломота, дремота, тошнота, хрипота*. По аналогии рассматриваются слова: *ходатай – завсегдатай – глашатай – оратай; страховщик – танцовщик – регулировщик; дороговизна – дешёвизна* и др. Иногда проводятся параллели между однокоренными словами, имеющими фиксированное ударение (*украинский – Украина – украинцы; Автозаводская – Велозаводская – Электrozаводская*), или между схожими словами с ударением, например, на первом слоге (*торты, шарфы, склады*).

В процессе беседы ведущего передачи с лингвистом объём и содержание сообщаемой слушателям информации могут быть разнообразными: от констатации факта правильного произношения без каких-либо комментариев до обширных лексикографических справок. В них филолог В. Пахомов, кроме обозначения соответствующего норме произносительного варианта, поясняет значение слова и его происхождение; часто сообщает интересные факты, малоизвестные широкому кругу говорящих; анализирует причины популярности ошибочного варианта; рекомендует способы запоминания нормативного произношения.

При объяснении слов, произношение которых зависит от значения, В. Пахомов всегда приводит много примеров, демонстрирующих сочетаемость слова в каждом из значений, и чётко артикулирует ударный слог. Так, например, акцентологическая разница в словах *строчный* и *строчной* поясняется следующим образом: «*В русском языке есть прилагательные строчный и строчной, но они различаются по сочетаемости и по значению. Если, например, развёрстка телеизображения – она строчная, и объявление тоже строчное –*

состоящее из строчек, а буква строчная, шитьё строчное, пение тоже строчное...» [Строчная // Аудиословарь «Говорим правильно» URL].

Обсуждаемый на практических занятиях по культуре речи список слов для запоминания («орфоэпический минимум») показывает, как правило, только ударный слог в начальной форме слова. Авторы аудиословаря «Говорим правильно» обращают внимание и на изменчивость ударного слога в формах косвенных падежей. Этому вопросу посвящены беседы о словах *фетиш*, *петля* (в разговоре о *лассо*), *герб*, *бутик* и др.

Отметим регулярно сообщаемые слушателям этимологические справки. Они становятся обязательной частью беседы независимо от акцентологической целесообразности данного материала.

Выгодно отличают аудиословарь от других лексикографических изданий приводимые лингвистом неожиданные факты о словах. Так, слушатель узнает, например, об общем историческом корне у слов *хвоя* и *костёр*, о разнице в произношении фамилии *Пикассо* испанцами, французами и русскими; об ошибке, благодаря которой появилось название города *Одесса*, о большой древности слова *граффити*, о первоначальном значении слова *жалюзи*, означавшем «ревность» и т. п.).

Неожиданными иногда становятся и причины популярности ошибочного варианта. Приведём фрагмент беседы об ударении в слове *ненормированный*: «У лингвистов есть подозрение, почему вариант *ненорм'ированный* получил такое широкое распространение. Есть версия, что это связано с известным фильмом «Иван Васильевич меняет профессию»: «А у нас, царей, рабочий день *ненорм'ированный*...». Вероятно, такое употребление способствовало распространению варианта *ненорм'ированный*. Тем не менее это именно допустимое употребление, а строгая норма – *ненормир'ованный*» [Ненормированный // Аудиословарь «Говорим правильно» URL].

Отметим довольно удачные, на наш взгляд, способы запоминания произношения ряда слов. Классических ошибок в словах *торты* и *шарфы* можно избежать, запомнив фразы: «Долго ели *торты*, не налезли *шорты*», «А у бабы Марфы все в полоску *шарфы*». Интересен

ориентир на ударение в слове *количество* при произнесении выражения *малая толика*; связь слов *страховщик* и *танцовщик* со словом *регулирущик*; идея запоминать орфоэпическую разницу в аббревиатурах *ФБР, ФРГ, ФСБ, ФСО* по соотношению «свое – чужое»: в названиях российских организаций первый звук [эф], в других названиях – [фэ].

Безусловным достоинством данного ресурса является также постоянное погружение слушателя в широкий культурный контекст. Авторы передачи беседуют об ударениях в именах и фамилиях знаменитых людей (*Барбара, Вильям, Бальмонт, Пикассо*); вспоминают цитаты из известных эстрадных песен («*Горит и кружится планета*», «*Снег кружится, летает, летает...*», «*Ту заводскую проходную, что в люди вывела меня*»); обсуждают реплики героев советских фильмов («*Я забыла одеть своё праздничное платье*», «*А у нас, царей, рабочий день ненормированный*»), приводят стихотворные строки, помогающие запомнить нормативное ударение («*Любви все возрасты покорны*», «*Поэт по лире вдохновенной рукой рассеянной бряцал*»), пытаются предупредить возможные ошибки в названиях литературных произведений («*Леди Макбет Мценского уезда*» *Н. Лескова* и «*Макбет*» *В. Шекспира*).

Современные орфоэпические словари русского языка часто предлагают читателю довольно противоречивую информацию, что неизбежно провоцирует вопрос о предпочтительности того или иного издания. Прекрасно осознавая необходимость в пояснении такой ситуации, ведущие программы посвятили ей отдельный выпуск, который назвали «Словари». Отметим корректный и понятный комментарий, связанный с отношением говорящего к сосуществованию различных вариантов произношения слов в языке: «*Если в словаре дается несколько вариантов или разные словари дают разные варианты, фактически это означает, что варианты сосуществуют, и тогда... читатель словаря вправе выбрать какой-то вариант, который более соответствует его языковому вкусу; если словарь ему этот вариант разрешает, он вправе его выбрать. Но при этом признавать право другого носителя языка выбрать другой вариант, который более соответствует языковому вкусу того носителя языка... Словари учат*

нас не только грамотной речи, но и толерантности и взаимоуважению» [Словари // Аудиословарь «Говорим правильно» URL].

Отметим использование лингвистической терминологии, её доступное пояснение на конкретных примерах, что способствует формированию у слушателя представлений о литературном языке и строгой литературной норме, о равноправных акцентологических вариантах (*мизерный, дабы, маркетинг, кружится*), о разнице между литературным и разговорным произношением слов (*договор, ненормированный, ФБР*), о динамике нормы (*украинский, феномен, подростковый*), о связи литературной нормы и профессионального жаргона (*эксперт, возбужденный*).

Обращаясь к материалам аудиословаря «Говорим правильно», слушатели могут не только познакомиться с культурно-речевыми понятиями, но и расширить словарный запас, повысить уровень своей орфоэпической и орфографической грамотности, поднять общекультурный уровень. В основе каждого комментария лежит стремление к демонстрации системности языка, взаимосвязи разных его уровней.

Аудиословарь «Русский устный»

Аудиословарь «Русский устный» представляет собой интернет-версию одноименной передачи радиостанции «Голос России». На портале ГРАМОТА.РУ в виде mp3-файлов размещено 300 выпусков этой передачи. Аудиоматериалы снабжены рубрикаторм, позволяющим быстро сориентироваться в поиске интересующего слова. Каждый аудиофайл – это рассказ филолога о том или ином слове или словосочетании, а чаще – сразу о нескольких языковых единицах, связанных между собой семантически или исторически. Ведущей «Русского устного» является кандидат филологических наук, доцент, член редакционного совета ГРАМОТЫ.РУ Юлия Сафонова.

Название аудиословаря в соответствующих выпусках комментирует сам автор, чётко разделяя русский письменный и характерные для него признаки и русский устный (обиходный). Отметим, что состав и содержание аудиофайлов демонстрируют как русский литературный язык, так и единицы, находящиеся за его пределами, в первую очередь, жаргонизмы, широко распространенные в студенческой

среде (*впаривать, динамить, заява, стопудово, лажа, фиолетово, базарить, по барабану, приколы, колбаситься* и др.).

Большое внимание Ю. Сафонова уделяет базовым понятиям культуры речи. Из аудиофайлов «Языковая норма», «Варианты», «Живой язык», «Равноправные варианты», «Ошибки», можно узнать, как формируется языковая норма, как и кем устанавливаются её варианты, какую роль в этом процессе играют языковые привычки и предпочтения говорящих. Объектом обсуждения становится каждая литературная норма, связанные с ней общие и частные особенности. Комментируются традиционные вопросы выбора правильного орфографического и орфоэпического варианта (аудиофайлы «Компания и кампания», «Промокнуть», «Балованный», «Бронировать», «Включишь», «Симметрия», «Хаос», «Подстричься», «Поскользнуться», «Полиграфия» и др.), рассматриваются явления речевой избыточности («Плеоназм», «Масло масляное»), многозначность и омонимия, иностранные слова (*анклав, эксклав, эмигрант, иммигрант, брифинг, саммит, плагиат, пиар, фискальный* и др.) и русизмы (*перестройка, спутник*), неологизмы и историзмы, конкретные синонимы, антонимы, паронимы, а также фразеологизмы. Широко представлена и грамматическая норма: поясняются формы глаголов, разные формы имён существительных в единственном и множественном числе, склонение топонимов, грамматическое управление и т.п.

В отличие от аудиословаря «Говорим правильно» аудиословарь «Русский устный» содержит большое количество историзмов. Слушатель может узнать о происхождении и значении слов *аршин, побродяги, подворотник, белоподкладочник, викжелять, воейковствовать, полишинель, иже, ижица, дикошарный, подоплечный, рабфак* и др. Отметим, что этимологической справкой сопровождается комментарий практически всех языковых единиц словаря, независимо от степени их агнонимичности для современного носителя русского языка.

Одной из главных особенностей аудиословаря «Русский устный» является то, что в его состав входит около 200 устойчивых словосочетаний. Большинство из них активно употребляется русскоговорящими людьми в устной речи (*в ногах правды нет, всё в ажуре, вынь да положь, держать на коротком поводке, дойти до ручки*,

есть зайцем, заморить червячка, кормить завтраками, лапу сосать, как фанера над Парижем, с жиру бесится, рояль в кустах, ума палата, не надо ля-ля, на все сто и многие другие). Однако есть и не очень известные выражения (*архивны юноши, до положения риз, перловый венец, платить глазопялово, стоять глаголем, салфет вашей милости, огуречный счёт, жданки съест* и др.). Каждое выражение в словаре характеризуется с точки зрения происхождения и современного употребления.

Среди словосочетаний встречаются, на первый взгляд, довольно странные, не способные существовать в языке (*слышать запах, маргариновый учёный, бывшие люди, бывший Советский Союз, блокадный юмор*). Ю. Сафонова доступно объясняет их семантику, которая и определяет соответствие или несоответствие нормам лексической сочетаемости слов.

Интересен аудиофайл под названием «Ничего». Речь идёт о пространственном ответе русского человека на вопрос «Как дела?». В словаре поясняется, какие смыслы вкладывают русскоговорящие люди в слово *ничего* в данном контексте.

Отметим повышенное внимание автора к русскому устному ученическому и преподавательскому. В аудиословаре представлена информация о словах: *шпаргалка, оценки, отличник, хорошист, троечник, двоечник, колышник, репетитор, промокашка, альма-матер, Татьянин день*, а также много примеров слов и выражений из школьного и студенческого жаргона (*ботаник, аська, балдёж, гугол, гуглец, парить мозги, ржать, респект, прикольный* и др.).

Аудиословарь предлагает слушателям познакомиться и с правилами речевого этикета: как принято обращаться к знакомым и незнакомым лицам, называть родственников, здороваться в зависимости от времени суток при непосредственном общении с собеседником или заочно, в интернете (аудиофайлы «Приветствия», «Господа», «Мама и папа», «Обращение на *вы* и *ты*», «Супруга» и др.)

Безусловным достоинством электронного аудиословаря «Русский устный» является широкий литературный и культурный контекст, в который автор погружает слушателя в каждом выпуске, независимо от обсуждаемой темы: приводится большое количество цитат писателей, публицистов и учёных. Значительное число аудио-

файлов посвящено интересным фактам из жизни известных людей (Н. С. Ашукина, В. С. Высоцкого, А. Грина, П. П. Ершова, С. А. Есенина, Б. В. Заходера, А. И. Куприна, Ю. К. Олеси и многих других), комментируются названия популярных художественных произведений и кинофильмов («Алые паруса», «Аэлита», «Кондуит и Швамбрания», «Пиковая дама», «Доживём до понедельника», «Земля Санникова», «Молох», «Премудрый пискарь» и др.), имена их героев (аудиофайлы «Германн и Герман», «Кишот и Кихот», «Винни Пух», «Знайка и незнайка»); названия картин (аудиофайлы «Девятый вал», «Джюоконда и Джоконда»). Выделим в этом ряду аудиофайлы, посвященные знаменитым лингвистам (И. А. Бодуэну де Куртене, В. И. Далю, П. Я. Черных, О. Н. Трубачёву, Максу Фасмеру, Л. В. Щербе), а также некоторым видам словарей, значимых для осознания особенностей происхождения слова и динамики языковой нормы (аудиофайлы «Историко-этимологический словарь», «Ортологические словари», «Этимологический словарь»).

Аудиословарь «Русский устный» на широком материале демонстрирует богатство и разнообразие русского языка, способствует расширению индивидуального словарного запаса и формированию представления о литературной норме и её вариантах, знакомит слушателя с русской культурой и русской языковой картиной мира.

Аудиословари в вузовском курсе «Русский язык и культура речи»

В вузовском курсе «Русский язык и культура речи» аудиословари «Говорим правильно» и «Русский устный» можно использовать как вспомогательные ресурсы, предназначенные для самостоятельной работы студентов.

Приведем примеры упражнений, способствующих формированию культурно-речевой компетенции студентов на основе аудиословаря «Говорим правильно».

1. Прослушайте материалы аудиословаря «Говорим правильно». Узнайте значение и особенности произношения конкретных слов (например, *лассо*, *граффити* и др.), добавьте их в орфоэпический минимум.

2. Прослушайте файлы «Языковой», «Жалюзи», «Завсегда́тай». Назовите факторы, влияющие на произношение слова.

3. Прослушайте файл «Флорида». Сделайте вывод о разнице в произношении заимствованных существительных собственных и нарицательных.

4. С помощью аудиословаря определите семантическую разницу в словах: *языковой* – *языковой*, *феномен* – *феномен*, *строчный* – *строчной*, *склады* – *склады*, *лавровый* – *лавровый*.

5. Прослушайте файлы «Пикассо», «Макбет», «Вильям», «Барбара». Определите причины вариантного произношения данных слов.

6. Прослушайте файл «Асимметрия». Запомните разницу в произношении и написании слов *симметрия* – *асимметрия*.

7. Прослушайте файлы «Аббревиатура» и «ФСБ». Определите особенности произношения и склонения современных аббревиатур.

8. Прослушайте файлы «Бутик», «Герба», «Фетиш». Сделайте вывод о подвижности ударения в данных словах в формах косвенных падежей.

Приведем примеры упражнений, способствующих формированию культурно-речевой компетенции студентов на основе аудиословаря «Русский устный».

1. Прослушайте файл «Масло масляное» и определите, является ли ошибочным словосочетание «самый оптимальный».

2. Прослушайте файл «Юбилей и годовщина». Чем годовщина отличается от юбилея?

3. Прослушайте файлы «Слышать запах», «Бывшие люди», «Маргариновый учёный». Сделайте вывод о возможности употребления этих словосочетаний в грамотной речи.

4. Определите на основе материалов аудиословаря «Русский устный» значения историзмов *полишинель*, *побродяги*, *подоплечный*, *викжелять*. Какие синонимы можно подобрать к каждому из слов?

5. Почему русские люди, говоря о выгодной покупке, используют выражение «дешево и сердито»? (слушайте файл «Дорогой и дешёвый»).

Подобные упражнения с разной степенью конкретизации можно разработать по каждой литературной норме с целью освоения нового или закрепления изученного материала. Ресурсы аудиословаря «Рус-

ский устный» позволяют составить разнообразные задания, связанные со стилистической дифференциацией лексики, с анализом конкретных примеров книжных, нейтральных и разговорных слов и словосочетаний.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Создатели словарей стремятся к постоянному обновлению «лексикографического пространства», отвечая тем самым на новые вопросы, возникающие у пользователей словаря, предлагая им новые формы взаимодействия. Аудиословарь «Говорим правильно» в форме диалога с лингвистом популяризирует сведения о русском языке, призывает толерантно относиться к языковой вариативности, пропагандирует взаимоуважение участников коммуникации. Аудиословарь «Русский устный» знакомит слушателей с разнообразием русского языка в его устной и письменной разновидностях, формирует представление о русской культуре и русском речевом этикете, дает ответы на сложные культурно-речевые вопросы.

Очевидные преимущества рассматриваемых лексикографических ресурсов делают их достойными внимания широкой аудитории, а также хорошими инструментами для формирования культурно-речевой компетенции студентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аудиословарь «Говорим правильно» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/slovari/radiogovorim/>. – Дата доступа: 17.11.2019.
- Аудиословарь «Русский устный» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/slovari/radiosafonova/>. – Дата доступа: 25.11.2019.
- Гак В. Г. О некоторых закономерностях развития лексикографии (учебная и общая лексикография в историческом аспекте) / В. Г. Гак // Актуальные проблемы учебной лексикографии / Сост. В. А. Редькин. – М.: Русский язык, 1977. С. 11–27.
- Козырев В. А. Лексикография русского языка: век нынешний и век минувший: монография / В. А. Козырев, В. Д. Черняк. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2014. – 571 с.
- Ненормированный // Аудиословарь «Говорим правильно» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://files.gramota.ru/radiogovorim/017_Govorim_Nenormirovannii.MP3. – Дата доступа: 19.11.2019.

- Словари // Аудиословарь «Говорим правильно» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://files.gramota.ru/radiogovorim/045_Govorim_Razlichnye_Slovari.MP3. – Дата доступа: 27.11.2019.
- Современный толковый словарь русского языка / Под ред. Т.Ф. Ефремовой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/272514/аудио>. – Дата доступа: 15.11.2019.
- Строчная // Аудиословарь «Говорим правильно» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://files.gramota.ru/radiogovorim/053_Govorim_Strochnaya_Bukva.MP3. – Дата доступа: 19.11.2019.
- Learn Words – программа для изучения слов английского и любого другого иностранного языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.learnwords.ru/audiodict.html>. – Дата доступа: 15.11.2019.

REFERENCES

- Audioslovar' «Govorim pravil'no» [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://gramota.ru/slovari/radiogovorim/>. – Data dostupa: 17.11.2019.
- Audioslovar' «Russkij ustnyj» [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://gramota.ru/slovari/radiosafonova/>. – Data dostupa: 25.11.2019.
- Gak V. G. O nekotoryh zakonomernostjah razvitija leksikografii (uchebnaja i obshhaja leksikografija v istoricheskom aspekte) / V.G. Gak // Aktual'nye problemy uchebnoj leksikografii / Sost. V. A. Red'kin. – M.: Russkij jazyk, 1977. S. 11–27.
- Kozyrev V. A. Leksikografija russkogo jazyka: vek nyneshnij i vek minuvshij: monografija / V. A. Kozyrev, V. D. Chernjak. – SPb.: Izd-vo RGPU im. A. I. Gercena, 2014. – 571 s.
- Nenormirovannij // Audioslovar' «Govorim pravil'no» [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://files.gramota.ru/radiogovorim/017_Govorim_Nenormirovannii.MP3. – Data dostupa: 19.11.2019.
- Slovari // Audioslovar' «Govorim pravil'no» [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://files.gramota.ru/radiogovorim/045_Govorim_Razlichnye_Slovari.MP3. – Data dostupa: 27.11.2019.
- Sovremennyj tolkovyj slovar' russkogo jazyka / Pod red. T. F. Efremovoj [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/272514/audio>. – Data dostupa: 15.11.2019.
- Strochnaja // Audioslovar' «Govorim pravil'no» [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://files.gramota.ru/radiogovorim/053_Govorim_Strochnaya_Bukva.MP3. – Data dostupa: 19.11.2019.
- Learn Words – programma dlja izuchenija slov anglijskogo i ljubogo drugogo inostrannogo jazyka [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.learnwords.ru/audiodict.html>. – Data dostupa: 15.11.2019.

УДК 37.02

Чубко Елена Викторовна

преподаватель кафедры русского языка

Тюменского высшего военного инженерного командного училища
имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова

Lewichu2016@gmail.com

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РИТОРИКА В СИСТЕМЕ ВОСПИТАНИЯ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ

В статье рассматривается военная риторика как искусство целесообразного построения речевой коммуникации военнослужащих, направленной на обеспечение решения задач военной службы. Умелая организация речи офицера позволяет, не травмируя обыденного сознания подчинённых, определяемого практической моралью, добиваться воспитывающего воздействия речи, диктуемого интересами военной службы.

Ключевые слова: военная риторика, речевое воздействие, речевая реальность, коммуникативные навыки, воспитательное воздействие.

Chubko Elena Viktorovna

teacher at the Department of Russian language,

Tyumen higher military engineering command school

named after Marshal of engineering troops A. I. Proshlyakov,

Lewichu2016@gmail.com

PROFESSIONAL RHETORIC IN THE SYSTEM EDUCATION OF MILITARY PERSONNEL

The article considers military rhetoric as the art of expedient construction of speech communication of military personnel aimed at ensuring the solution of tasks of military service. The skilful organization of the officer's speech allows, without injuring the ordinary consciousness of subordinates, determined by practical morality, to achieve the educative influence of speech, dictated by the interests of military service.

Keywords: military rhetoric, speech impact, speech reality, communication skills, educational impact.

Воинская профессия, как и большинство других, тесно связана с речью, поскольку речь – это основное средство организации и управления деятельностью личности, общества и государства. Военная риторика объединяет в себе систему правил построения речевого воздействия, понимаемых не только как чисто технические требования

к коммуникативным качествам речи: краткости, точности, силы голоса и т. п., что устанавливают, в частности, и воинские уставы, но и наиболее общих подходов к наилучшему соответствию речи требованиям воинской деятельности.

Военная риторика – это наука и искусство целесообразного построения речевой коммуникации военнослужащих, направленной на обеспечение решения задач военной службы. Главную задачу военной риторики впервые определил заведующий личной канцелярией А. В. Суворова в Итальянском и Швейцарском походах Е. Б. Фукс. Его долгое нахождение рядом с величайшим военным гением, хорошее знакомство с особенностями стиля и манеры общения полководца с войсками позволило ему замечательно кратко сформулировать, что есть военное красноречие следующим образом: «Красноречие сие есть искусство вдыхать в сердца чувство соревнования и храбрости, возбуждать к чести и славе» [1, С.4].

Авторству Е.Б. Фукса принадлежит и совершенно правильно подмеченные особенности военной речи: «Но должно признаться, что красноречие военное отличается весьма от духовного и гражданского... Нужно вообще, чтобы мысли, выбор выражений были совершенно военные. Солдатам надобно говорить языком внятным, солдатским... Солдат, чтобы сражаться с мужеством, не может быть руководим одною лишь дисциплиною. Его должна подстрекать страсть; и если её в нём нет, то должно уметь в нём её возродить... Вот тайны Александров и всех великих полководцев!» [1, С. 5].

Все без исключения великие полководцы Древней Греции и Рима были одновременно и великими военными ораторами. Первым из них был, безусловно, Александр Македонский. Можно сказать, что он был автором первой законченной системы воспитания победоносных войск, в которой военная риторика занимала одно из ведущих мест. С одной стороны, как истинный ученик Аристотеля, «Александр обладал ценным даром в немногих словах выразить то, что надо» [1, С. 61], а с другой – военная риторика полководца впервые в истории была продумана и реализована как многоуровневая система речевого воздействия, охватывавшая все категории воинской иерархии и все виды жизни и боевой деятельности войск.

Александр Македонский на военном совете страстно убеждал своих военачальников не бояться персов, а перед самым столкновением, «Александр объехал верхом весь строй, увещевая воинов мужественно держаться; с подобающим уважением он поименно обращался к своим воинам и тем из чужеземных наёмников, которые были известнее по званию и доблести. В ответ ему со всех сторон понеслись крики и требования не медлить и нападать на врага» [2]. Александр Македонский один из первых полководцев обратил внимание на обращение по имени как эффективное контактоустанавливающее средство.

Взаимное «ободрение» воинов – новое и чрезвычайно важное явление в военной риторике: распространение круга участников военных речевых коммуникаций свидетельствует о том, что солдатская масса являлась уже не только объектом речевого воздействия, но и приобрела черты субъекта такого воздействия. Активизация речевой деятельности войск всегда свидетельствует о высокой степени их боевой активности. Практически все источники сообщают, что подготовка войск к битвам включала, как правило, богослужение, обязательную исповедь и причащение воинов.

В русской военной риторике в этот период сложился своеобразный канон, которому неукоснительно следовали все князья при обращении к войскам. Подготовка войска к сражению, в соответствии с каноном, начиналась с молитвы полководца перед войсками, причем молитвы гласной и публичной. Только после этой молитвы князь мог обратиться к войску.

В отличие от западной практики подготовки войск к сражению, в древнерусском войске не наблюдалось разделения речевых функций духовенства и военного командования. Такого не было ни на Западе, ни даже в Византии. Русские князья, в отличие от западных полководцев, объединяли в своём лице функции духовных и военных ораторов. Высокую эффективность русской военной риторики в деле религиозно-нравственного воспитания и формирования морально-боевого духа войск иллюстрирует тот факт, что русские, потеряв в Куликовской битве 5/6 всего войска, не только сохранили боеспособность, но выстояли и одержали победу. Причём даже после такого

изнурительного сражения воины, собираясь к знамёнам, «шли весело, ликуя, песни пели: те пели богородичные, другие – мученические, иные же – псалмы, – все христианские песни».

Руководил армией вождь, имевший задатки национального лидера, способный понимать и учитывать на войне особенности национальной психологии, её сильные и слабые места. Например, в приказах «белого генерала» М. Д. Скобелева звучали такие слова: «Боевое наше дело будет покончено во что бы то ни стало; без... слабых энергиею мы станем ещё дружнее, ещё крепче и вновь прославим отечественные знамёна, вверенные Государем Императором нашей стальной русской выносливости, нашему русскому мужеству». Это слова принадлежат не только полководцу, но и настоящему национальному лидеру.

Особенностью военных речевых коммуникаций XIX в. стало выраженное стремление к диалогичности общения начальников и подчинённых, значение которого неизмеримо возросло с переходом к армиям, формировавшимся на основе всеобщей воинской повинности. Диалог представляет собой активную форму речевой деятельности, которая предполагает и активное, самостоятельное мышление участников диалога. Стремление лучших офицеров и генералов русской армии к диалогу с подчинёнными имело целью формирование нравственной жизненной позиции, патриотического мировоззрения, верности воинскому долгу, которые руководили бы солдатами даже в случае невозможности получения приказаний в стремительно меняющейся боевой обстановке.

Военная риторика имеет огромное значение и в современном мире. Коммуникативная компетенция характеризуется способностью осуществлять речевую деятельность в различных видах и ситуациях общения. Для этого необходимо уметь применять в речевой практике социальные, национально-культурные правила, оценки и ценности, которые определяются культурологическим знанием и нормами речевого этикета. Однако, если буквально следовать определению, это означает, что офицер даже со сформированной коммуникативной компетенцией зачастую оказывается способен лишь эффективно довести до подчинённых боевую задачу. Речевая реальность в воинском под-

разделении может быть и не слишком привлекательной. В результате нередко случаи, когда офицеры предпочитают говорить с солдатами грубым языком улицы, уповая на то, что такой «язык» более привычен для подчиненных. Вот некоторые примеры подобной речи: «Командир батареи на занятии, ..., в состоянии провести такое же на ...?! Или только, ... мне, на ..., ..., на всех, ..., орать?! Ну так чё оно не проводится, на?! Мне ..., у кого ключ, ..., взаимозаменяемость должна быть полная, ...! Сейчас будем, ... лейтенанта на ... ждать, ...!»; «Медведь, ..., в цирке, ..., на велосипеде, ..., одноколесном, ..., ездит, ..., а тут ... по 19 лет не могут ездить на танке, ...!». Ни о каком воспитании в этом случае говорить, конечно, не приходится.

Воспитательная работа офицера построена на основе идей российского государственного патриотизма, верности воинскому долгу, готовности защищать интересы Российской Федерации. В воспитательной работе со всеми категориями личного состава основными считаются работы по изучению государственных законов и стандартов, формированию у военнослужащих лучших качеств гражданина-патриота, профессионала военного дела, надёжного защитника Отечества и развитию личной ответственности за выполнение поставленных задач. Офицер / командир проводит регулярную воспитательную работу с военнослужащими. Но он не должен замыкаться в рамки общения с целью оказания исключительно эмоциональной и психологической поддержки, ограничиваться казёнными солдатскими «так точно», «никак нет» и получать в ответ на ободряющие реплики – стеснение. Общение офицера с подчинёнными должно быть прежде всего содержательно. Речевое воздействие офицера в идеале должно завершаться обсуждением услышанного. Обсуждение слов офицера означает, что его усилия не пропали даром, что он инициировал умственную и нравственную работу в сознании подчинённых, имеющую следствием выработку ими собственных убеждений, т. е. способствовал перевод внешнего воспитательного воздействия в самовоспитание. Но для этого офицеру абсолютно необходимо уметь говорить одновременно и дельно, и прочувствованно, так как в противном случае речь офицера обращается либо в сухой инструктаж, либо в дежурную псевдопатриотическую болтологию.

И то, и другое либо раздражает, либо просто пропускается подчинёнными мимо ушей. Возможно, именно такого рода «ораторство» имел в виду Наполеон, когда говорил, что «проповедей и речей о добросовестности старые солдаты не слушают, а молодые позабывают их при первом пушечном выстреле».

Планируя речевое воспитательное воздействие, офицеру следует помнить о существовании двух видов риторики, отмеченных ещё Платоном. Успех речи зависит от органичного соединения в ней практической морали и духовной этики, которые не должны быть противопоставлены друг другу. Соблюдение требований практической морали позволяет учитывать текущее состояние аудитории. Духовная этика воздействует на неё, воспитывает аудиторию на новых, востребованных моментах началах. Речь офицера перед подчинёнными, построенная только на аргументах практической морали, естественно, доступна пониманию, но она не способствует мотивации, не стимулирует стремления стать лучше, добиться большего. Так и поучительная речь, к каким бы высоким целям она не призывала, как бы отрывается от реальных условий, в которых проходит жизнь любого человека, его «бытовых» интересов и насущных потребностей. Умелая организация речи офицера позволяет, не травмируя обыденного сознания военнослужащих, добиваться воспитывающего воздействия речи, диктуемого интересами службы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аппиан Александрийский* Римская история. М. : Наука, 1998. 726 с.
- Платонов Б. Н.* Военский этикет. М., 1983. С. 54
- Преподавание общевоенных и тактических дисциплин в учебных военных центрах : учеб.-метод. пособие / Ю. Б. Байрамуков. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2010. 64 с.
- Теория и практика воспитания военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации : Учебное пособие / Под общей редакцией И. А. АLEXИНА. М. : ВУ, 2003.

REFERENCES

- Appian of Alexandria Roman history. Moscow: Nauka, 1998. 726 p.
- Platonov B. N. Military etiquette. Moscow, 1983. S. 54
- Teaching General military and tactical disciplines in military training centers: studies.-method. guide / Y. B. Bayramukov. – Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 2010. 64 p.
- Theory and practice of education of servicemen of the Armed Forces of the Russian Federation: Textbook / edited by I. A. Alekhine. Moscow: WU, 2003.

УДК 81`38:42

Шпетный Константин Иванович

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры стилистики английского языка факультета английского
языка Московского государственного лингвистического университета
kon5804@yandex.ru

ДИСКУРС ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

Предметом рассмотрения является дискурс публичной речи, история возникновения теоретико-практического интереса к данной области, ее базовые когнитивно-стилистические особенности и основные принципы владения приемами политического выступления. Наряду с ораторской речью публичная речь изучается как одна из двух устных разновидностей публицистического стиля. Целью публичного обращения как особой формы коммуникации является информирование для оказания воздействия на целевую аудиторию, изменения ее сознания и побуждения к действию. Выделяются шесть разновидностей политического публичного дискурса. Приводятся требования к подготовке и к произнесению публичной речи и параметры оценки ее успешности. Прилагается перечень литературы с образцами публичной речи.

Ключевые слова: когнитивная стилистика; публицистический стиль; дискурс; язык ораторской речи; язык публичной речи; воздействие.

Shpetny Konstantin Ivanovich

PhD of philology, associate Professor
associate Professor of the Department of English language stylistics,
faculty of English, Moscow state linguistic University
kon5804@yandex.ru

DISCOURSE OF PUBLIC SPEECH

The subject of the research is the discourse of public speech, its background and reasons for theoretical and practical interest in this field, its core cognitive-stylistic features and principles of mastery of political address. Public speech is treated as one of the two oral varieties of the publicistic style along with oratory speech. The target of public discourse is considered to be informing the audience accompanied by extracting and safeguarding impact upon it that would lead up to persuasion, imposition, inspiration, and appeal to action. Six kinds of political public discourse are singled out. Expectations for proper run-up and delivery of

the public speech are provided as well as a set of parameters for its post-evaluation. In the end one may get acquainted with a list of references for samples of public speech.

Keywords: cognitive stylistics; publicistic style; discourse; the language of oratory; the language of public speech; persuasion.

Discourse of public speech

Genuinely eloquent is one who expresses common things simply, great things highly, and mid ones moderately.

One of the greatest assets of the orator is to say not only what is needed, but to keep silent about what is not needed.

Marcus Tullius Cicero (106–43 B.C., Roman Empire)

The subject matter of the research paper is public speech, its background, core cognitive and stylistic features, and basic principles of its mastery.

There are five chief elements in public speaking as in any form of communication, often expressed as “who is saying what to whom using w ???

The message of public speaking can range from simply transmitting information, to motivating people to act, or simply telling a story. A sophisticated speaker should be able to change the emotions of the audience, not just informing it. In current times, public speaking for business and commercial events is normally done by professionals, with speakers contracted independently through representation by a speaker bureau paid on commission of 25–30%, or via other available means.

Some background

Early training in public speaking took place in ancient Egypt. The first known Greek work on oratory, written over 2000 years ago elaborated principles drawn from the practices and experience of orators in the ancient Greek city-states. In classical Greece and Rome, the main component was rhetoric (that is, composition and delivery of speeches) which was

an important skill in public and private life. Aristotle (*Old Greek* Ἀριστοτέλης 384–322 BC) and Marcus Fabius Quintilianus (35–100 AD) discussed oratory, and its subject is treated as a part of liberal arts education during the Middle Ages and Renaissance.

In this essay public speaking is viewed as an indispensable part of the science field of cognitive stylistics.

The object of linguostylistics is “the study of the nature, functions and structure of stylistic devices and expressive means, on the one hand, and the study of the functional styles, on the other”, – says Prof. I. R. Galperin in his well-known book “Stylistics” [Galperin 1981, 32].

This branch of linguistics is referred to a special domain of cognitive science which is currently termed cognitive stylistics. And it seems that linguostylistics has diachronically and synchronically stayed cognitive-oriented being ever thought over in terms of cognition. “The task of stylistics is to an extent the analysis of the whole of the communication process through linguistic methods”, – it is recognizably observed [Винокур 2015, 15].

The birth and the build-up of the basic notions of cognitive stylistics are unarguably related to the ideas offered and elaborated by J. Lakoff and M. Johnson in their book “Metaphors we live by” [Lakoff, Johnson 2008].

It is our firm belief that traditional stylistics and cognitive stylistics are closely interrelated, and it would be in order to assert that cognitive stylistics is the current advanced stage in the progress of traditional stylistics [Шпетный 2019; Джусупов 2011].

The second hypostasis of the linguostylistics is the sphere of functional styles of which we may currently distinguish as many as seven, namely:

- the language of belles-lettres,
- the language of publicistic literature,
- the language of newspapers,
- the language of scientific prose,
- the language of popular science literature,
- the language of religion,
- the language of official documents.

“A functional style of language is a system of interrelated language means which serves a definite aim in communication”, – asserts prof. I. R. Galperin [Galperin 1981, 33].

Any functional style is the bottom line in the progress of the written variety of literary language implying that there are actually two forms of speech, to be precise the written variety and the spoken variety. Each of the two has in the course of time dwelt on its own distinctive features and traits, and in some ways they may be opposing each other.

A rather attractive view upon the notion of functional styles has been recently offered by David Crystal in his book *How Language Works*, in which they are termed varieties of languages. The researcher distinguishes them in a fluent and rather loose manner testified by the corresponding subtitles in the narration and designated as “clearer forms of expression”: Expressing science, The language of medicine, Language and religion, The language of the law, The language of advertising, The language of broadcasting, Managing professional usage [Crystal 2017, 469–476].

As is seen in D. Crystal’s conception of the varieties of languages the expert does not resort to the term publicistic style, yet the publicistic style is somehow dissolved nearly in all of those he speaks of in the mentioned work.

The publicistic functional style, we presume, manifests itself as a set of substyles of which we could single out no less than three:

- the language substyle of oratory,
- the language substyle of essays,
- the language substyle of feature articles (stories) in newspapers and magazines.

We could single out two spoken options in the language style (substyle) of oratory:

- 1) **the language of oratory** *per se* representing a rather unique revelation of the particular gift from Heavens; and we could mention here as few as twelve great orators the history of mankind happens to have ever produced [Шпетный 2015; 2016];
- 2) **the language of public speech** which is rather beyond the common capacity of an individual; and in this case the inherent inborn

faculty or talent can be progressed along the methodic of quality training primarily on the basis of advanced home breeding and upgraded academic education.



Image 1 – Courtesy of available mass media

The language of public speech expects elaboration on and explication of the notions *text* and *discourse*.

Text is a major concept in the domain of stylistics. In a most general identification it reveals itself as a human thought delivered on some material repository being a correlated and coherent sequence of signs and symbols, e.g. a poetic work, a music score, or a landscape canvas.

The definition of the text provided by I.R. Galperin stays alive until today:

«Текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств, объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [Гальперин 1981, 18].

In terms of cognitive science we admittedly resort to the notion of *discourse* which is aligned with the notion of text.

Discourse turns out to be a speech act which manifests itself as a specific form of language usage [*Fr.* discourse – speech, appearance from *Latin* *discursus* – reasoning, discussion, debate, argument]. Major contribution into the discourse study has been made in recent times by Russia’s researcher E.S. Kubryakova in her well-known treatise “Language and Knowledge” [Кубрякова 2004].

Discourse / text is a pragmatic result of the development of the concept build-up, both explicitly and implicitly.

In this respect it seems quite possible to agree with the ongoing outlook presented hereby: “We take a primarily linguistic approach to the analysis of discourse. We examine how humans use language to communicate and, in particular, how addressers construct linguistic messages for addressees and how addressees work on linguistic messages in order to interpret them”, – Gillian Brown professor of English as an International Language University of Cambridge and George Yule professor of linguistics at Louisiana State University write in their book “Discourse analysis” [Brown & Yule 1983, ix].

The aggregate sum of the discourse features makes it possible to treat it as a communicative event [Van Dijk 1998] that implies communication activities such as conflict interchange, interaction among people, a business conference, a public speech, a festive occasion, a clients symposium, etc.

Discourse possesses a set of distinctive parameters. We may distinguish

- 1) discourse in a broad sense, i.e. viewed as an aggregate communicative event;
- 2) discourse in a narrow sense. i.e. a text or a conversation.

Cognitive stylistics incorporates both notions and both of the terms – *text* and *discourse* – which are closely interrelated overlapping and interchanging each other, and that is eventually dependent upon the corresponding pragmatic set-up in a communicative event.

Types of political discourse / text are quite varied ranging from a political speech (inauguration address, Parliament debate and so on) to an updated tweet post or remarks in passing on the sidelines of a world gathering [Шпетный 2015].

Public speech taken *in toto* is a variety or a genre of political discourse.

Since political discourse lies within the scope of the publicistic style it can obviously and naturally be modeled in the cognitive framework.



Image 2 – Courtesy of available mass media

The pragmatic target of the publicistic oratory is evidently persuasion, so the concept of cognitive inducement or convincing suasion appears to be the central goal of public speech.

Yet ways and means of cognitive persuasion can be dramatically different with various ethnics, and the memory of each populace contains varying value ideas and experience of community education. National self-awareness or ethnic identity as a consciousness of one's belonging to a certain ethnos is built up within the individual in the early years of his / her life. Thus the ethno-cultural component includes all the factors that reflect the total wealth of national culture, the nation's way of life, its history, language, religion, moral values, and its criteria of beauty.

The effects of the ethno-cultural component are considerably influencing the pragmatics of the public event and as a follow-up that of the public discourse.

Public speech is a specific form of open civil communication targeted at the appointed audience. Its aim is to inform the listeners accompanied by extracting and safeguarding impact upon them that would lead up to persuasion, imposition, inspiration, and appeal to action.

Public discourse can be of six kinds regarding the corresponding pragmatic:

- 1) political speech: it occurs in economy, politics, social sciences at open events;
- 2) church eloquence parlance: sermons, rites, ecumenical communication;
- 3) court speeches at trial: in defence or in charge;
- 4) academic activities filled with terminology: talks, reports, lectures, debates;
- 5) social address aimed at promoting family and community relationships: greetings, marriage festivity, funeral ceremony;
- 6) talk shows in entertainment business.



Image 3 – Courtesy of available mass media

Expectations for public address

Public speech is supposed to be:

1) from the stance of social constitution

- pragmatically oriented;
- absorbingly interesting;
- crucially useful;
- psychologically adjusted;
- time-balanced in duration;
- place-proper appointed;
- technically supported;
- directly reaching out;
- providing feedback;

2) from the outlook of general organization

- covering a concrete challenge;
- belonging to monologue or soliloquy forms of presentation;
- compositionally well-built;
- properly structured to include introduction, narration, conclusion;
- incorporating both verbal and non-verbal means of communication;
- emotionally coloured;
- carefully and assiduously prepared and pre-trained;
- technically and technologically backed up;

3) from the angle of cognitive stylistics:

- content rich;
- deeply covering the subject matter;
- information saturated – factually, conceptually, subtextually;
- truth-bound – instilling credit and confidence;
- substantiated by preciseness and accuracy;
- permeated by clarity;
- logically built-up into a coherent discourse;
- accurate in words pick-up¹;
- accessible in ear perception;
- lacking in scientific-sounding utterances, special terms, unnecessary foreign words;
- ruled by brevity of thought and presentation (no secondary digressions);
- vocabulary abundant – diversity of lexical-phraseological and grammatical and syntactical means and structures in the native and second languages²;
- expressively coloured by applying a whole range of semantico-stylistic means and devices;

¹ Typical semantic misslips are: word usage in unfitting meanings; polysemousness of words and utterances provoking ambiguity; confusion of homonyms and paronyms.

² The lexical stock of the Russian language, for example is quite impressive. “The Defining Dictionary of the Live Great Russian Language” by V. I. Dal’ contains over 200,000 vocabulary units (1880-1882); “Modern Dictionary of the Russian Language” numbers 85,000 units (1985-1988); Oxford Dictionary of English has 355,000 entries (1999–2003); Webster’s Third New International Dictionary of the English Language Unabridged contains more than 450,000 entries (1961–1993).

- pierced by distinct clearness;
- accompanied by liveliness;
- employing various intonation patterns and voice modulation techniques;
- supported by a necessary references apparatus;
- stylistically well-balanced in all verbal and nonverbal aspects coordinated.



Image 4 – Courtesy of available mass media

Paragraph styles

Of particular care for the author of a public speech is the challenge of paragraph styles. It is possible to set the following features of any paragraph using a word processor implying that any speech is primarily formed up as a written text [Seely 2013, 348]:

- the leading (the space between the lines of type),
- the left and right margins,
- the indent of the first line,
- the indent of subsequent lines,
- the position of the tabs,
- the space between the paragraph and the succeeding paragraph,
- the alignment of the lines:
 - left aligned,
 - centered,
 - right aligned,
 - justified (left and right aligned).

Application

Tips for verbal and non-verbal communication prints that should be borne in mind while practicing public address called **tenors** follow below:

- tenor of visual image;
- tenor of the speaker`s intellect (IQ);
- tenor of the audience`s intelligence (cognitive power);
- tenor of initial phrasing;
- tenor of winning-over arguments;
- tenor of *à la carte* information delivery;
- tenor of speech reservations – errors and slips of the tongue¹;
- tenor of artistry / virtuosity;
- tenor of relaxation / recreation;
- tenor of the speaker`s appearance and attire;
- tenor of an appropriate ending of the speech;
- tenor of the post delivery analysis.

Pragmatically appreciated achievements of making a successful public appearance can be summarized through the standard of check-up agents.

Check-up agents:

- one can appear before an audience fear-free;
- one can properly articulate endings of words and phrases;
- one can compose with ease presentations and self-presentations;
- one can cope with breathing;
- one can master and reveal his explicit and implicit vocality;
- one can effectively and with easiness employ the whole range of language resources;
- one can improve his native language and the language(s) of public speech²;
- one can effectively reach out;

¹ Of special interest for practicing speakers and orators may be some essential information under the heading “Commonly Asked Questions and Answers”, while making oral reports or written essays [Writing Smart 2018, 241-251].

² It would be of use for practicing speakers to realize in esteem that A. S. Pushkin`s vocabulary is estimated at more than 21 000 words and S. Yesenin`s thesaurus is 18 900 units, the vocabulary of Miguel de Cervantes Saavedra makes up around 17 000 lexical units, and William Shakespeare`s word stock amounts up to over 20 000 words.

- one can visibly influence the community;
- one can have his social status upgraded;
- one can enjoy publicly speaking before audiences.

The last yet not the least point mentioned above about the feeling of deep satisfaction upon performing one's public coming from oblivion somehow summarizes the range of tense efforts which are to terminate in obvious success on the rostrum.

Another substantial contribution into producing a successful public address may possibly be made today through the use of updated techniques.

Modern technologies

It is rather noteworthy for aspirants to get acquainted with some practical chances for promoting public speech habits: "Effective public speaking can be developed by joining a club such as Rostrum, Toastmaster International, Association of Speakers Clubs (ASC), Speaking Circles, or POWERtalk International, in which members are assigned exercises to improve their speaking skills. Members learn by observation and practice, and hone their skills by listening to constructive suggestions followed by new public speaking exercises. These include: Oratory; The use of gestures; Control of the voice (inflection), Vocabulary, register, word choice; Speaking notes, pitches; Using humour; Developing a relationship with the audience; "Show of Hands Method" (used primarily for Billboard presentations)" [Wikipedia, site *Public speech*].

New technology has also opened different forms of public speaking that are nontraditional such as TED Talks and YouTube which are conferences that are broadcast globally. Audiences are able to watch these videos for all types of purposes. Multimedia presentations can contain different video clips, sound effects, animation, laser pointers, remote control clickers and endless bullet points.

Telecommunication and videoconferencing are also popular forms of public speaking. David M. Fetterman of Stanford University wrote in his 1997 article *Videoconferencing over the Internet*: "Videoconferencing technology allows geographically disparate parties to hear and see each other usually through satellite or telephone communication systems" [Fetterman 1997].

In conclusion we could hereby offer a list of public speech samples that may become a helping hand to a social worker, an office manager, a businessman, a preacher, a career politician, an academic, or a teacher in making a proper social address to be cognitively and stylistically well built up and accurately adorned.

Samples of public speech

- Pericles' Funeral Oration of 427 BC addressing those who died during the Peloponnesian War;
- Markus Tullius Cicero. *De Re Publica* (On the Commonwealth), six books between 54 and 51 BC, and *De Legibus* (On the Laws); Niall Rudd, J. G. F. Powell (2008). *The republic and the laws*. Oxford University Press;
- Марк Туллий Цицерон. Речи. В 2 т. / Пер. В. О. Горенштейна. Отв. ред. М. Е. Грабарь-Пассек. (Серия «Литературные памятники»). – М.-Л., 1962. Т.1. 448 стр., Т.2. 400 стр. (включает перевод 27 речей);
- Jesus Christ. *The Sermon on the Mount*. The New Testament. The Gospel according to St. Matthew (Chapters 5-7);
- Apostle Paul's Messages in the New Testament;
- Виллари, Паскуале. Джироламо Савонарола и его время. – М.: АСТ: Астель, 2004. – 832 с.
- Abraham Lincoln's Gettysburg Address in 1863;
- Кони А. Ф. Судебные речи. 1868 – 1888. – СПб., 1897;
- Mahatma Gandhi's message of nonviolent resistance in India (1869–1948);
- James, Robert Rhodes, ed. *Winston S. Churchill: His Complete Speeches, 1897–1963*. Eight vols. London: Chelsea, 1974;
- Metropolitan Nicholas Yarushevitch, Christopher Andrew and Vasili Mitrokhin, *The Sword and the Shield: The Mitrokhin Archive and the Secret History of the KGB*, (1999). Page 486. Слова и речи, послания (1914–1946 гг.). Т. I. М., 1947; Слова и речи (1947–1950 гг.). Т. II. М., 1950; Слова и речи (1950–1954 гг.). Т. III. М., 1954; Слова и речи (1954–1957 гг.). Т. IV. М., 1957.

- Martin Luther King's "I Have a Dream" speech at the Washington Monument in 1963;
- Commandante Fidel Castro Rus: Castro Speech Data Base;
- The Internet site: The 35 greatest speeches in history;
- The Internet site of well-known political speeches: Main links.

REFERENCES

- Винокур Т. Г.* Закономерности стилистического использования языковых единиц. М.: Флинта; Наука, 2015. 314 с.
- Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. Издательство «Наука», Москва, 1981. 140 с.
- Джусупов Н. М.* Когнитивная стилистика: современное состояние и актуальные вопросы исследования // Вопросы когнитивной лингвистики. 2011, № 3 (028). – С. 65–76.
- Кубрякова Е. С.* Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. Языки славянской культуры. Москва, 2004. 555 с.
- Шпетный К. И.* Лингвостилистические особенности политического дискурса Сэра Уинстона Леонарда Спенсера-Черчилля. – М., ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2015. Вып. 19 (730). Языкознание и литературоведение. Стилистика в междисциплинарном аспекте. Вестник МГЛУ. – С. 78–95.
- Шпетный К. И.* Стилистические характеристики ораторского дискурса в диахронии. В 2-х частях. Часть I. Вестник МГЛУ. Языкознание и литературоведение. Дискурс как социальная деятельность: приоритеты и перспективы. Часть II. Выпуск 6 (717). – М., ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2015. – С. 672–689.
- Шпетный К. И.* Стилистические характеристики ораторского дискурса в диахронии. Часть II. Linguostylistic features of oratory discourse in diachrony. Part II. – Вестник МГЛУ. Языкознание. События в коммуникации и когниции. Events in communication and cognition. Выпуск 7 (746), 314 с. – М., ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2016. – С. 296–314.
- Шпетный К. И.* Об основаниях когнитивной стилистики. Вестник Московского государственного университета. Гуманитарные науки. Выпуск 1 (817). Москва, ФГБОУ ВО МГЛУ, 2019. – С. 370–382.
- Brown G. & Yule G.* Discourse analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. Pp. xii + 288. Journal of Linguistics. Volume 1, Issue 1. March 1985. – Pp. 241–245.

- Carnegie D.* How to Win Friends and Influence People. First published in 1956. New York: Gallery, 1998. 220 pp.
- Crystal David.* How Language Works. Penguin Books, 2007. First published 2006. 500 pp.
- Dijk van T. A.* Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998. 365 pp.
- Fetterman D.* Empowerment and Ethnographic Evaluation / Hewlett-Packard's \$15 million digital divide project (a case example). Stanford University. NAPA Bulletin 24, 2005. – pp. 71–74.
- Fetterman David.* Internet: [scribd.com>document/107049354/Public-Speaking](https://www.scribd.com/document/107049354/Public-Speaking)
- Galperin I.R.* Stylistics. Third edition. Moscow. Vysshaja Škola, 1981. 335 pp. Internet resource: etnokulturnyy-komponent-v-obrazovatelnom-protse
- Lakoff G.* and *Johnson M.* Metaphors we live by. The University of Chicago Press, Chicago, 60637 The University of Chicago Press, Ltd., London, 1980. xi + 276 pp.
- Seely John.* The Oxford Guide to Effective Writing and Speaking / Third Edition. Oxford University Press. First edition 1998. Ashford Colour POress Ltd., Gosport, Hampshire, 2013. 392 pp.
- Stubbs M.* Discourse analysis. Oxford: Basil Blackwell, 1983. Pp. xiv + 272.
- Wikipedia*, site *Public speech*.
- Writing Smart.* By the staff of the Princeton Review. Editor Colleen Day, Production Editor Liz Dacey, Production Artist Deborah A. Weber, Content Contributor Christine Lindwall. 3rd Edition. Penguin Random House Publishing Team. 2018 by TPR Education IP Holdings, LLC. 251 pp.

УДК 808.1

Штукарева Елена Борисовна

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры русского языка Российского государственного
социального университета
shtukareva@mail.ru

ПРИЕМЫ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ СОЗДАНИЯ АВТОРСКОГО ТЕКСТА У БУДУЩЕГО РЕДАКТОРА

В настоящей статье обобщен опыт преподавания речеведческих дисциплин «Технология комплексной работы с текстом» и «Языково-стилистическая правка текста» будущим редакторам, обучающимся по программе среднего профессионального образования. В качестве педагогического ответа на вызовы, продиктованные трансформациями, которые происходят сегодня в профессии редактора в контексте креативной экономики, предложены примеры заданий, нацеленных на развитие творческих, и прежде всего речевых, способностей студентов.

Ключевые слова: редактор, приемы обучения, риторические приемы, развитие речевых способностей, языковое творчество, креативная экономика.

Shtukareva Elena Borisovna

PhD of philology, associate Professor
associate Professor of the Russian language Department
of the Russian state social university
shtukareva@mail.ru

DEVELOPING FUTURE EDITOR SKILLS OF TEXT CREATION

The article summarizes the experience of teaching Speech disciplines “Technology of integrated work with text” and “Language and stylistic editing of text” to future editors studying under the secondary vocational education program. It’s a pedagogical answer to the challenges dictated by the transformations that are taking place today in the profession of an editor in the context of a creative economy. The article contains exercises at developing speech creative students’ abilities.

Keywords: editor, teaching methods, rhetorical techniques, development of speech abilities, linguistic creativity, creative economy.

Руководствуясь задачей подготовки востребованного на профессиональном рынке труда специалиста, современные государственные образовательные учреждения реализуют свои образовательные программы с учетом двух измерений – государственного (обучение должно соответствовать федеральным государственным образовательным стандартам) и рыночного (выпускник должен соответствовать ожиданиям работодателей).

Согласно ФГОС СПО, программа среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Издательское дело» нацелена на подготовку редакторов и включает в себя ряд профессиональных модулей: «Корректурa», «Редакторская подготовка изданий», «Художественно-техническое редактирование изданий», «Управление и организация деятельности производственного подразделения». Таким образом, обучение преимущественно нацелено на формирование умений работы с текстовым (корректурa и правка) и визуальным (верстка) материалом, отдельный блок дисциплин связан с управлением коллективом, бизнес-процессами и проектами.

В ходе изучения таких лингвистических дисциплин, как «Технология комплексной работы с текстом» и «Языково-стилистическая правка текста», студенты знакомятся с многогранным понятием текста, его собственно лингвистическим и прагматическими особенностями, структурными (абзац, параграф, подглавка, глава, часть и проч.) и содержательными (высказывание, межфразовое единство, сложное синтаксическое целое, фрагменты-блоки) единицами, а также с понятием композиции и приемами ее построения (дедуктивным и индуктивным), вербальными и невербальными средствами выражения значений, типами и стилями речи, законами логики, приемами вычитки, корректуры и правки. Основная часть занятий направлена на формирование практических навыков по корректуре и выявлению речевых, грамматических, стилистических, фактических и логических ошибок и их устранению – профессиональной компетенции литературного редактора, связанной с усовершенствованием чужого авторского текста.

Однако трудовая повседневность редактора в XXI в. отличается от трудовых будней его исторических предшественников. Значительное

изменение условий труда, расширение диапазона используемых предметов и средств труда, прогрессирующее усложнение информационно-коммуникационной культуры и социокультурных взаимосвязей приводят и к трансформации традиционных функциональных, личностных и институциональных составляющих ключевой издательской профессии в контексте глобальных процессов синхронизации образовательной системы, рынков труда и креативной экономики.

Согласно концепциям становления нового информационного, постиндустриального общества, заложенным в трудах Д. Бэлла, Э. Тоффлера, М. Кастелса и др. [Ишмаев 2007] на смену редактору – специалисту гуманитарной сферы – приходит сотрудник масштабной «творческой индустрии», новой формы деятельности, источником которых являются индивидуальное творчество, способности и талант, и которые лежат в основе накопления капитала и создания новых рабочих мест путем разработки и применения интеллектуальной собственности с разносторонним набором знаний, умений и навыков в широком экстерриториальном и кросскультурном пространстве взаимодействия [Creative Industries Mapping Documents 1998 URL]. Под результатом труда такого специалиста понимается не столько печатное или электронное издание, сколько интеллектуальный продукт – система или модель, объединяющая текст (или иной вид контента), авторский замысел, интерес и внимание потребителей.

В эпоху креативных индустрий происходит сближение многих профессиональных функций редактора, современная действительность просит от сегодняшнего редактора умения не только совершенствовать чужие тексты, но и создавать свои. Так, редактор интернет-портала или сайта готовит размещаемые здесь информационные сообщения, отвечает за содержание контента и его визуальное оформление.

Именно по этой причине в ходе обучения будущих редакторов свое место должны занять практикумы по развитию языкового творчества, умений создавать не только вторичные по своей природе тексты (аннотации, рефераты, конспекты) с использованием приемов свертывания информации или рерайтинга, но и собственные тексты: информационные, например, новостные сообщения, публицистиче-

ские и рекламные, маркетинговые тексты (под последними, вслед за И. А. Гусейновой, понимаем «вербализованную форму объективации рыночного мышления и сознания, а также отрегулированный механизм становления и развития жанровой системности, способствующий поддержанию взаимоотношений между предприятиями, а также предприятиями и целевым адресатом в функциональном пространстве маркетинговой коммуникации») [Гусейнова 2010].

Предлагаемые в настоящей статье задания адресованы студентам Техникума креативных индустрий имени Л. Б. Красина, обучающимся по специальности «Издательское дело», на наш взгляд, они способствуют развитию у будущих редакторов навыков языкового творчества, умению не только выявлять и оценивать риторические приемы, но и использовать их.

Созданию собственных текстов обучающимися предшествует редакторский анализ разнотипных образцовых и далеких от совершенства текстов: художественных (классических и сетевых), философско-публицистических (например, Д. С. Лихачева «Память», В. М. Пескова «Поглядим в глаза друг другу», В. В. Вересаева «Записи для себя»), новостных и рекламных, их анализ включает в себя определение читательского адреса, целевого назначения, темы и идеи произведения, его композиции и языково-стилистических особенностей, средств создания выразительности.

Завершается анализ исходных текстов творческой авторской работой.

Так, рассказ Н. А. Тэффи «Счастливая» представляет собою интересный материал для изучения композиционных особенностей текста, его героини представлены в двух временных плоскостях детства и зрелости, эффект такого переноса во времени в этом небольшом произведении подчеркивается и графически – астериски отделяют вступление и заключение рассказа, противопоставление детского и взрослого мировосприятия действительности передается восторженным описанием конки, поездки на которой с трепетом ждут маленькие сестры («*Лошади были белые и бежали скоро-скоро...*», «*кондуктор, весь в золоте, ... трубил в золотую трубу*», «*Само солнце звенело в этой трубе и вылетало из нее златозвонкими брызгами*»,

«Но когда мы будем большими и богатыми, мы будем ездить только на конке»), и той же конки из будущего, описываемую уже взрослой женщиной («Но вот, дребезжа всем своим существом, подкатила одноколячная конка. Лошадь, белая, тощая, гремела костями и щелкала болтающимися постромками о свою сухую кожу. Зловеще моталась длинная белая морда. Безнадёжно унылый кондуктор подождал, пока я влезу, и безнадёжно протрубил в медный рожок»).

Выполнив редакторский анализ этого произведения, студенты делятся своими размышлениями о счастье, среди которых встречаются и подражательные (с точки зрения композиции, замысла тексты): *«Рано. Светло. За окном уже солнце проснулось. А Петя спал в своей кровати. Он махал саблей наравне с другими офицерами, рубя французов направо и налево. «Э-ге-гей! Посторонись!» – кричал Петя своим, взбираясь на высокий превысокий холм, как вдруг он почувствовал запах блинов, который был настолько силен, что сопротивляться уже невозможно. <...> Рано. Светло. Мужчина и женщина завтракают на кухне. «Мне сегодня приснилась война с Наполеоном, представляешь?» – говорит мужчина. «А что ты?» – отвечает женщина. «Я дрался со всеми. Был в центре сражения. Все куда-то бегут, лошади скачут...» – продолжает говорить мужчина. «Знаешь, я сегодня проснулся и почувствовал детство. Будто на кухне сидят родители, и солнце зовет меня на улицу. Такое ощущение, что я... что я...» – не может закончить мужчина. «Счастлив?» – отвечает жена. «Счастлив!» – радуется Петя» (Анна Ужегова).*

В ходе изучения функционально-смысловых типов речи студентам предстоит рассмотреть ряд различных текстов-определений, построенных на логических («Лилия – это цветок Франции, ее символ (так же как береза – символ России)»). В. Моложавенко) или метафорических («Охотничья собака – это ключ от дверей, которыми закрываются от человека в природе звери и птицы») М. Пришвин) принципах. Следующая задача – написать риторическое определение музыки, а черпнуть вдохновения помогает мультипликационный фильм «Контакт» (реж. В. Тарасов, «Союзмультфильм», 1978 г.) об объединяющей силе музыки, подружившей инопланетянина с человеком, в котором не произносится ни единого слова и звучит музыка Нино Роты.

И рождаются такие метафоры: «Музыка – это кофе, аромат которого манит, а вкус меняется с каждым глотком. Музыка – это расцвет после темной ночи, такой же яркий, разный и трогательный душу. Музыка – это мост между разумом и душой, по которому бегут чувств» (А. Ужегова); «Музыка – это погружение в воду. Оно бывает резким, когда вода холодная. Она пробуждает тебя от мечтаний и ненужных сомнений. Прыжок – и все решено...» (К. Беремисова). Таким образом студенты не только учатся видеть метафору в тексте, но и учатся и создавать ее. Мы пытаемся найти ассоциативные связи и в неожиданном описании будущих профессий: «Редактор – пылесос. Литературное произведение сверкает, будто чистая комната, когда этот беспристрастный уборщик сурово, но всегда бережно и аккуратно собирает пыль и грязь из самых недоступных уголков текста в мусорный мешок. Корректор – старые английские часы. Их маятник из века в век способен выстукивать сложный ритм литературного произведения. Он не позволит стрелкам – словам и предложениям – отклоняться от него ни на секунду. Издатель – это шейкер. Ты собираешь самые свежие фрукты, соединяешь их в одной емкости, а он уже взбалтывает все вместе. Получается вкусный коктейль, который приятно пить в жаркую погоду» (Н. Чистова).

В авторский курс дисциплины «Технология комплексной работы с текстом» мы включили также изучение языковых особенностей рекламных текстов (использование лексики с положительной коннотацией, окказионализмов, каламбуров, осознанное нарушение грамматических норм, фонетических ресурсов ритма и рифмы, риторических тропов и фигур, прецедентных текстов). Особое внимание при этом уделяем лингвоэтической оценке таких текстов. Проблема редакторского анализа текстов с позиций нравственной оценки образа мира, создаваемого средствами массовой информации, поставлена О. М. Афанасьевой [Афанасьева 2001]. В морально-этической оценке нуждаются сегодня и рекламные тексты, играющие не менее заметную роль в формировании речевого поведения человека. Так, трансформация известных устойчивых выражений с негативным смыслом могут использоваться в качестве положительных характеристик:

«Мы сажаем на колеса» (реклама магазина велосипедов); «Три буквы, известные всем» (рекламный слоган газеты «Аргументы и факты»).

Результатом аналитической работы становится создание собственного рекламного текста, обязательным условием которого является отсылка к прецедентному тексту – истории о букетике фиалок в жизни Жозефины Богарне: *Приходите в «Creme et farine» / Мы действительно вам очень рады! / Приходите к нам без причин, / Ваша улыбка – наша награда. / Мы заботой вас окружим / И одарим миллионом овец. / Как всю жизнь фиалки венчали / Молодую жену Бонапарта* (фрагмент стихотворения П. Цыганковой и В. Карпенко).

Роль заголовка любого текста ярко иллюстрирует и вместе с тем создает интригу, пробуждающую интерес к изучению новой темы, сопоставление «рабочих» и окончательных названий известных художественных произведений: «Молодец баба», «Две четь» и «Анна Каренина»; «Три поры» и «Война и мир», «Пожарный» и «451 градус по Фаренгейту», «Сатана» и «Мастер и Маргарита», «Исповедь светлокожего вдовца» и «Лолита»; «Сигнальные рожки поют правду», «Звёзды против нас» и «Унесенные ветром». Следуя требованиям точности, емкости и оригинальности заголовка, студенты также пробуют свое перо: «*Винни Пух и все, все, все на ВДНХ*» (новостная заметка о книжной ярмарке); «*Трое в лодке, не считая верстальщика*», «*Ешь, молись, редактируй*», «*Есть такая профессия, ошибки ~~травят~~ исправлять*», «*Только ли три товарища?*» (рассуждение о роли редактора в современном мире); «*Сессии длиннее, ночи короче*» (сочинение об итогах учебного года); «*Поезд надежды*», «*Струной свободы разрезая облака...*», «*Страницы жизни, опаленные войной*», «*Надо*», «*Вскормленные войной*», «*С привкусом яблок*», «*Сломан, но не сломен!*», «*Подарок от врага*» (названия работ об участниках Великой Отечественной войны).

И даже выполняя, казалось бы, далекую от творчества работу – корректуру текста, можно найти способ для развития фантазии. С этой целью в качестве материала для выявления орфографических, пунктуационных ошибок и недостатков верстки используются незавершенные тексты притч («На все цвета радуги» Е. Пермяка; «Притча о лягушатах и высокой башне»), продолжение которых предлагается придумать студенту).

Полагаем, что приведенные нами примеры работы над развитием навыков языкового творчества могут быть использованы и в ходе преподавания других речеведческих дисциплин, риторики и культуры речи, адресованных разным специалистам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Афанасьева О. М.* Редакторский анализ текстов СМИ: лингвоэтический аспект // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. № 2. С. 45–53.
- Гусейнова И. А.* Коммуникативно-прагматические основания жанровой системы в маркетинговом дискурсе: автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 46 с.
- Ишмаев Г. Ш.* Концепции постиндустриального общества: опыт систематизации // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. № 17. С. 21–29.
- Creative Industries Mapping Documents 1998.* URL : www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998 (дата обращения: 24.11.2019).

REFERENCES

- Afansjeva O. M.* Redaktorskij analiz tekstov SMI: lingvoeticheskij aspekt // Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seria 10. Zhurnalistika. 2001. № 2. P. 45–53.
- Gusejnova I. A.* Kommunikativno-pragmaticheskie osnovanija zhanrovoj sistemy v merketingovom diskurse: avtoref. diss. ... d-ra filol. nauk. M., 2010. 46 p.
- Ishmaev G. Sh.* *Koncepcii postindustrialnogo obshestva: opyt sistematizacii* // Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2007. № 17. P. 21–29.
- Creative Industries Mapping Documents 1998.* URL: www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998

УДК 811.111:81'42

Щипицына Анна Александровна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры иностранных языков Кубанского государственного аграрного университета имени И.Т. Трубилина

anna.shchipitsyna@bk.ru

**ОЦЕНКА В ЗАГОЛОВКАХ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ СТАТЕЙ:
АНАЛИЗ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ
ДЖ. МАРТИНА И П. УАЙТА**

Целью работы является характеристика оценок в заголовках статей из онлайн-версий англоязычных научно-популярных журналов с использованием некоторых аспектов модели оценки Дж. Мартина и П. Уайта (*Appraisal theory*) для анализа масс-медийного дискурса.

Ключевые слова: модель оценки, эксплицитная оценка, имплицитная оценка, новости науки, заголовок, научно-популярный журнал.

Shchipitsyna Anna Alexandrovna

PhD of Philology,

associate professor of Foreign Languages, Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,

anna.shchipitsyna@bk.ru

**APPRAISAL IN HEADLINES OF POPULAR SCIENCE ARTICLES:
AN ANALYSIS APPLYING J. MARTIN AND P. WHITE'S
APPRAISAL MODEL**

Using some aspects of J. Martin and P. White's *Appraisal model* for mass media discourse analysis, the paper aims to characterise various realizations of APPRAISAL in the headlines of articles from online versions of science magazines in the English language.

Keywords: Appraisal model, inscribed appraisal, invoked appraisal, science news, headline, science magazine.

Цель работы состоит в выявлении и описании характера оценок с опорой на некоторые аспекты теории оценки Дж. Мартина и П. Уайта (*Appraisal theory* или *Appraisal model*) для анализа масс-медийного дискурса. На примере заголовков статей о новостях науки показано, как модель (*Appraisal model*) даёт возможность вскрывать оценочные

смыслы, заложенные в тексте, как на эксплицитном, так и на имплицитном уровнях.

В эпоху медиакратии (термин В. И. Аннушкина [Аннушкин 2018, с. 15] настоятельной необходимостью не только учёного, преподавателя или студента высшей школы, но и любого человека становится умение отбирать информацию и оценивать её. В этой связи представляется важным расширение спектра способов выполнения этих операций, и одним из них, как представляется, может послужить модель оценки австралийских учёных Дж. Мартина и П. Уайта [Martin, White 2005]. Модель была разработана для изучения текстов на английском языке и, по мнению некоторых исследователей, оказывает, «вероятно, самое большое влияние на исследования языка оценки» [Goddard, Taboada, Trnavac 2019, с. 2].

Материалом для работы стали заголовки статей за 2019 год из онлайн-версий англоязычных научно-популярных журналов о событиях, последовавших за сообщением о рождении близнецов в результате редактирования ДНК эмбрионов в Китае. В конце 2018 года стало известно, что китайский учёный Хэ Цзянькуй использовал технологию CRISPR для того, чтобы на свет появились дети, обладающие способностью противостоять ВИЧ. Работа была проведена с нарушением имеющегося законодательства и профессиональной этики: на момент проведения эксперимента использование человеческих эмбрионов не было разрешено для этих целей. Научное сообщество узнало об эксперименте, когда он был завершён, одновременно с массовой аудиторией, поскольку первое сообщение о нём появилось в американском научно-популярном журнале ‘MIT Technology Review’ (Regalado A. EXCLUSIVE: Chinese scientists are creating CRISPR babies // *MIT Technology Review*. 25.11.2018. URL: <https://www.technologyreview.com/s/612458/exclusive-chinese-scientists-are-creating-crispr-babies/> (дата обращения: 24.02.2019.)).

После сообщения о рождении двух девочек-близнецов в результате эксперимента в онлайн-СМИ появилось значительное количество материалов как научного, так и научно-популярного характера. Стало известно о том, что было проведено расследование, Хэ был уволен из университета, публиковались научные статьи и комментарии ученых

в связи с работой Хэ. В рамках данной статьи была поставлена задача, используя некоторые инструменты модели оценки Дж. Мартина и П. Уайта, охарактеризовать, как заголовки научно-популярных онлайн-журналов отражали события, последовавшие за объявлением об эксперименте.

Анализ показал, что заголовки изобилуют примерами отрицательной оценки действий Хэ, его эксперимента, Китая в этой связи (*здесь и далее в примерах выделение курсивом наше – Щ.А.А.*):

1. China's CRISPR babies: Read exclusive excerpts from the unseen original research

He Jiankui's manuscript shows how *he ignored ethical and scientific norms* in creating the gene-edited twins Lulu and Nana. (<https://www.technologyreview.com/s/614764/chinas-crispr-babies-read-exclusive-excerpts-he-jiankui-paper/> (дата обращения: 03.12.2019.))

2. Scientists slam Chinese CRISPR babies research after manuscript released (<https://medicalxpress.com/news/2019-12-scientists-slam-chinese-crispr-babies.html> (дата обращения: 03.12.2019.))

3. China Needs Stronger Ethical Safeguards in Biomedicine

As the country seeks to become a research powerhouse, *it must rectify worrisome practices* (<https://www.scientificamerican.com/article/china-needs-stronger-ethical-safeguards-in-biomedicine/> (дата обращения: 03.12.2019.))

4. Scientists Call for a Moratorium on Editing Inherited Genes

Amid *a controversy over gene-edited babies*, leading researchers want to *call a halt* and install a global governance process (<https://www.scientificamerican.com/article/scientists-call-for-a-moratorium-on-editing-inherited-genes> (дата обращения: 03.12.2019.))

5. China's failed gene-edited baby experiment proves we're not ready for human embryo modification (<https://theconversation.com/chinas-failed-gene-edited-baby-experiment-proves-were-not-ready-for-human-embryo-modification-128454> (дата обращения: 06.12.2019.))

6. *Gene Editing Humans: It's Not Just about Safety*

The temptation to use these technologies to “enhance” ourselves or our children, or to edit out undesirable traits, will be enormous (<https://blogs.scientificamerican.com/observations/gene-editing-humans-its-not-just-about-safety/> (дата обращения: 06.12.2019.))

В терминах модели Мартина и Уайта отрицательные оценки в основном даны объектам (*appreciation*) и действиям Хэ (*judgement*), причём оценивание объектов нередко косвенно указывает (или влечёт за собой) оценивание действий Хэ: ср. примеры 2 и 5 (подробнее об этом «эффекте матрёшки» при интерпретации оценочных смыслов см. в [Thompson 2014]).

Интересно отметить, что попытка использовать технологию CRISPR для редактирования генов взрослого человека в США оценивается положительно:

4. Doctors altered a person's genes with CRISPR for the first time in the U.S. Here's what could be next.

A woman with sickle cell anemia had her genes edited *to make normal functioning red blood cells*. (<https://www.popsoci.com/crispr-gene-editing-treatment-sickle-cell-anemia/> (дата обращения: 06.12.2019.))

События, подобные рождению девочек-близнецов в Китае, поднимают вопрос относительно их статуса: они являются фактами или медиафактами (см. определение в [Эффективная коммуникация... 2005, с. 702])? Изучение обстоятельств проведения эксперимента научной группой под руководством Хэ, возможно, позволит ответить на этот вопрос.

Учитывая, что «медиатекст создается с целью осуществления опосредованной коммуникации в системе СМИ, характеризуется выраженной прагматической направленностью, цель которой – социальная регуляция содержания образа мира» [Пищальникова 2018, с. 186], исследования дискурса СМИ с применением расширенного инструментария становятся всё более актуальными. Как показал анализ с использованием теории оценки Мартина и Уайта, на сегодняшний день заголовки в научно-популярных журналах

внедряют в сознание потребителя СМИ негативный образ китайского учёного Цзянькуя Хэ и его эксперимента с редактированием генома человека.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* Предисловие // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сб. статей XXII Международной научной конференции (30 января – 1 февраля 2019 г.) / Отв. ред. В. И. Аннушкин. – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2019. С. 14–15.
- Пищальникова В. А.* Медиатекст как компонент дискурса СМИ: сущность и функционирование // Современный дискурс-анализ. Дискурс современных массмедиа в перспективе теории, социальной практики и образования: Материалы Международной научно-практической конференции (специальный выпуск журнала). № 3 (20). Т. 1. Белгород: Политерра, 2018. С. 185–188.
- Эффективная коммуникация: история, теория, практика : слов.-справ. / [отв. ред. М. И. Панов]. М. : Олимп, 2005 (ООО Агентство КРПА Олимп). – 959, [1] с.
- Goddard C., Taboada M., Trnavac R.* The semantics of evaluational adjectives: Perspectives from Natural Semantic Metalanguage and Appraisal // Functions of Language. 2019. Vol. 26(3). URL: http://www.sfu.ca/~mtaboada/docs/publications/Goddard_Taboada_Trnavac_FoL.pdf (дата обращения: 17.03.2019).
- Martin J. R., White P. R. R.* The Language of Evaluation: Appraisal in English. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. xi, 278 p.
- Thompson G.* AFFECT and emotion, target-value mismatches, and Russian dolls: Refining the APPRAISAL model // Evaluation in context; ed. by G. Thompson, L. Alba-Juez. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2014. P. 47–66.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Preface // media Rhetoric and modern culture of communication: science-practice-training: collection of articles of the XXII International scientific conference (January 30 – February 1, 2019) / Rev. ed. – Moscow: State Institute of the Russian language. A. S. Pushkin, 2019. Pp. 14–15.

- V. A. Pishchalnikova* Media text as a component of mass media discourse: the nature and functioning of Contemporary discourse analysis. Discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education: Proceedings of the International scientific and practical conference (special issue of the journal). No. 3 (20). Vol. 1. Belgorod: Polyterra, 2018. Pp. 185–188.
- Effective communication: history, theory, practice: words.-on the right. / [Otv. edited by M. I. Panov]. Moscow: Olimp, 2005 (LLC Agency KRPA Olimp). – 959, [1] p.
- Goddard C., Taboada M., Trnavac R.* The semantics of evaluational adjectives: Perspectives from Natural Semantic Metalanguage and Appraisal // Functions of Language. 2019. Vol. 26(3). URL: http://www.sfu.ca/~mtaboada/docs/publications/Goddard_Taboada_Trnavac_FoL.pdf (дата обращения: 17.03.2019).
- Martin J. R., White P. R. R.* The Language of Evaluation: Appraisal in English. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. xi, 278 p.
- Thompson G.* AFFECT and emotion, target-value mismatches, and Russian dolls: Refining the APPRAISAL model // Evaluation in context; ed. by G. Thompson, L. Alba-Juez. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2014. P. 47–66.

УДК 808.51

Щукина Дарья Алексеевна

доктор филологических наук, профессор
заведующий кафедрой русского языка и литературы
Санкт-Петербургского горного университета
dshukina@yandex.ru

Егоренкова Наталья Андреевна

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры русского языка и литературы
Санкт-Петербургского горного университета
donkip@yandex.ru

ПЕРВЫЙ УСТАВ ГОРНОГО УНИВЕРСИТЕТА: ДИСПОЗИЦИЯ И ЭЛОКУЦИЯ

В статье представлен анализ структуры и содержания первого Устава Санкт-Петербургского горного университета (1774). На примере Устава рассмотрены композиционные особенности документа XVIII века. Особое внимание уделено характеристике посвящения как традиционного элемента научного и делового текста.

Ключевые слова: документ; Устав Горного университета; структурно-содержательный анализ документа; посвящение; языковые особенности документа.

Shchukina Daria Alekseevna

doctor of Philology, professor
head of the Department of Russian language and literature
the Saint Petersburg mining University
dshukina@yandex.ru

Yegorenkova Natalia Andreevna

PhD of philology, associate Professor
associate Professor of the Department of Russian language and literature
at the Saint Petersburg mining University
donkip@yandex.ru

THE FIRST CHARTER OF THE MINING UNIVERSITY: THE DISPOSITION AND ELOCUTION

The article presents the analysis of the structure and content of the first Charter of St. Petersburg Mining University (1774). Through the example of the Charter the compositional features of the document of the XVIII century are considered. Special attention is paid to the characteristic of dedication as a traditional element of scientific and business text.

Keywords: document; Charter of the Mining University; structural and content analysis of the document; dedication; language features of the document.

Диспозиция и элокуция являются базовыми понятиями античного риторического канона, поэтому не случайно в классических русских риториках М. В. Ломоносова и позднее И. С. Рижского они также определяются и анализируются. Так, в «Кратком руководстве к красноречию» М. В. Ломоносова диспозиция, т. е. *расположение идей в пристойном порядке*, следует за элокуцией, которая представляет собой *изобретенных идей пристойными и избранными речениями изображение* [Ломоносов 1952].

Опираясь на эту классическую традицию, считаем уместным применить данные понятия к анализу текста как научного, так и делового стиля речи. Следует отметить, что в риториках конца XVIII – первой трети XIX вв. интерес к деловому языку не столь явно выражен. Так, в риторике И. С. Рижского дана характеристика только деловых писем в ряду других [Рижский 1796, § 122–133]. У Н. Ф. Кошанского в «Частной риторике» деловым письмам и бумагам посвящена целая глава (глава X) [Кошанский 2013, с. 84–93], в которой дается классификация деловых бумаг и характеристика их языка: «Слог деловых бумаг бывает средний и почти всегда периодический» [там же, с. 169]. За подробным описанием периодического слога автор отсылает к своей «Общей риторике», где, в частности, пишет: «Периодический слог <...> показывает тихое, величественное и торжественное течение речи. Отличительные черты сего слога суть: обилие в словах, выражениях и мыслях; <...> плавность в течении речи и особенно частое употребление периодов» [там же, с. 102].

Целью данной статьи является анализ структуры (диспозиции) и языковых особенностей (элокуции) первого Устава Санкт-Петербургского горного университета (1774). Традиция источниковедческого анализа текстов прошедших веков с применением риторического инструментария заложена в работах В. И. Аннушкина, стараниями которого, например, в 2013 г. были введены в научный оборот и педагогическую практику основные филологические труды Н. Ф. Кошанского [см.: Аннушкин 2003, Кошанский 2013].

Первый Устав Горного училища (1774) был разработан на основе двух документов: Доклада Сената «Об учреждении Горного училища при Берг-коллегии» и плана его организации, представленного тайным

советником, сенатором М. Ф. Соймоновым [Устав Горнаго училища 1774]. Структура устава проста, она включает краткое введение, заключение и четыре части: О должности учителей классов (в современном понимании термин «должность» обозначает «обязанность»); Об экзаменах и выпуске студентов из Горнаго училища; О должности студентов; О должности гофмейстера (придворный чин III класса, в обязанности которого входило управление хозяйством и штатом воспитателей училища).

Введение Устава представляет собой посвящение – жанр, характерный для научной и художественной литературы XVIII века. Оно указывает на почетное подношение произведения какому-нибудь лицу, группе лиц, народу, стране, учреждению, отвлеченному понятию или памяти лица. Посвящение создавалось по определенным канонам: содержало комплиментарное обращение к почитаемой персоне, перечисление оснований посвящения; в нем обычно выражались любовь, дружба, признательность за участие в труде, помощь, советы и т. п.; завершалось посвящение традиционной для своего времени подписью автора. В российских риториках XVIII века посвящение было обязательным композиционным элементом.

Так, например, в «Кратком руководстве к красноречию» М. В. Ломоносова (1748) посвящение адресовано пресветлейшему государю, великому князю Петру Федоровичу, внуку государя императора Петра Великого: «Пресветлейший государь, великий князь, милостивейший государь! Блаженство рода человеческого коль много от слова зависит, всяк довольно усмотреть может. Собраться рассеянным народам в общежития, созидать грады, строить храмы и корабли, ополчаться против неприятеля и другие нужные, союзных сил требующие дела производить как бы возможно было, если бы они способа не имели сообщать свои мысли друг другу?» [Ломоносов 1952]. «Опыт риторики» И. С. Рижского (1796) начинается обращением к директору Горнаго училища в Санкт-Петербурге генерал-майору В. С. Попову: «Милостивый государь! Заслужить одобрение тѣхъ, которыхъ пронизательный, здравый опытный разумъ даетъ истинную цѣну всему, есть самая пріятная награда трудовъ. Но естли сіе произведение слабыхъ моихъ способностей не можетъ достигнуть толь щастливой цѣли,

по крайней мѣрѣ Ваше Превосходительство дозволите ему имѣть честь, быть торжественнымъ памятникомъ глубочайшего моего къ Особѣ Вашей почитанія и не премѣнной преданности.» [Рижский 1796]. По сравнению с современной традицией подписи документа в учебном заведении (должность и фамилия) подписи XVIII века выглядят более пространно и содержат традиционные речевые формулы. Например, посвящение в книге М. В. Ломоносова завершается словами: «в. и. в.¹ всенижайший и всеусерднейший раб Михайло Ломоносов»; в учебнике И. С. Рижского – «Вашего Превосходительства всенижайший слуга Иванъ Рижскій».

В анализируемом Уставе посвящение оформлено в традиционном стиле, однако подпись ожидаемо отсутствует, поскольку устав – жанр деловой документации и составляется коллективным автором. Обратимся к тексту введения (посвящения).

Адресат посвящения – Екатерина Вторая, основавшая в 1773 г. Горное училище в Санкт-Петербурге. Текст выдержан в высоком стиле, характерном для эпидейктических речей и содержащем высокую книжную лексику с оттенком торжественности и значительности и устойчивые речевые обороты: *всецелая отечества мать; жертвуя спокойствием своим; с удивительным благоразумием и премудростию; среди побед, величества и славы; прозорливое Ея око* и др. Текст посвящения построен по определенному плану: торжественное обращение к адресату, перечисление заслуг адресата перед отечеством, определение пользы науки для свершения государственных дел, общий план учреждения Горного училища Берг-коллегией, значение открытия Горного училища в ряду государственных дел императрицы. Так, посвящение завершается развернутой метафорой: «... усердіемъ нашимъ возвысится сей неподверженный тленію монументъ, который вѣчную принося пользу, будетъ прославлять сей день, день источникъ щастія российскаго...»² [Устав Горнаго училища 1774, с. 5].

В первой части перечислены изучаемые студентами дисциплины (называемые в документе классами) и кратко раскрыто их содержание: математический, маркшейдерский, химический, механический,

¹ в. и. в. – вашего императорского величества

² день вступления на всероссийский престол Екатерины Второй

минералогический, физический, рисовальный – всего семь классов. Так, например, в механическом классе изучались статика, гидростатика, аэростатика, механика, гидравлика, пневматика.

Во второй части определены сроки и правила сдачи экзаменов. Из текста Устава можно также узнать, что по результатам экзаменов по прошествии первых четырёх лет отбиралось до шести человек для службы в горном училище в должности шихтмейстера (воспитателя).

В третьей части говорится об обязанностях студентов усердно готовить себя «ко вступленію въ горную, заводскую и монетныхъ дворовъ службы» [там же, с. 18]. Желая обеспечить учебный процесс молодого горного училища необходимой литературой, Берг-коллегия выразила надежду на то, что студенты «въ свободные отъ классовъ часы не оставляютъ съ ревностію трудиться въ переводахъ иностранныхъ книгъ, касающихся до производства горныхъ и заводскихъ работъ» [там же].

В четвертой части обозначены обязанности гофмейстера, в частности сказано, что «первейшимъ попеченіемъ ево будетъ, чтобы ввѣренныя надзиранію ево горныя студенты въ совершенномъ покое, довольствѣ и тишинѣ опредѣленное время въ училище препровождали и отъ всякихъ пороковъ благороднымъ и честнымъ людямъ не приличествующихъ совершенно удалены были...» [там же, с. 19].

Заключение Устава выдержано в таком же торжественном стиле, который был свойственен введению. В нем сформулирована высокая миссия Горного корпуса как образовательного учреждения: «Бергъ-коллегія надѣется, что выбранные ею учителя не оставятъ исполнить съ ревностію свою должность, а учащіеся съ ихъ стороны показать въ наукахъ успехи и, употребляя ихъ къ общей пользѣ, доказать усердіе къ услугѣ отечества и къ пользѣ онаго любовь; долгъ котораго требуетъ отъ нихъ благодарность, честность, законъ и собственная ихъ самихъ польза» [там же, с. 23]. В данном фрагменте используются торжественная лексика и фразеология: *исполнить с ревностію свою должность, показать успехи, употребить к общей пользе, доказать усердие, услуга отечеству, любовь к пользе отечества, благодарность, честность, закон.*

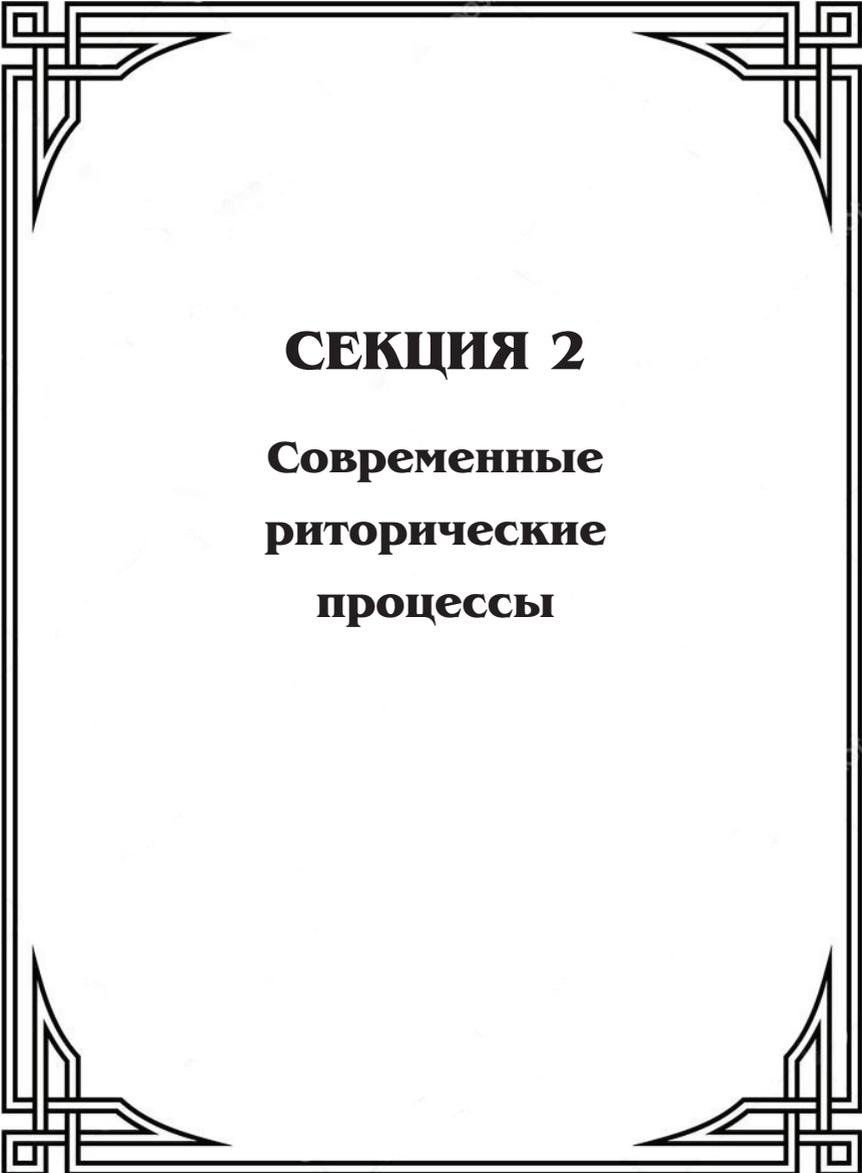
Таким образом, структурно-содержательный анализ первого Устава Санкт-Петербургского горного университета (1774) показал наличие традиционных для научных и деловых текстов XVIII века композиционных элементов. С риторической точки зрения необходимыми и уместными видятся такие части композиции, как развернутое посвящение и написанное в торжественном стиле заключение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* Русская риторика: исторический аспект. М.: Высшая школа, 2003. 397 с.
- Кошанский Н. Ф.* Риторика / В. И. Аннушкин, А. А. Волков, Л. Е. Макарова. М.: Русская панорама, Кафедра, 2013. 320 с.
- Ломоносов М. В.* Краткое руководство к красноречию // Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений. Т. 7: Труды по филологии 1739–1758 гг. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1952. С. 89–378. URL: http://az.lib.ru/l/lomonosow_m_w/text_1765_kratkoe_rukovodstvo_k_krasnorechiu.shtml
- Рижский И. С.* Опыт риторики, сочиненный и преподаваемый в Санкт-Петербургском горном училище. СПб.: При корпусе чужестранных единоверцев, 1796. 396 с.
- Устав Горнаго училища основаннаго по имянному указу е. и. в. всемило- стивейшия государыни Екатерины Второя в 28 день июня 1774 года. Санкт-Петербург. Печатано при артиллерийском и инженерном шляхет- ном кадетском корпусе типографщиком И. Н. Шнором. 1774. 22 с.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Russian rhetoric: historical aspect. Moscow: Higher school, 2003. 397 pp.
- Koshansky N. F.* Rhetoric / V. I. Annushkin, A. A. Volkov, L. E. Makarova. Moscow: Russian panorama, Department, 2013. 320 pp.
- Lomonosov M. V.* Short guide to eloquence // Lomonosov M. V. Complete works. Vol. 7: Works on Philology 1739–1758. M.; L.: Publishing house of the USSR Academy of Sciences, 1952. Pp. 89–378. URL: http://az.lib.ru/l/lomonosow_m_w/text_1765_kratkoe_rukovodstvo_k_krasnorechiu.shtml
- Rizhsky I. S.* The experience of rhetoric, composed and taught at the St. Petersburg mining school. SPb.: At the corps of foreign co-religionists, 1796. 396 s.
- The Charter of the Gornago school was founded by the name of the decree of the all-merciful Empress Catherine the Second on the 28th day of June 1774. Saint-Petersburg. Prints at the artillery and engineering gentry cadet corps of tipografica I. N. Snorm. 1774. 22 s.



СЕКЦИЯ 2

Современные риторические процессы

УДК 808.51

Боброва Светлана Владимировна

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры славянской филологии факультета русской филологии
Московского государственного областного университета
bobrova_svetlana@mail.ru

Максименко Александра Сергеевна

студентка 5 курса факультета русской филологии
Московского государственного областного университета
made.of.steel@yandex.ru

РЕЧЕВОЙ ИДЕАЛ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

В статье анализируется проблема речевой культуры людей молодого поколения и определяются границы понятия речевого идеала. Материалом исследования являются фрагменты выступлений деятелей культуры, искусства, политики, реплики и высказывания молодых людей. В качестве базиса лингвистического анализа речи используется дискурс-анализ. В результате делается вывод о том, что риторические идеалы современности полностью соответствуют культурным эталонам времени и универсальным моделям поведения людей.

Ключевые слова: дискурс; речь; речевое поведение; литературный язык; профессионализмы; сленг; жаргон.

Bobrova Svetlana Vladimirovna

PhD of pedagogical sciences, associate Professor,
associate Professor Department of Slavic Philology,
the faculty of Russian Philology of Moscow state regional University
bobrova_svetlana@mail.ru

Maksimenko Alexandra Sergeevna

the 5th year student, the faculty of Russian Philology
of Moscow state regional University
made.of.steel@yandex.ru

THE RHETORICAL IDEAL OF YOUNG GENERATION

The article analyzes the speech culture problem of people of the younger generation and defines the boundaries of the rhetorical ideal. The material of the research is speech fragments, belonging to the figures of culture, art, politics, and live speech of young people. As a basis for linguistic analysis we used discourse analysis. As a result, it is concluded that the rhetorical ideal of modernity corresponds to the cultural standards of the time and universal models of human behavior.

Keywords: discourse; speech; speech behavior; literary language; professionalism; slang; jargon.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время все чаще самыми обсуждаемыми становятся вопросы развития русского языка, сохранения в нем национальной культуры, своеобразия мировосприятия народа.

Актуальность данной работы объясняется тенденцией к разрушению границ литературной речи, проникновением в сферы книжного языка варваризмов, жаргонизмов и другой подобной лексики, а также расширением доли чуждых литературному языку элементов быденной разговорной речи. Мы наблюдаем снижение общей речевой культуры людей молодого поколения, и это явление обретает глобальный масштаб. Если раньше по речевому поведению молодого человека можно было определить социальную группу, к которой он принадлежит, то в настоящее время можно наблюдать проникновение языковых элементов сниженной лексики в речь молодежи более образованных слоев общества.

В целом речь молодых людей 18–22 лет отличает примитивизм ее словарного состава и грамматического оформления, основу лексического наполнения речи составляют профессионализмы, сленг и жаргон с обилием десемантизированных слов, используемых в качестве междометий и частиц; синтаксический рисунок речи не отличается многообразием, а отсутствие лексических и синтаксических средств связи делает ее бессвязной.

Исследованием речи молодежи занимаются многие ученые, среди них М. А. Кронгауз, Г. Г. Гусейнов, Д. С. Курбаниязова и другие.

Целью представленной работы стало выявление факторов, воздействующих на примитивность языка молодежи и выяснение речевых ориентиров молодых людей. В основу исследования положена гипотеза о том, что падение речевой культуры обусловлено деградацией представлений о риторическом образце или полное отсутствие идеалов речи. Для достижения поставленной цели были сформулированы задачи – определить границы понятия «речевой идеал», провести опрос среди молодежи, чтобы определить те особенности речи, которые они считают идеальными и выявить черты речи, воспринимаемые современным поколением как эталонные.

Материалы и методы

Материалом данного исследования послужили фрагменты выступлений деятелей культуры, искусства, политики, реплики и высказывания молодых людей в социальных сетях, записи обыденной и публичной речи.

Имплицитно в качестве базиса лингвистического анализа речи использовался герменевтический метод как один из междисциплинарных. Ведущим был выбран описательный метод, включающий в себя основные компоненты: наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию. В работе использовались каузально-генетический и структурно-семантический методы, а также метод дискурс-анализа.

Язык – это, по мнению И. Г. Милославского, система обозначений действительности, средство называния фактов, явлений, процессов действительности. Меняется окружающий мир – меняется и язык [Милославский 2009].

С точки зрения речи национальный язык неоднороден. Существует некий набор ситуаций, характерных для образа жизни и культуры народа, говорящего на данном языке. Для разных наборов ситуаций в пределах одной культуры могут употребляться разные языковые средства и иногда даже разные языки, обладающие минимальным набором лексических и грамматических категорий, входящих в систему данного языка и необходимых для описания определенной сферы действительности.

Так, в конце прошлого века в советском обществе существовали разные формы речи – официальный, разговорный, литературный и просторечный язык, каждый из которых использовался в зависимости от той или иной речевой ситуации.

Сейчас мы наблюдаем ситуацию, когда речь совмещает в себе разнородные элементы из ранее не сочетаемых форм языка. По мнению М. А. Кронгауза, «в сегодняшней речи не юного и вполне интеллигентного человека мелькают ... слова и словечки ... на любой вкус» [Кронгауз 2002].

Жаргон, которого становится все больше в языке молодежи, эмоциональнее, по мнению М. А. Кронгауза, литературного языка, он позволяет украсить речь, сказать креативно, творчески [Кронгауз 2002].

Д. С. Курбаниязова в статье «Особенности речи современной молодежи» замечает, что «в настоящее время сленг употребляется в прессе и даже в литературе ... для придания речи живости. Даже государственные деятели высокого ранга используют в своих выступлениях сленговые выражения» [Курбаниязова 2015].

Возникает вопрос, можем ли мы говорить о существовании речевого идеала? Где молодой человек может научиться правильной и чистой современной речи? Так, в беседе с обозревателем «Росбалта» С. Шелиным профессор ВШЭ Г. Г. Гусейнов поделился мыслью о том, что школа, в которой преподают русский язык и литературу, а также филологические факультеты вузов учат «специфическому языку». По мнению ученого, там «основной настрой старый, архаичный – на высокие образцы прошлого. Тон задают люди, застрявшие в полувековой языковой давности». Продолжая диалог, Г. Г. Гусейнов замечает, что «существует страх перед современной литературой. В ней столько ненормативного, что непонятно, как это преподавать. Современной поэзии – текущей, живой – там просто нет места. А именно поэзия, как выразились бы в советское время, «передовой край языка». Поэтический язык может дать новые формулы речи, которые способны обернуться каким-то жизненным действием». [Гусейнов 2017].

Рассмотрим, что представляет собой риторический идеал и чья речь кажется молодежи образцовой. Оговоримся, что в данной работе авторы термины *речь* и *дискурс* употребляют как синонимичные, при этом *речь* – конкретное говорение, протекающее во времени, имеющее звуковую или письменную форму, а *дискурс* – речевое общение как социальное взаимодействие. Это речь в совокупности с лингвистическими обстоятельствами ее протекания, во взаимосвязи с жизнью, с говорящим – производителем речи [Солганик 2010].

По мнению А. К. Михальской, риторический идеал – общий образец, идеал речевого поведения, которому нужно следовать. Риторический идеал соответствует в своих основных чертах общим представлениям о прекрасном, сложившимся исторически в данной культуре [Михальская 2019].

Понятие речевого, риторического, идеала тесно связано с понятием культуры, а также с представлениями народа об идеальном ораторе и идеальном выступлении.

Слово *культура* произошло от латинского *cultura* со значением «возделываю», «произвожу». Культурой принято называть все, что связано с человеком и результатами его деятельности. Это совокупность достижений человечества в производственном, общественном и духовном отношении.

Каждая эпоха в силу складывающихся этических и эстетических взглядов определяет универсальные модели поведения и взаимодействия людей. Люди, становясь частью сформировавшейся культуры, невольно считывают её языковой код, перенимая у ведущих деятелей политики и культуры образцы поведения и речи, позволяющие идентифицировать свою принадлежность данному обществу. Так появляется представление о риторическом идеале, эталоне владения устной и письменной речью и публичным поведением в целом.

Описание речевого идеала эпохи Античности изложено в трактате Аристотеля о достоинствах и недостатках речи, где главными достоинствами названы ясность, правдивость, краткость, выразительность, этичность и уместность.

Критерии эталона публичного поведения

Рассматривая речевые образцы, «идеалы» современной речи, определим критерии эталона публичного поведения. Во-первых, установим цель речи. Существует много целевых установок, так как они связаны с потребностями человека в коммуникативном воздействии на других людей: желании убедить в чем-либо, заставить совершить определенный поступок, вызвать ту или иную эмоцию и т. д. В зависимости от цели речи определим, ритуальная, провокационная или императивная это речь, с какой целью воздействует на эмоциональное состояние слушателя, чтобы понравиться, польстить, унижить, разозлить и т. п.

Во-вторых, выясним, придерживается ли автор правил речевого поведения, нравственна ли его речь. Внутренней мотивацией должна быть установка на добрые чувства, которые говорящий хочет донести до окружающих.

В-третьих, выявим категориальные признаки речевого произведения, текста речи, такие как: целостность, связность, континуальность, модальность и образность.

Под целостностью, или интеграцией, понимается такое свойство текста, которое определяет читательское восприятие текста в качестве завершеного сообщения, выражающего единый смысл [Гальперин 1981].

Определяет целостность текста связность, когерентность и когезия, которые представляют собой глобальную и локальную связность. Первый вид выражается текстовыми единицами, стилем, формой речи и др., а второй – синтаксическими и лексическими, повтором слов, союзами и др.

Другим важным критерием анализа речи является континуальность или логичность речи, которая выражается в развернутости темы высказывания и последовательности элементов содержания.

Текстовая модальность – это семантическая категория речи, которая позволяет раскрыть «тональность» текста, психологическую установку автора [Солганик 2010].

Под образностью речи рассматривается способность вызывать систему представлений.

Анализ речевого материала

Для реализации одной из целей исследования молодым людям в возрасте от 16 до 25 лет был задан вопрос: Чью речь вы считаете эталонной и почему?

Большинство участников (7 из 20) отдали предпочтение деятелям медиа: журналистам, телеведущим и режиссерам. Респондентами была названа Т. Канделаки, А. Невзоров, Н. Михалков, В. Соловьев.

Рассмотрим высказывания некоторых из них.

Александр Невзоров. Вместе с женой Лидией он ведет страницу в Инстаграме, где едко и недвусмысленно высказывается на насущные темы, такие как власть, образование, религия и т. д. Достоинствами речи Невзорова названы нетривиальные формулировки, язвительный юмор, провокационность суждений, харизматичность личности и смелость высказываний, что выделяет его из числа остальных

публичных личностей. «У него всегда есть ответ, он знает, как уколоть любого», – делится опрошенный.

«Гостиница Гельвеция лучше всех подготовилась к пит экономическому форуму. По крайней мере, во всех номерах закреплены потолочные люстры, и все участники форума смогут спать в привычном для себя состоянии – то есть головой вниз, зацепившись лапками за люстру и сложив кожистые крылья. В Петербурге начинается большой бал экономических вурдалаков. Конечно, настоящих вампиров очень мало, но все остальные прекрасно характеризуются классификатором для рукокрылых – то есть свиномордые, щелемордые, ложные вампиры, листоносые, подковоносые, ушаные, кожаные и нетопыри».

Отметим отличительные особенности речи А. Невзорова. Это метафоричность и образность речи. Цель автора – эпатаж, представление своего взгляда на мир. А. Невзоров демонстрирует эмоциональное восприятие окружающего, начитанность и разносторонность знаний.

Никита Михалков так же считается молодым поколением хорошим оратором. Его слова отличаются простотой, а сам он стремится донести до слушателей истину, научить быть внимательнее и добрее, обращается к истинным ценностям жизни.

«А вот воспитание с этих лет должно идти не через то, что трехлетний ребенок в айпаде находит любую мультяшку, любую игру и сидит в развлекаловке, а родитель думает: «Ой как хорошо, не кричит, не мешает. На, смотри!..» Ты занимаешься своими делами, а ребенок там сидит... Счастье полное. Но то, что из него вымывается любознательность, интерес к запахам, шуму моря, к цвету, к свету... Он сидит там, ему дают то, что ему дают, и он думает, что это – питательная среда. Он живет в виртуальном мире. Он не способен отличить одно от другого. Он вырастает в человека, который хочет быть только потребителем. Что, я не прав?..»

Целью речи известного режиссера является желание поделиться с окружающими своим представлением о воспитании. Текст отличается нравоучением, нелогичностью речи, а анализ модальности

данного дискурса свидетельствует о неуверенности автора в содержании собственного высказывания. Так, Н. Михалков считает, что если ребенок смотрит мультфильм в айпаде, то «из него вымывается любознательность», и он почему-то вырастает потребителем, а затем автор речи удивляется: «Что я не прав?».

Владимира Соловьева назвали хорошим актером, интервьюером и оратором: «Это чудесно образованный человек, и если он развит интеллектуально, то это не может не подкупать людей».

«Когда абсолютно мерзкое создание, конченный стукач и подонок, ну просто по-другому не скажешь, который одновременно работает на деньги Газпрома, который одновременно получает деньги у западных налогоплательщиков, работает по очевидным темникам, которые вбрасываются, и составляет он такой круг подонков на подписке, тебя это не смущает? Вот наше государство это не смущает. Оно же не требует от него, чтобы когда он ведёт свои бездарные лживые эфиры с гражданкой, которая старается притворяться интеллигентом, но грязный мат выдает в ней грязное хабалистское создание, несмотря на нежный голос. Он же не говорит, что она иностранный агент, хотя она им является. Но, видно, Газпром это устраивает. И мерзких налогоплательщиков, видимо, тоже».

Речь Соловьева изобилует сленговыми выражениями, грубой, бранной и оскорбительной лексикой. Модальность дискурса известного телеведущего отличается эмоциональностью и желанием унижить, обругать собеседника.

Сравним речь молодых кумиров молодежи. Это высказывания на популярных ток-шоу, посты в Инстаграм, Твиттере и Фейсбуке.

Нурлан Сабуров, известный стендап-комик, в ток-шоу «Вдудь» рассказал о шутках над людьми, больными детским церебральным параличом:

Все понимают, что он ДЦПшник, и шутить об этом, наверное, нечеловечно. И думаешь. Начинаешь его... Его жалко становится. Ты думаешь, какая, наверное, у него тяжёлая жизнь. А потом ты понимаешь, что он ржёт и ему кайф. Ну, он умеет посмеяться над собой. И он такой же человек, как и мы, и это нормально. Я не считаю это минус, я считаю это особенность. Можно пошутить над этой

особенностью. Если ему смешно..., то есть сначала люди такие... мы шутим, потом они смотрят на Сергеича, он смеётся, и они смеются, а потом с каждой минутой всё лучше и лучше. Но это ещё не все. Мы его приглашали на проверочную, и там вообще... Там не было камер. Там было 12 часов ночи... Это было... Ну это были похороны вообще. Это было жесточайше. Там вообще не было границ».

Целью речи Нурлана Сабурова является оправдание своего поведения на сцене. Некая несвязность высказываний, повторение конструкций, однотипность и бедность синтаксиса выдает, с одной стороны, волнение стендап-комика и торопливость, с другой – не очень хорошее владение языком и неуверенность на публике. Речь не отличается богатством и изобилует сленговыми выражениями.

Помимо юмористических каналов молодое поколение, в особенности девушки, следят за новостями из жизни деятелей бьюти-индустрии: моделями, стилистами и визажистами.

Российская модель **Алеся Кафельникова** для ток-шоу «Нежный редактор» поделилась своим внутренним состоянием:

«Я такая вроде собираюсь, говорю, говорю, а потом я такая знаешь, такая. Шоколадки, конфетки, туда-сюда. Кто я, о чём я вообще думаю, я не понимаю. Вроде отвечаю на вопросы, а потом такая «О, лошади, поехали на конный спорт. Может там в кино сходить, какой-то план, когда поедим, куда ходим». То есть такой самоанализ, это моя биполярка, она меня качает, я её сама себе в голове анализирую. Я очень часто отлетаю. Даже сейчас».

Речь модели отражает ее образ жизни, цель – понравиться слушателям. Алеся употребляет простые выражения, повторяет слова и конструкции, что свойственно разговорной речи, употребляет сленговые выражения.

Связностью и стройностью отличаются высказывания журналистов. Рассмотрим пост урбаниста Ильи Варламова в Твиттере.

Часто ли вы ездите на общественном транспорте? Если регулярно, то у вас наверняка есть приложение Яндекс.Транспорт. Удобная штука, чтобы посмотреть, например, как далеко ближайший автобус, но неудобная, чтобы ориентироваться в городе – для этого есть Яндекс.Карты. И вот приходится, как идиоту, переключаться с одного на другое.

Это было дико неудобно, и вот теперь наконец-то все фичи Яндекс.Транспорта добавили и на Яндекс.Карты. Обновите приложение, и в правом нижнем углу у вас появится кнопка «Транспорт».

Нажимаешь на нее, и становится видно, как на карте в режиме реального времени бегают автобусы и трамваи. Выглядит запипательно.

Речь популярных журналистов изобилует сленговыми выражениями. Эта отличительная черта свидетельствует о желании понравиться своим читателям и слушателям, быть ближе и понятнее молодой аудитории.

Полученные результаты

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Речь кумиров молодежи, тех людей, речевому поведению которых подражают, далека от литературной нормы. Многие допускают инвективы, грубую и сленговую лексику. Синтаксический строй речи чаще всего не вызывает нареканий.

2. Анализируя лексическое наполнение речи самой молодежи, надо заметить, что в высказываниях всех социальных групп допускается обценная и ненормативная лексика; сленговая речь образованной части молодежи в большинстве своем представляет собой образования из заимствованных слов английского языка; синтаксис не отличается богатством и зачастую представляет собой примитивную структуру.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Расшатывание границ языковой нормы, расширение понятия культуры, в том числе и публичной речи, повлекло за собой и изменение речи молодежи. Увлечение молодых людей компьютерными технологиями, развитие технического словаря за счет заимствований привело к созданию особого молодежного сленга, зачастую непонятного людям старшего поколения. Желание молодежи обособиться, выбрать свой путь в жизни влияет и на их речь. Риторические идеалы

существуют, и они полностью соответствуют культурным эталонам времени, универсальным моделям поведения и взаимодействия людей нашего времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. – 205 с.
- Гусейнов Г. Г.* В России говорят на языке депрессии // Росбалт, В России. 08.10.2017.
- Кронгауз М. А.* Язык мой – враг мой? // Новый мир. 2002, № 10. С. 135–141.
- Курбаниязова Д. С.* Особенности речи современной молодежи // Вестник современной науки. № 4, 2015. С.121–123.
- Милославский И. Г.* Великий, могучий русский язык // Наука и жизнь. 2009. № 6. С. 68–81.
- Михальская А. К.* Риторика. М.: ИНФРА-М, 2019. 480 с.
- Солганик Г. Я.* Основы лингвистики речи: Учебное пособие. – М.: Издательство Московского университета, 2010. С. 35

REFERENCES

- Galperin I. R.* Text as an object of linguistic research. Moscow: Nauka, 1981. – 205 p.
- Guseynov G. G.* in Russia, they speak the language of depression. 08.10.2017.
- Krongauz M. A.* my Language is my enemy? // New world. 2002, no. 10. P. 135–141.
- Kurbaniyazov D. S.* Features of speech of modern youth // Bulletin of modern science. No. 4, 2015. Pp. 121–123.
- Miloslavskiy I. G.* Great, mighty Russian language // Science and life. 2009. No. 6. Pp. 68–81.
- Mikhalskaya A. K.* Rhetoric. Moscow: INFRA-M, 2019. 480 p.
- Solganik G. Ya.* Fundamentals of speech linguistics: A textbook. – Moscow: Moscow University Press, 2010. P. 35.

УДК. 070.41 (476)

Гапутина Виолетта Александровна

ассистент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации
Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина
e-mail: VAGaputina@pushkin.institute

Будник Екатерина Александровна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры русской словесности
и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт
русского языка им. А. С. Пушкина»
e-mail: EABudnik@pushkin.institute

**ЛИНГВОРИТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
СОВРЕМЕННОГО МАССОВОГО МЕДИАДИСКУРСА МОДЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ)**

Настоящая статья отражает результаты исследования дискурса моды на материале современных русскоязычных глянцевого журналов сегмента масс-маркет. Авторы статьи приходят к выводу, что специфика журнального дискурса моды, ориентированного на широкого массового адресата, проявляется в сочетании в нем языковых средств, характерных для профессионального общения в сфере моды, с риторическими категориями и приемами, активно функционирующими в современной медиакоммуникации и служащими инструментарием эффективного воздействия на реципиента.

Ключевые слова: медиадискурс, гляцевые журналы, профессиональный дискурс, дискурс моды, разговорность, интеллектуализация

Gaputina Violetta Aleksandrovna,

assistant of Russian Arts and Intercultural Communication Department,
Pushkin State Russian language Institute
e-mail: VAGaputina@pushkin.institute

Budnik Ekaterina Aleksandrovna,

PhD of pedagogical sciences, associated Professor of Russian Arts
and Intercultural Communication Department,
Pushkin State Russian language Institute
e-mail: EABudnik@pushkin.institute

**MEDIA FASHION DISCOURSE:
LINGUISTIC AND RHETORICAL FEATURES OF MODERN MASS MEDIA
(ON THE MATERIAL OF GLOSSY MAGAZINES)**

This article reflects the results of a fashion discourse study on the material of modern Russian-language glossy magazines in the mass

market segment. The authors of the article come to the conclusion that the specificity of the magazine's fashion discourse, focused on a wide mass addressee, manifests itself in a combination of linguistic means characteristic of professional communication in the fashion industry, with rhetorical categories and techniques that are actively functioning in modern media communication and serve as tools for effective influence to the recipient.

Keywords: media discourse, glossy magazines, professional discourse, fashion discourse, conversation, intellectualization

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы в научной среде наблюдается повышенный интерес лингвистов к дискурсу моды [Косицкая 2005; Башкатова 2010; Губина 2015; Аракелова 2017; Болотова 2017; Исхакова 2017], распространение которого приобретает все больший масштаб вследствие интенсивного развития индустрии моды. Дискурс моды, который мы связываем прежде всего с коммуникацией профессионалов в области моды, получает интенсивное распространение в различных медиа, что позволяет говорить о нем как об одном из видов медиадискурса.

Встраиваясь в контекст современных медиа, профессиональный дискурс моды сохраняет некоторые свои особенности, но в то же время приобретает многие специфические черты медиадискурса. Среди последних, вслед за учеными, занимающимися изучением активных процессов в языке медиа [Кормилицына 2011, 2015; Клушина 2012; Ашева 2013; Рацибурская 2015; Костомаров 2019 и др.], мы выделяем риторические категории и приемы, отражающие, с одной стороны, тенденцию современных медиа к демократизации общения, реализации категории разговорности, с другой – стремление к интеллектуализации медиатекстов и усложнению их смысла.

Языковые и речевые маркеры профессионального дискурса моды

Как показал наш анализ, дискурс моды, эксплицированный на страницах глянцевого журнала, во многом отвечает параметрам профессиональной коммуникации. Его языковыми и речевыми (широко употребительными в дискурсе моды, но не вошедшими в нормативные

словари) маркерами служат специальные **термины**, номинирующие предметы моды (*брюки-палаццо, сумка-трансформер*), в том числе большое количество **заимствованной лексики**, не имеющей аналога в русском языке (*свитшот, бомбер, худи, дафлкот*). Функционирование иноязычной лексики, имеющей русскоязычный синоним и не являющейся обозначениями модных реалий, на наш взгляд, служит средством речевого воздействия на адресата («*Образ: дерзко+sexy*» («Л'этуаль» декабрь 2017), намеренно используемым журналистами [Гапутина 2018]).

Отличительной особенностью дискурса моды является наличие большого количества детализирующих характеристик модных предметов, выступающих в роли атрибутивов. Они могут быть выражены **прилагательными, причастиями**, а также **существительными в косвенных падежах** и указывать на **цвет или оттенок** (*красный, бордо, марсала, кофе с молоком*); **рисунок, орнамент или узор** (*клетчатый, графичный, в горошек, под питона*); **материал** (*кожаный, замшевый, из металла и пластика*); **фасон, силуэт, покрой** (*двубортный, приталенный, длиннополый*); **размер, длину, форму, толщину** (*маленькое, крупный, широкий*) **стиль** (*авангардный, классический, винтажный*); **предназначение** (*домашний, новогодний, для прогулки, на дискотеку*); **пол или принадлежность** (*женский, унисекс, дамский, профессорский*); **статус предметов моды** (*лимитированный, капсульный, эксклюзивный, подиумный*). Примечательно, что большинство таких лексем не содержат в денотативном компоненте своего значения оценочного потенциала, однако в контексте дискурса моды в тот или иной сезон приобретают мелиоративную оценку, указывая на соответствие модным тенденциям.

Нередко детальные описания составляющих модных образов дополняются **глаголами в императиве в жанре совета** («*Если ты не знаешь, что надеть, какой дресс-код или формат мероприятия, всегда **выбирай** маленькое черное платье. **Дополни** его обувью на каблуках и крупными металлическими аксессуарами*» («Cosmopolitan» сентябрь 2015), поскольку, помимо предоставления сведений о моде, представители фэшн-индустрии инструктируют адресата о грамотной комбинаторике модных вещей, помогая ему ориентироваться в многообразии модных тенденций.

Также неотъемлемой составляющей дискурса моды является наличие в нем **имен собственных: имен дизайнеров, названий Домов моды и брендов** («Встречайте капсульную унисекс-коллекцию сумок-трансформеров от дизайнера **Игоря Сергеева** и российского бренда **CODE 28**» («Л'этуаль» декабрь 2017). Кроме того, в коммуникацию о моде часто включаются имена знаменитостей, которые задают модные тенденции и являются «иконами» стиля («**Строгий дуэт – белый верх, черный низ – Карли Клосс сочетает с замшевым жакетом в стиле бохо. Отличная идея!**» («Cosmopolitan» сентябрь 2015).

Риторическая категория «разговорность» в журнальном дискурсе моды

Помимо дискурсивных формул, закрепленных за речевой деятельностью профессионалов, работающих в фэшн-индустрии, современный журнальный дискурс моды также содержит средства и приемы, переводящие общение в область персонального и делающие его более демократичным, максимально приближенным к разговорному стилю. Включение элементов «разговорности» не является результатом простого смешения стилей, а имеет прагматическую обусловленность: исследуемые нами журналы претендуют на роль «подружек» женщичитательниц, а потому «ведут диалог» на простом и доступном широкой аудитории языке.

Для создания эффекта дружеского общения редакторы глянцевого журналов используют широкий спектр лексических средств и синтаксических конструкций, специфичных для устной разговорной коммуникации: **разговорную лексику** («**Джинсовый тотал-лук выглядит максимально круто – в нем хоть сейчас на вечеринку**» («Glamour» апрель 2019), минимальные по объему **простые односоставные** («**Учимся у звезд носить платье, рубашку и юбку с главным принтом сезона**» («Cosmopolitan» январь 2019) и **неполные предложения** («**Такие разные – и все-таки они вместе! В паре – на улице, без пальто – в помещении**») («Glamour» октябрь 2019), **парцеллированные** («**Часы словно из сказки. Русской!**» («Л'этуаль» март 2017) и **прерванные конструкции** («**По подиумам ведущих мировых Недель моды уверенно шагают модели, которым далеко за... Даже не за 50!**» («Cosmopolitan» октябрь 2019).

Имитации непринужденной живой беседы с читателем служит использование журналистами различных **приемов диалогизации речи**. К ним относятся, например, вопросительные предложения, близкие к риторическим вопросам, предполагающие однозначный ответ («да»), который формально не выражается: *«Ломаешь голову, с чем носить? Сочетай бейсболку с классическими платьями и пальто прямого кроя, а кеги надевай с любимыми джинсами и байкерской косухой»* («Cosmopolitan» октябрь 2019). После таких вопросов следуют «ответные реплики» журналиста, создающего иллюзию диалога с читателем, содержащие ключ к решению проблемы, заключенной в вопросе.

Средством диалогизации текста, придающим ему устный характер бытового разговора, являются вставные конструкции, представляющие собой авторский комментарий, высказанный как бы в ответ на реплику читателя: *«Чуть удлиненный нос, V-образный (да, как на кардиганах!) вырез, открытая пятка и обязательно любой цвет, кроме черного»* («Glamour» июль 2017).

Нивелированию дистанции между журналистом и аудиторией способствует использование инклюзивного местоимения «мы»: *«Как мы с вами формируем тренды и какую роль играет помада в большой политике и экономике»* («Glamour» октябрь 2019). Также необходимо отметить, что специфической особенностью журнала «Cosmopolitan» является обращение к читательнице на «ты», что, безусловно, добавляет коммуникации непринужденности, указывает на доверительные, свободные отношения между участниками общения (*«Если ты не знаешь, что надеть, какой дресс-код или формат мероприятия, всегда выбирай маленькое черное платье»* («Cosmopolitan» сентябрь 2015).

Средства «интеллектуальной стилистики» в журнальном дискурсе моды

По замечанию лингвистов, с точки зрения эффективности общения между журналистом и читателем апелляция к интеллекту является одной из действенно-активных форм диалога с аудиторией, поэтому включение элементов «интеллектуальной стилистики» в журнальные

тексты намеренно используются редакторами в качестве средства реального воздействия на адресата.

Одним из самых распространенных приемов интеллектуализации журнальных текстов о моде являются прецедентные феномены. Для того чтобы заинтересовать читателя, редакторы модных журналов часто используют **прецедентные высказывания** («*Ни пуха ни пера. Красивый пуховик – самая главная покупка сезона, доказано дизайнерами на Неделях моды*» («Glamour» декабрь 2016) и **прецедентные имена** («*Опасаетесь, что ботфорты превратят вас в Вивьен из «Красотки»? Берите пример со звезд и выбирайте сапоги из замши – провокационные, но не вульгарные*» («Glamour» ноябрь 2015). Источниками цитирования выступают, как правило, широко известные кинофильмы, литературные произведения, пословицы и поговорки, легко декодируемые целевой аудиторией журналов.

Элементами «интеллектуальной стилистики» в глянцевах журналах являются тропы. Трансляция информации о модных тенденциях часто осуществляется с помощью **метафор** – интеллектуального механизма осмысления действительности. При этом редакторы используют устойчивые метафорические конструкции, многократно повторяющиеся в журнальных текстах и потому хорошо известные адресату (например, «*Каблуки (лодочки / меховые изделия / кроссовки) правят бал / творят чудеса с фигурой / служат спасательным кругом*»), а также придумывают все новые и новые, стимулируя процесс творческого познания, сопровождающего просмотр и чтение журналов: «*Платья-кольчуги, плащи из металлических пластин и халаты из светоотражающей ткани уже прошли успешные испытания на Земле*» («Glamour» январь 2019).

Помимо метафор, в качестве средства интеллектуальной стилистики в журнальном дискурсе моды нередко функционируют метафорические эпитеты, например: «*витальный оттенок*», «*злое платье*», «*неглупый цвет*», «*сочный цвет*», «*дерзкие полусапожки*» и др. Обладая значительными аксиологическими возможностями и прагматическим потенциалом, метафорические эпитеты являются эффективным средством создания экспрессии в медиадискурсе моды. Стоит обратить внимание на то, что некоторые из них (например,

прилагательное «дерзкие»), являются отрицательно оценочными, однако, актуализируясь в дискурсе моды, могут менять свой знак на противоположный (явление оценочной энантиосемии), усиливая тем самым воздействие на реципиента.

Также редакторами модных журналов используются необычные **сравнения**: «*В нарядах цвета шампанского и слоновой кости Марион Котийяр выглядит так, будто сошла с полотен Дега*» («*Glamour*» июль 2019), дешифровка которых требует от адресата интеллектуальных усилий и наличия необходимых фоновых знаний.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное нами исследование позволяет заключить, что дискурс моды, актуализируемый в пространстве глянцевого журнала, представляет собой гибридный дискурс, в котором контаминируют элементы профессионального дискурса моды и персонального общения. Редакторы глянцевого журнала поддерживают свой статус экспертов в области моды, оперируя терминами моды и оценивая модные артефакты с профессиональной точки зрения, но в то же время стремятся к сокращению дистанции с массовой аудиторией и выводят коммуникацию за пределы статусно-ролевой, используя средства разговорного стиля. Кроме того, для журнального дискурса моды (как и для многих других современных печатных медиа) характерно наличие средств «интеллектуальной стилистики» (прецедентных феноменов, метафор, эпитетов, сравнений), употребление которых продиктовано стремлением журналистов к привлечению и удержанию внимания адресата, а также оказанию на него наибольшего воздействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аракелова А. Р.* Лингвоаксиологические характеристики современного англоязычного дискурса моды. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Петрозаводск, 2017. – 28 с.
- Ашева А. А.* Индивидуальный стиль и общая медийная речевая практика // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2013. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/individualnyy-stil-i-obschaya-mediynaya-rechevaya-praktika> (дата обращения: 29.09.2019).

- Баикатова Д. А.* Современный русский дискурс моды: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2001. – 306 с.
- Болотова Ю. С.* Лингвопрагматический аспект дискурса моды: дис...канд. филол. наук. – Москва, 2017. – 152 с.
- Ганутина В. А.* Заимствованная лексика как прием речевого воздействия в русскоязычном медиадискурсе моды // Устойчивое развитие науки и образования. – 2018. – № 8(23). – С. 208–213.
- Губина В. В.* Топология современного русскоязычного дискурса моды в аспекте перевода с английского на русский язык: дис.... канд. филол. наук. – Москва, 2015. – 275 с.
- Исхакова О. С.* Динамика развития письменно-речевых жанров журнального дискурса моды: на материале анализа англоязычного журнала моды Harper's Bazaar : дис... канд. филол. наук. – Уфа, 2017. – 202 с.
- Клушина Н. И.* Интеллектуализация языка современных печатных СМИ / Н. И. Клушина // Коммуникативистика в современном мире: эффективность и оптимизация речевого воздействия в социуме: материалы междунар. конф. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2012. – С. 36–38.
- Кормилицына М. А.* Активные процессы в языке современной российской прессы // Вестник ННГУ. 2011. № 6-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnyie-protsessy-v-yazyke-sovremennoy-rossiyskoy-pressy> (дата обращения: 21.10.2019).
- Кормилицына М. А.* Стилистическая контаминация в современном медиадискурсе (на материале печатных СМИ) // Проблемы речевой коммуникации. 2015. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stilisticheskaya-kontaminatsiya-v-sovremennom-mediadiskurse-na-materiale-pechatnyh-smi> (дата обращения: 29.09.2019).
- Косицкая Ф. Л.* Письменно-речевые жанры рекламного дискурса моды в аспекте межъязыковой контрастивности (на материале французских и русских каталогов моды). Автореф. дис.... канд. филол. наук. – Томск, 2005. – 31 с.
- Костомаров В. Г.* Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа [Электронный ресурс] / Костомаров В. Г. – Электрон. текстовые данные. – СПб.: Златоуст, 2019. – 293 с.

REFERENCES

- Arakelova A. R.* Lingvoaksiologicheskie karakteristiki sovremenного anglo-jazychnogo diskursa mody. Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. – Pjatigorsk, 2017. – 28 s.

- Asheva A. A.* Individual'nyj stil' i obshhaja medijnaja rechevaja praktika // Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologicheskogo universiteta. 2013. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/individualnyy-stil-i-obshchaya-medijnaya-rechevaya-praktika> (data obrashhenija: 29.09.2019).
- Bashkatova D. A.* Sovremennyy russkij diskurs mody: dis. ... kand. filol. nauk. – M., 2001. – 306 s.
- Bolotova Ju. S.* Lingvopragmaticheskij aspekt diskursa mody: dis...kand. filol. nauk. – Moskva, 2017. – 152 s.
- Gaputina V. A.* Zaimstvovannaja leksika kak priem rechevogo vozdeystvija v russkojazychnom mediadiskurse mody // Ustojchivoe razvitie nauki i obrazovanija. – 2018. – №8(23). – S. 208–213.
- Gubina V. V.* Topologija sovremennoego russkojazychnogo diskursa mody v aspekte perevoda s anglijskogo na russkij jazyk: dis.... kand. filol. nauk. – Moskva, 2015. – 275 s.
- Ishakova O.S.* Dinamika razvitija pis'menno-rechevyh zhanrov zhurnal'nogo diskursa mody: na materiale analiza anglojazychnogo zhurnala mody Harper's Bazaar : diss... kand. filol. nauk. – Ufa, 2017. – 202 s.
- Klushina N. I.* Intellektualizacija jazyka sovremennyh pechatnyh SMI / N. I. Klushina // Kommunikativistika v sovremennom mire: jeffektivnost' i optimizacija rechevogo vozdeystvija v sociume: materialy mezhdunar. konf. Barnaul: Izd-vo Alt. un-ta, 2012. – S. 36–38.
- Kormilicyna M. A.* Aktivnye processy v jazyke sovremennoj rossijskoj pressy // Vestnik NNGU. 2011. № 6-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnye-protsessy-v-yazyke-sovremennoj-rossijskoj-pressy> (data obrashhenija: 21.10.2019).
- Kormilicyna M. A.* Stilisticheskaja kontaminacija v sovremennom mediadiskurse (na materiale pechatnyh SMI) // Problemy rechevoj kommunikacii. 2015. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stilisticheskaya-kontaminatsiya-v-sovremennom-mediadiskurse-na-materiale-pechatnyh-smi> (data obrashhenija: 29.09.2019).
- Kosickaja F. L.* Pis'menno-rechevyje zhanry reklamnogo diskursa mody v aspekte mezhdjazыkovoј kontrastivnosti (na materiale francuzskih i russkih katalogov mody). Avtoref. dis.... kand. filol. nauk. – Tomsk, 2005. – 31 s.
- Kostomarov V. G.* Jazykovoј vkus jepohi. Iz nabljudenij nad rechevoj praktikoj mass-media [JElektronnyj resurs]/ Kostomarov V.G. – JElektron. tekstovye dannye. – SPb.: Zlatoust, 2019. – 293 c.

УДК 81

Демидова Нина Ивановна

доктор педагогических наук, профессор,
профессор кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин
и методик их преподавания института психологии, педагогики
и социальной работы Рязанского государственного университета
имени С. А. Есенина
e-mail: whitepost09@yandex.ru

Богданова Елена Святославовна,

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин
и методик их преподавания Института психологии, педагогики
и социальной работы Рязанского государственного университета
имени С. А. Есенина
e-mail: helensim@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ КУЛЬТУРНО-РЕЧЕВЫХ ПРАКТИК

В статье говорится об изменениях в повседневной речевой коммуникации молодого поколения, вызванных снижением внимания к языковым нормам, русским речевым традициям и этикету. Авторы отмечают такие тенденции в молодёжном общении, как приоритет раскованности речевого поведения, пренебрежение принятым речевым этикетом, преобладание негативных коммуникативных тактик. Приводятся примеры, свидетельствующие о пренебрежении молодыми пользователями социальных сетей нормами орфографии, специфике использования ими лексических единиц: злоупотреблении заимствованиями и окказиональными образованиями.

Ключевые слова: речевое общение, трансформация речевых практик, молодёжная аудитория, нормы русского языка, речевой этикет.

Demidova Nina Ivanovna

Doctor of pedagogical sciences, Professor,
Professor, Department of Humanities and Natural Sciences
and teaching methods of the Ryazan State Radioengineering University
named for S. Yesenin
e-mail: whitepost09@yandex.ru

Bogdanova Elena Svyatoslavovna

PhD of pedagogical sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Humanities and Natural Sciences and
teaching methods of the Ryazan State University named for S. Yesenin
e-mail: helensim@mail.ru

TRANSFORMATION OF MODERN CULTURAL AND SPEECH PRACTICES

The article refers to changes in the daily young generation' speech communication caused by the decline in attention to language norms, Russian speech traditions and etiquette. The authors note such trends in youth communication as the priority of divisive speech behavior, disregard for accepted speech etiquette, and the prevalence of negative communicative tactics. Examples are given showing the disregard of social networks young users for spelling norms, the specifics of their use of lexical units: borrowing and occlusive entities abuse.

Keywords: speech communication, speech practices' transformation, youth audience, Russian language norms, speech etiquette.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях происходят вроде бы внешне незаметные, но явно ощутимые внутренне, на уровне, затрагивающем ценностную сторону общения, изменения в содержании и формах общения между поколениями, между старшими и младшими представителями социума.

Одновременно замечаем, что меняются культурно-речевые практики коммуникации и в рамках одного поколения, в рядах молодежи. Большинство учёных считает, что основой этих процессов, не всегда позитивных, являются происходящие изменения системы коммуникаций в условиях информационного общества на базе новых технологий, цифровизации и интернет-общения.

Эти обстоятельства приводят к тому, что ценностный фон межпоколенческого общения меняется в негативную сторону. Разрушается культурный тезаурус; это ведёт к приоритету раскованности речевого поведения, пренебрежению принятым речевым этикетом в общении, что, в свою очередь, становится причиной преобладания негативных коммуникативных тактик в речевом поведении молодых людей.

Результаты исследования

Многолетний опыт преподавательской деятельности позволяет привести некоторые иллюстрации из практики культурно-речевого общения.

Проведём историческую параллель. На память приходит в связи с этим следующее. В одно из посещений литературного музея С. А. Есенина на родине поэта, в селе Константинове, мы заметили, что в левом переднем углу одного из залов представлен маленький листок с запиской, написанной Сергеем Есениным в адрес А. А. Блока: «Александр Александрович! Я хотел бы поговорить с Вами. Дело для меня очень важное. Вы меня не знаете, а может быть, где и встречали по журналам мою фамилию. Хотел бы зайти часа в 4. С почтением С. Есенин» [Есенин 1970].

Обращает на себя внимание одно исправление в тексте записки: местоимение «вы» первоначально было написано со строчной буквы, а затем исправлено на прописную. Вызывает уважение тот факт, что девятнадцатилетний сельский юноша осознает, что обращается к человеку, заслуживающему почтения. В автобиографии С. Есенин писал: «Восемнадцати лет я был удивлен, разослав свои стихи по журналам, тем, что их не печатают, и неожиданно нагрянул в Петербург» – и далее: «Когда я смотрел на Блока, с меня капал пот, потому что я в первый раз видел живого поэта...» [Есенин 1970]. Своё состояние глубочайшего уважения поэт выразил на письме, употребив заглавную букву. Тут же А. Блок приписал: «Крестьянин Рязанской губ., 19 лет. Стихи свежие, чистые, голосистые, многословный язык. Приходил ко мне 19 марта 1915» [Венок Есенину 1988]. И рядом с этой запиской С. Есенина помещено ответное письмо А. Блока на просьбу о новой встрече от 22 апреля 1915 г. (встреча, к сожалению, не состоялась). Так в этом письме шесть раз повторено местоимение 2-го лица множественного числа, употребленное с прописной буквы: Вы, с Вами, Вам, о Вашем и др. Примечательно, что свои стихи А. Блок подарил молодому поэту с уважительной дарственной надписью, употребив его полное имя: «Сергею Александровичу Есенину...» [Венок Есенину 1988].

И с сожалением подумалось, а многие ли из сегодняшних молодых дарований с таким почтением и вниманием отнесутся к русскому речевому этикету в письменной речи? Вопрос, к сожалению, риторический.

Примечателен один разговор. Начиная изучать английский язык вдумчивый второклассник спрашивает маму о том, почему

мы пишем «я» с маленькой буквы, а «Вы» с большой ? А англичане и американцы наоборот? Мать объясняет, что так принято, традиция, речевой этикет... Нет, не соглашается школьник и замечает, что это потому, что мы мало уважаем себя и много – других, а в английском языке – всё наоборот. Нельзя исключить, что это как раз тот случай, когда «устаами младенца глаголет истина».

Можно вспомнить еще одно письмо. Непопулярный сегодня В. И. Ленин в свое время обратился к директору Публичной библиотеки Лондона с просьбой выдать книгу на ночной абонемент (была такая замечательная практика). И в этом письме, написанном, естественно, на английском языке, им написано «вы» с прописной буквы: *You*. Конечно, причиной было не незнание речевого этикета английского делового письма, а демонстрация почтения к уважаемому человеку. Можно допустить и что автоматически сработала приверженность русскому речевому этикету.

Отметим, что в идеале в речевой практике этикетные формулы приветствия благодарности, прощания должны воспроизводиться говорящим именно автоматически как в дальнем, так и в ближнем окружении. Особенно это касается выражения благодарности. В противном случае речевая традиция утрачивается, общение перестает соответствовать принципу вежливости, а это создаёт условия для взращивания неблагодарных людей, которые считают, будто ничто не стоит благодарности, или что благодарность подразумевается как очевидное, или что это пустое обременение в общении.

К обыденной речевой коммуникации носители определённого языка и культуры привыкают и не замечают минимизации или исчезновения слов благодарности и извинения. Россиянин, оказавшись за рубежом, в чужой стране, в чужом языковом и культурном пространстве, невольно отмечает, какие слова запоминаются первыми: *извините* и *спасибо*. Приветливые слова благодарности можно слышать при входе в магазин, совершении покупки, в завершение общения, однако в отечественной практике эти слова нередко произносятся с язвительной интонацией. На фоне преобладания нейтральных или агрессивных речевых стратегий вежливая речь сегодня часто выглядит как исключение, а её носитель – как уникальный человек. Вспомним,

как сокрушался В. П. Астафьев в одном из своих рассказов, когда его хвалят за то, что он всегда здоровается с пожилыми односельчанами: «Вот до чего мы дожили! – в смятении думал я. – Уже и обычное человеческое приветствие за доблесть почитается...» [Астафьев 2003].

Изменения этикетного речевого поведения отчётливо прослеживаются в студенческой аудитории. Опаздывающие на занятия студенты не дают себе труда хотя бы мимолетно принести извинения. Если же они чувствуют необходимость проявить вежливое отношение к преподавателю, но не умеют этого делать, поскольку не обучены этикету ни в семье, ни в школе. И возникают такие уродливые «новые» формулы: «Можно, пожалуйста, спросить», «Можно, пожалуйста, выйти», «Можно, пожалуйста, узнать». Эта преувеличенная вычурная вежливость звучит нелепо, а в построенной формуле видно нарушение грамматической нормы. Названные варианты не возвышают, а унижают и говорящего, и слушающего. Подобное стремление к новоявленной «культурности» разочаровывает в говорящем, ведёт к речевому дискомфорту и коммуникативной неудаче.

Удивляет и недавно распространившееся употребление известного ранее слова в новом контексте. Студентка, подавая профессору контрольную работу, говорит: «Держите!». Не «возьмите, пожалуйста, вот моя работа», а «держите», – словно это тяжёлая сумка с вещами. Такой способ выражения выглядит, на наш взгляд, неуместно и бесцеремонно. Аналогичную модель: «Держите!» – мы неоднократно наблюдали в ситуациях, когда профессору подавали ручку или зачётную книжку. Это свидетельствует о том, что речь идёт не об оговорке, а об устойчивом навыке словоупотребления. И закрепляет его (или формирует) рекламный ролик на телевидении: подается пресловутый батончик «35» с призывом: «Держи!». Почему не повторить?

Упомянем ещё об одном речевом эпизоде. Стало весьма распространённым употреблять личные местоимения 3 лица (он, она, они) в разговоре о близких и уважаемых посторонних людях: *он, она сказал, пришел, сделал* (имеется в виду отец, мать, декан, лектор, учитель и др.). Он (президент) выступил с обращением. Люди старшего поколения (даже малограмотные) не позволяли о родителях говорить подобным образом, называя такое обращение «полуименем». На наш

взгляд, полуимя – очень меткое и образное выражение, но оно забылось, ушло, а вместе с ним и само явление в речевом этикете, ведущее теперь к определённом снижению уважительного отношения к старшим. Использование местоимений 3 лица в молодёжной среде практикуется и в адрес присутствующих лиц. Например, при проведении рефлексии на учебных занятиях можно слышать: «*Мне понравилось выступление Ирины. Она сделала важный вывод*».

На наш взгляд, приведённые в пример случаи можно считать явлениями одного порядка, свидетельствующими о небрежном, даже пренебрежительном отношении к речевому этикету, который, по мнению молодых, отягощает общение, делая его формальным, официальным. Вероятно, это стремление к простоте, однако она, по известному выражению, «хуже воровства» и приводит к коммуникативным неудачам.

Остановимся на вопросе о знаках препинания. Их нет в СМС-сообщениях, в электронных письмах, сочинениях, записках. Известно, что отсутствие знаков препинания стало визитной карточкой творчества ряда авторов:

*горят над нами горят
помрачая рассудок
бриллиантовые дороги
в тёмное время суток* (Илья Кормильцев).

Отметим, что даже в среде образованных людей наблюдается скептическое отношение к роли знаков препинания в письменном общении. К примеру, на Педагогическом форуме (г. Сочи) докладчик – авторитетный учёный – в ходе выступления выразил мысль о том, что знаки препинания не читаются и, следовательно, не нужны. Мы не относим себя к сторонникам данной идеи.

Да, двоеточия заменяются знаком тире, забываются многоточия, о которых так замечательно сказал В. В. Набоков: «... это следы на цыпочках ушедших слов», уходят из текстов точки с запятыми (понятно, предложения стали короче, но не говорит ли это о том, что и мысли мельчают?). А у М. Ю. Лермонтова, И. С. Тургенева, Л. Н. Толстого до 15 случаев употребления точек с запятой на странице... У иностранного автора, Джона Ирвинга, читаем об этом знаке: «Теперь никто

толком не понимает, что они обозначают... точки с запятой ничего теперь не значат, они только отвлекают внимание. Если у тебя нет привычки читать романы 19 века, то у тебя создается впечатление, что автор убил фруктовую мушку точно над запятой» – такова реакция героя на этот становящийся архаичным знак препинания [Ирвинг 2014]. Пренебрежение знаками препинания в повседневной коммуникации ведёт к обилию пунктуационных ошибок в сочинениях выпускников школ. Они же проявляют неспособность к использованию знаков препинания с целью повышения выразительности речи.

Ярче всего речевые изменения видны на уровне употреблении слов, их лексической сочетаемости, смысловой наполненности, оттенков значения. Рассмотрим пример. В беседе о повседневных делах молодая женщина говорит, что всё у неё неплохо, только одна *печалька*. Какая? Оказывается – траур по умершему отцу. Это никак не печаль, скорбь, утрата, а *печалька*. Нет сомнения в том, что говорившая не хотела умалить свои переживания: речь идёт о неверном выборе модного слова. Такой лексемы нет в литературном русском языке, однако оно получило распространение в молодёжной аудитории. Читаем в интернете: «Да, Бродский – Гений! Больше таких не будет... печалька».

В речи студентов отмечаются ошибки в определении значения слов, их употреблении, у представителей молодого поколения бедный словарный запас, многие из них не могут подобрать нужные эпитеты, синонимы, характеризуя то или иное явление, обстоятельство, факт, человека. На вопрос, что Вы можете сказать об этом человеке, мы слышим: «Ну, он *такой...*». Какой? *Такой* – это местоимение, а должны быть слова, его замещающие. Кинофильм, спектакль *такой*, ситуация *такая*, погода *такая*, дело *такое*, условия *такие*. Никакие, одним словом. Для их характеристики не нашлось слов.

Удивляет, что представители молодого поколения часто демонстрируют полное незнание смысла общеупотребительных слов. Например, в беседе со студентами обращаем их внимание на то, что В. В. Путин призвал бороться с чванством. Спрашиваем, как они понимают, что такое чванство? Отвечают: «Ну, это воровство». Хорошо, что молодые люди, вероятно, ещё не встречались с этим явлением

в своей личной жизни, но оно описано в литературе (специальной и художественной), встречается в книгах и в прессе, звучит на радио и телевидении, и речь президента страны молодым, без сомнения, надлежит слушать, понимать, а потом и выполнять его предложения.

Не секрет, что современная речевая коммуникация страдает ещё одним вызывающим беспокойство явлением – избытком англицизмов, активно проникающих во все сферы русскоязычного дискурса. Обратимся к речи фитнес-тренеров, подавляющее большинство которых – люди до 30 лет. Инструкции, которые дают тренеры в ходе групповых занятий, включают большое количество варваризмов, обозначающих базовые упражнения и способы их выполнения: скручивания *ролл-ап* и *ролл-даун* (roll-up – свернуть; roll-down – развернуть), перекидывание назад *ролл-овер* (roll over – перекачивать), растягивание прямых ног *сингл стрейт* (single straight – один прямой) и др. Английские слова и выражения в комментариях включаются в русскую речь: «живот в положении «скуп»» (scoop – совок). Мало того, выходцы из английского языка в речи фитнес-тренеров приобретают способность изменяться для обеспечения грамматической связи в предложении: «поднимаемся *ролл-апом*». Посетители фитнес-центров, преимущественно молодые люди, воспринимая такую речь, привыкают к ней и оценивают вторжение английских слов в русскую речь как нечто нормальное. Ещё более удручающая ситуация складывается в сфере бизнес-тренингов, где распространение получили слова и обороты речи, абсолютно непонятные подавляющему большинству носителей русского языка. Их используют в речи как ведущие, так и посетители тренинговых форм, которые имеют место в сфере образования взрослых. Приведём лишь некоторые примеры: *хеджирование* от глагола to hedge (страховать, застраховать, подстраховать); *драфт* от существительного draft (черновик, набросок, проект); *фидбек* от английского feedback (обратная связь, отзыв), состоящего из двух частей: feed – кормить, back – обратно; *эджайл* от agile (проворный) – гибкая система управления проектами и др. Названная сфера речевой активности современного молодого человека характеризуется ещё и тем, что в ней в широкое употребление начинают входить слова, бывшие ранее узкоспециальными терминами: *инсайт* от английского insight

(проницательность, проникновение в суть, понимание, озарение) – этим термином психологии в лексиконе молодых именуется некий внезапно сделанный вывод о специфике ситуации, отношений; *апгрейд* от английского up-grade (подъем) – из термина информатики, обозначающего процесс совершенствования программного обеспечения компьютера, слово перешло в иную сферу: «*Необходимо провести полный апгрейд своего мозга: сделать переоценку ценностей, выкинуть из головы все предрассудки прошлого и стереотипы, заложенные системой и воспитанием...*» [Апгрейд мозга URL].

В интернет-общении молодёжи отметим две тенденции: с одной стороны, агрессивность и безапелляционность оценок, а с другой – обилие жаргонной лексики, образованной вследствие стремления к экономии средств: *ава* (аватар), *спс* (спасибо), *Интер* (интернет), *диз* (дизайн), *универ* (университет), *конфа* (конференция) и др. Как и в устной коммуникации, здесь распространены англицизмы и их производные: *олдскульный* (от англ. old school «старая школа») – стародавний, старомодный; *гулить* – искать что-нибудь с помощью поисковика Google; *оверквотинг* – обозначение усиленного цитирования в ответах на сообщения и др. Иногда игра слов связана с использованием русской и английской раскладки клавиатуры или аббревиацией: *Ззы* – сленговый эквивалент аббревиатуры PPS, от латинского выражения Post Post Scriptum, напечатанного на русской раскладке; *ЛОЛ*, *LOL*, что означает, если дословно, lots of laughing, а в переводе на русский – громко смеюсь (отсюда и глагол *лолировать*); *геста* – происходит от деформированной транскрипции английского выражения Guest Book, которое буквально означает «гостевая книга». Среди сленговых слов интернет-общения много и производных от русских лексем и новых значений слов: *пёсель* (пёсик), *пацык* (пацан), *няшка* (что-то приятное), *ламповый* (роскошный), *алёша* (человек, который допускает много промахов) и др. Отметим также, что посты пользователей социальных сетей настолько изобилуют орфографическими ошибками, что порой понимание сообщения вызывает значительные затруднения: *без серебрянник*, *знак без конечности*, *врятли* и др. Эти новые окказиональные образования, к сожалению, активно проникают и в живое общение.

Если говорить о трансформациях в области синтаксиса, то стоит отметить, что наряду с традиционными нарушениями норм управления (*подчеркнуть о том, заведующий ожогового отделения*), норм построения предложений с однородными членами и деепричастным оборотом [Богданова Е. С. 2019], в устном общении школьников и студентов наблюдается частое употребление конструкции «*то что*», используемой в качестве средства связи частей сложноподчинённого предложения: «*Я надеюсь то что...*», «*Простите меня то что я опоздала...*». Появление такого способа выражения – явление не вполне понятное, как и его распространение в речи. Самое простое объяснение такому сдвигу – незнание носителями средств и способов связи частей сложного предложения: в русском языке есть союз *что* и соотносительное слово *то* (местоимение), которые используются в случае так называемого расчленения союза: *Я сказала то, что от меня хотели слышать*. Однако в приведённых выше примерах не соблюдены нормы грамматической сочетаемости (простить за что?, надеяться на что?), нет интонации разрыва. Нарушения подобного рода возникают и распространяются в речи вследствие снижения читательской активности и преобладания устной коммуникации в повседневном общении.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение мы не станем делать глобальных выводов из сказанного. Наша цель – привлечь внимание педагогической общественности к необходимости заботливого, чуткого и деликатного отношения к культурно-речевому поведению молодых, наших учеников и коллег в общем деле образования и воспитания. Принимая во внимание факт того, что на речь молодого поколения влияют в большей степени педагогически неконтролируемые источники (речь неграмотных людей в социальных сетях, реклама и т. п.), отметим, что единственный путь влияния на культурно-речевую ситуацию – показать молодым людям преимущества правильной, красивой, выразительной русской речи, противопоставить агрессивному дискурсу улицы, интернет-пространства, рекламы деликатную, обходительную, глубокую по содержанию речь русского интеллигента – преподавателя вуза и учителя школы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Апгрейд мозга [Электронный ресурс] / Яуникум.ру. URL: <https://yaunikum.ru/479-apgreyd-mozga.html> (дата обращения: 06.12.2019)
- Астафьев В. П.* Последний поклон : Повесть в рассказах. М. : Эксмо. 2003. 846 с.
- Богданова Е. С.* Работа над грамматическими ошибками на уроках русского языка в старшей школе // Русский язык в школе. 2019. Т. 80. № 2. С. 26–30.
- Есенин С. А.* Собрание сочинений: в 3 томах. М.: Изд-во «Правда», 1970. Т. 3. 384 с.
- Венок Есенину. М.: Изд-во «Советская Россия». 1988. 304 с.
- Ирвинг Джон.* Мужчины не ее жизни. М.: Изд-во «Иностранка». 2014. 640 с.

REFERENCES

- Apgreyd mozga [Elektronnyj resurs] / Jaunikum.ru. URL: <https://yaunikum.ru/479-apgreyd-mozga.html> (data obrashhenija: 06.12.2019)
- Astaf'ev V. P.* Poslednij poklon : Povest' v rasskazah. M. : Jeksmo. 2003. 846 s.
- Bogdanova E. S.* Rabota nad grammaticheskimi oshibkami na urokah russkogo jazyka v starshej shkole // Russkij jazyk v shkole. 2019. T. 80. № 2. S. 26–30.
- Esenin S. A.* Sobranie sochinenij: v 3 tomah. M.: Izd-vo «Pravda», 1970. T. 3. 384 s.
- Venok Eseninu. M.: Izd-vo «Sovetskaja Rossija». 1988. 304 s.
- Irving Dzhon.* Muzhchiny ne ee zhizni. M.: Izd-vo «Inostranka». 2014. 640 s.

УДК 808.5

Денисенко Сергей Иванович

доктор педагогических наук, профессор,
профессор кафедры психологии и педагогической антропологии
Института гуманитарных и прикладных наук
Московского государственного лингвистического университета
e-mail: sergeydenis53@mail.ru

РИТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье раскрывается роль и место риторики в жизнедеятельности людей. Объективным условием развития ораторского искусства является наличие у граждан прав и свобод, позволяющих им активно участвовать в политической жизни страны, проявлять свою позицию, демонстрировать патриотические чувства. В условиях современной России идет поиск направлений дальнейшего развития страны, определения вектора движения вперед, который должны задавать лидеры партий и движений, обладающие развитыми ораторскими качествами, способные увлечь за собой массы, убеждать в ценности своих идей и воззрений. Эти качества у подрастающих поколений призваны формировать и воспитывать педагоги на разных уровнях образования.

Разновидностью риторики является педагогическая риторика, представляющая собой теорию и практику эффективной речевой коммуникации в сфере педагогического общения. Уровень риторического мастерства педагогов связан с их подготовкой в вузах, активной практической деятельностью. Совершенствование риторической подготовки педагогов предусматривает усиление взаимодействия различных видов их речевой деятельности, таких как: говорение; слушание; письмо; чтение.

Ключевые слова: ораторское искусство; педагогическая риторика; виды и качество речевой деятельности педагогов; говорение; слушание; письмо; чтение.

Denisenko Segerge Ivanovich

Doctor of pedagogical sciences, Professor,
Professor of the Department of psychology and pedagogical Anthropology
Institute of Humanities and Applied Sciences,
Moscow State Linguistic University
e-mail: sergeydenis53@mail.ru

RHETORIC IN THE TEACHING ACTION

The article reveals the role and place of rhetoric in people's lives. An objective condition for the development of oratory is the presence of citizens' rights and freedoms, allowing them to actively participate in

the political life of the country, to show their position, to demonstrate patriotic feelings. In the conditions of modern Russia, there is a search for directions for further development of the country, to determine the vector of movement forward, which should be set by the leaders of parties and movements, who have developed oratory qualities, able to attract the masses, to convince the values of their ideas and views. These qualities in the younger generations are designed to form and educate teachers at different levels of education. A variety of rhetoric is pedagogical rhetoric, which is the theory and practice of effective speech communication in the field of pedagogical communication. The level of rhetorical skill of teachers is connected with their training in universities, active practical activities.

Keywords: oratory; pedagogical rhetoric; The types and quality of speech activities of teachers; Speaking Hearing; Letter Reading.

ВВЕДЕНИЕ

Во все времена авторитетом пользовались люди, отличающиеся выдающимися ораторскими качествами, способными увлечь за собой массы, убеждать в ценности своих идей и воззрений. В век информационных технологий произошла переоценка средств, применяемых в управлении, образовании. Сегодня подавляющее большинство людей пользуется телефоном или планшетом для получения различной информации, знают о современных информационных технологиях, представляют формы и масштабы цифровизации тех или иных сфер жизнедеятельности людей.

И все же реальная практика обучения и воспитания в образовательных организациях показывает, что, как и прежде, наиболее значимый эффект в подготовке молодежи достигается за счет непосредственных контактов педагогов с обучаемыми, прочных межличностных отношений. К. Д. Ушинский подчеркивал, что в воспитании все должно основываться на личности воспитателя, потому что воспитательная сила изливается только из живого источника человеческой личности. Никакие уставы и программы, никакой искусственный организм заведения, как бы хитро он ни был придуман, не может заменить личности в деле воспитания. в воспитании все основывается на личности

воспитателя и воспитательная сила изливается только из живого источника человеческой личности [Ушинский 1948].

Острота проблемы связана и с тем, что сегодня нередко ориентиром для педагогов в профессиональной деятельности является объем и глубина знаний, прочность, умений, навыков, компетенций учащихся. Но далеко не все обучаемые убеждены в истинности тех или иных научных законов, закономерностей и теорий, готовы на деле отстаивать их в различных ситуациях [Денисенко 2018]. Отсутствие же у людей убеждений делает их податливыми ко всякого рода модным веяниям, делает их игрушками в руках демагогов или политических проходимцев, маргинализирует их сознание. Вот поэтому от современного педагога требуется, как и в эпоху Античности, быть властелином дум молодежи, вести их за собой не только конкретным делом, но и словом. Причем таким словом, которое способно зажечь, вдохновить, ободрить, увлечь человека. Вот почему риторика, даже в компьютерном XXI веке, должна быть мощным инструментом педагога, помогать ему решать свои социально значимые задачи.

Известно, что ораторское искусство зародилось тогда, когда у людей возникла острая потребность обсуждать общественно значимые проблемы и принимать по ним соответствующие решения. Важнейшим объективным условием развития ораторского искусства стало появление у граждан прав и свобод, позволяющих им активно участвовать в политической жизни страны, проявлять свою позицию, демонстрировать патриотические чувства и озабоченность проблемами своей страны. На индивидуальном уровне успех приходил к тому оратору, который умел одерживать победу в споре, доказывать свою правоту, увлекать за собой людей. А это было возможным лишь тогда, когда он владел искусством слова, был эмоционален, использовал арсенал невербальных средств и приемов.

В условиях современной России идет поиск направлений дальнейшего развития страны, определения вектора движения вперед. Представители различных партий, классов, социальных групп заявляют о своих программах, доказывают несостоятельность идей конкурентов, вскрывают ошибки действующей власти. В подавляющей своей массе – это молодые люди, остро реагирующие на несправедливость,

слабую динамику происходящих изменений. Но многим из этих лидеров не хватает искусства красноречия, умения « глаголом жечь сердца людей», логически последовательно и убедительно выстраивать свои мысли. Где же взять эти качества? Как в совершенстве овладеть столь важными умениями? И ответ напрашивается сам собой. Кто как не педагог может им в этом помочь, показать эталонные образцы, научить мастерски владеть словом, тонко чувствовать настроения людей.

Особенности педагогической риторики и уровень ее развития у педагогов

Педагогическая риторика – одна из разновидностей риторики, теория и практика эффективной речевой коммуникации в сфере педагогического общения. Именно здесь пролегает, так называемая, зона «повышенной речевой ответственности», где каждое слово педагога, его способы и манеры поведения немедленно находят отклик в сердцах и умах учеников. Но насколько сами педагоги подготовлены сегодня к такому общению? Результаты исследований говорят о том, что среди современных учителей можно выделить представителей трех типов языков культуры. Это, прежде всего, носители элитарной речевой культуры, представители «среднелитературной» культуры и, наконец, педагоги с литературно-разговорным типом речевого поведения.

У педагогов первого типа доминирует функционально-стилевая система литературного языка в соответствии со складывающейся ситуацией. Их речь соответствует высоким литературным требованиям, этическим нормам, отличается творчеством и индивидуальностью. У представителей «среднелитературной» языковой культуры обнаруживается низкий уровень их общей культуры, некоторая скованность, отсутствие эмоциональности и жестикуляции, неправильная постановка ударений. Речь педагогов третьей группы отличается тем, что они частенько стремятся подражать современной молодежной речевой культуре, используют сленговые обороты и выражения, различные бытовизмы.

Причины многих проблем, связанных с речевой культурой педагогов, конечно же, кроются и в не высоком уровне образованности отдельных из них, и в отсутствии потребности работать над собой,

и в неразвитости отдельных индивидуальных свойств и качеств. Но нельзя не видеть и того, что в вузах этому вопросу уделяется крайне мало внимания. Как справедливо отмечает М. Т. Дридзе, «причина этого кроется в характере формируемых навыков, поскольку в учебных заведениях не принято обучать культуре речевого общения. Не культуре речи в смысле надлежащего использования речевых формул с соблюдением правил речевого этикета или норм родного языка, а адекватному целенаправленному обмену смысловой информацией, содержащейся в речевых сообщениях, умению не только воплощать в адекватных речевых формах свои собственные мысли, но и реконструировать из текста мысли своих непосредственных и потенциальных собеседников» [Зимняя 1985].

Об этом в своей диссертации говорит и Н. А. Лосева. Она отмечает, что у студентов педвузов преобладают средний и низкий уровни речевой культуры (86,5 %), а наименее развитыми являются содержательный (89 %) и операциональный (88 %) ее компоненты [Лосева 2008].

Развитие риторических умений и навыков у педагогов в рамках различных видов речевой деятельности

Необходимость развития и актуализации у педагогов отдельных психологических операций и их комплексов, связанных с речевым общением, требует взаимодействия различных видов речевой деятельности, к которым относятся: говорение (устное выражение мысли); слушание (восприятие речи на слух и ее понимание); письмо (графическое, письменное выражение мысли); чтение (т. е. восприятие и понимание чужой записанной речи).

Практика показывает, что в процессе *говорения* педагогами демонстрируется словарный запас. Именно богатый словарный запас свидетельствует, в первую очередь, о культуре речи и языка вообще. Как считают филологи, словарный запас А. С. Пушкина составлял 21 тысячу уникальных слов, а вот каков он у современного педагога? Это очень сложный вопрос, на который вряд ли кто попытается вполне конкретно ответить.

Речь говорящего тогда красива, когда он, по разному, может передать те или иные смыслы и значения. Это свойство речи получило

название *полисемии*. Множество различных ситуаций, особенности групп людей требуют от педагога и особого подбора слов, и построения предложений. Только в этом случае обеспечивается точность речи и исключаются словоблудие и пустозвонство. Важно не забывать, что кроме слов и их смыслов на обучаемых воздействуют эмоции говорящего, его интонация, мимика, пантомимика, жесты.

Следовательно, чтобы речь педагога была действенной, оказывала существенное воздействие на учащихся, она должна соответствовать ряду требований. Прежде всего, это ее содержательность, представленная объемом мыслей говорящего. Речь должна быть понятной, легко воспринимаемой слушающими. Речь хороша тогда, когда она выразительна и, соответственно эмоции и смысловые акценты говорящего, достигают аудитории.

Речь педагога может быть монологической или диалогической. Монолог педагога представлен в рассказе, лекции, комментарии, развернутом оценочном суждении. Чаще всего педагог действует в режиме монолога. Привычка к этому нередко ведет к тому, что педагог не всегда слышит учеников и навязывает, помимо их желания и хотения, определенные идеи, нормы, установки. Следовательно, монологическая речь должна обязательно дополняться диалогом, обменом мнениями, обсуждением актуальных проблем.

В педагогической деятельности кроме умения говорить не менее важно уметь слушать. *Слушание* – рецептивный вид речевой деятельности, посредством которого осуществляются прием и последующая переработка речевого сообщения на основе деятельности слухового анализатора. О важности умения слушать в педагогической деятельности отмечал В. О. Ключевский. Он говорил, что самое трудное и самое важное в преподавании заставить себя слушать, поймать юношеское внимание [Нечкина 1974].

Проблема слушания связана и с физиологическими моментами. Исследования показывают, что обычный человек способен воспринимать до 500 слов в минуту, в то время как средняя скорость устной речи – от 125 до 150 слов в минуту. Следовательно, появляется «свободное время», которое слушатель может заполнить обдумыванием своих проблем, планов, отвлекаться от того, что говорит собеседник.

Для того чтобы понимать собеседника, мало просто владеть словарным запасом, знать значения произносимых слов. Педагогу необходимо уметь анализировать и синтезировать не только звуки, но и смысловые характеристики речи. А это весьма не просто. Ведь каждый человек кроме общепринятого смысла вкладывает в понятия и свой когнитивный смысл. Так под словом «школа» подразумевается и здание, и учащиеся и даже группа ученых-единомышленников. Кроме того у каждого человека с тем или иным словом могут ассоциироваться эмоциональные переживания, образы людей, картины природы.

Полнота понимания во многом зависит от мастерства устного выступления педагога. Опытный оратор умеет точно и правильно расставить акценты в речи, выделить необходимые фразы и тем самым достичь быстрого понимания не просто слов, а смысла речи. Добиться полного понимания учебного материала возможно тогда, когда педагог мотивирован на успешную деятельность, хорошо знает своих учеников, уровень их образованности, когнитивные особенности присущие их возрасту.

Затруднения в понимании других людей может возникать у педагога и в связи с проявлением «принципа зеркала». В этом случае имеет место проявления субъективности восприятия и некритичного приписывания своего опыта окружающим. Вместо того, чтобы поставить себя на место других и их глазами посмотреть на ситуацию, педагог размышляет с позиции собственных ценностей, достижений, установок, своих взглядов и суждений. В результате формируются искаженные представления о причинах поступков и действий учащихся, вытекают порой нелепые, нелогичные объяснения и педагогические решения.

Общение педагога с учащимися чаще всего осуществляется путем постановки вопросов и получения на них соответствующих ответов. И от того, как задаются вопросы и строятся фразы в разговоре, во многом зависит успешность достижения поставленных дидактических, воспитательных и развивающих целей.

Вопросы – это все речевые высказывания, как в вопросительной, так и в утвердительной форме, целью которых является получение

информации или оказание педагогического воздействия. С помощью вопросов можно многое для себя прояснить, по многое можно и запутать. Уместный вопрос может высветить слабые стороны позиции оппонента, заставить его привлечь для обоснования своего тезиса дополнительные средства.

Основные недостатки при формулировании фраз, вопросов:

1. Излишне длинные высказывания или вопросы. Если фраза или вопрос превышают 11 слов, то ее восприятие становится затруднительным.

2. Наличие продолжительных вводных фраз, которые отвлекают внимание учащихся и уводят их от главного элемента сообщения или вопроса.

3. Употребление незнакомых или наукообразных слов. Многие ученики не знакомы с ними (но и не ходят признаться в этом), а поэтому дают ответ либо только на часть вопроса, либо в искаженном виде.

4. Использование определенных штампов в речи педагога. Такой учитель, чаще всего, воспринимается учениками и коллегами как человек недалекий, лишенный каких-либо творческих начал. А поэтому и не возникает желания продолжать с ним общение.

5. Ключевые слова и термины. В речи, особенно при постановке вопросов в беседе, лучше не использовать тех ключевых слов, смысл которых может быть неодинаково понят разными учениками.

6. Неконкретно заданный вопрос. Чем конкретнее поставлен вопрос, тем четче и точнее будет на него ответ.

7. Вопросы, требующие обобщения. В этом случае ученик сводит воедино все то, что он помнит в данный момент. Если же событие имело место давно и не актуально в данный момент для человека, то и должного обобщения получить не возможно.

Эти и другие недостатки в речи педагога должны быть сведены к минимуму.

Различают два вида слушания: нерефлексивное и рефлексивное. В первом случае, педагогу важно уметь внимательно слушать, молчать, не вмешиваться в речь собеседника своими замечаниями и оценочными суждениями. Оно обычно используется в тех случаях, когда

ученик глубоко взволнован, желает высказать свое отношение к тому или иному событию, обсудить наболевшие вопросы.

Особое место занимает рефлексивное слушание. В этом случае педагог активно стремится понять, что хочет сказать собеседник, помогает ему точно выразить свои мысли и чувства, расположить его к себе. Вот почему педагогу необходимо правильно оценить ситуацию общения и выбрать наиболее подходящий вид слушания.

В педагогической деятельности важное место занимает работа с *текстами*. Сюда входит написание лекций, текстов уроков, пособий, учебников, конспектов уроков и др. Важно помнить, письменная речь отличается от речи устной не только тем, что использует графику, но и в грамматическом (прежде всего синтаксическом) и стилистическом отношениях. Ей свойственна весьма сложная композиционно-структурная организация, которой необходимо специально овладевать.

Особое место в педагогической деятельности сегодня занимает научная работа. Она включает в себя научные исследования различного уровня и сложности, написание научных статей, подготовку диссертаций и их защиту. Под научными текстами понимают продукты, в которых в систематизированном виде представлены результаты педагогических исследований, их обоснования, процедуры их получения. Научный текст обычно включает в себя следующие компоненты:

- ◆ интенционный план, отражающий направленность содержания текстового продукта, целевую аудиторию и конкретные задачи предъявления текста читателям;
- ◆ предметный план текста, включающий совокупность объектов, феноменов педагогической действительности, их формализацию, способы обоснования выводов;
- ◆ семантический план, раскрывающий связи и смысловые отношения между различными структурными элементами текста;
- ◆ логический план текста, вскрывающий многообразные конструкции логики: типы обоснований выдвигаемых утверждений, формулировки умозаключений и выводов, формулировки гипотез и способы их подтверждения, логику соединения в целое отдельных текстовых блоков;

- ♦ языковой план текста, отражающий те или иные знаковые формы предъявления читателям описательного, объяснительного и прогностического формата педагогического поля [Коржуев 2019].

Педагогу при работе с текстами необходимо знать и владеть различными научными стилями. В теоретических работах обычно преобладает ярко выраженный академический стиль, похожий на стиль философских работ. Встречаются и тексты, в которых академический стиль сочетается с публицистическими вкраплениями. В этом случае как бы разгружается внимание читателя и поддерживается интерес за счет выхода на реальные процессы и явления. Третий стиль современных педагогических произведений условно можно назвать академично-образным, сочетающим в себе строгие академические фрагменты и фрагменты, заимствованные из художественной речи. И, наконец, приходится иметь дело с художественно-публицистическим стилем, в котором активно используются фрагменты из художественной литературы, в повествовательной форме раскрываются аспекты педагогической деятельности.

Использование педагогом письменной формы позволяет ему более тщательно готовиться к предстоящим занятиям, обстоятельно обдумывать свою речь, строить ее постепенно, исправляя и дополняя. В результате выстраивается более сложная синтаксическая конструкция, чего нет в устной речи. Такие черты устной речи, как повторы, отступления, незаконченные конструкции в письменном тексте не допустимы.

Если в устной речи для смыслового выделения частей высказывания применяется интонация, то на письме используются знаки пунктуации, а также различные средства графического выделения слов, сочетаний и частей текста: использование иного типа шрифта, полужирный шрифт, курсив, подчеркивание, обрамление, размещение текста на странице. Все это обеспечивает выделение логически важных частей текста и выразительность письменной речи. В условиях спонтанной устной речи сознательный выбор и оценка используемых в ней языковых средств сведены до минимума, в то время как

в письменной речи и подготовленной устной речи они занимают значительное место.

Чтение как вид речевой деятельности развивается на основе аутентичных текстов разного жанра, имеющих коммуникативную и личностно-ориентированную направленность. Виды чтения, по мнению Н. А. Ипполитовой, зависят от той коммуникативной задачи, которая возникает у человека, когда он работает с письменным текстом (статьей, книгой, письмом и т. п.) [Ипполитовф 2007]. Под коммуникативной задачей в данном случае следует понимать установку на то, с какой целью осуществляется чтение: где, когда, для чего будет использована извлеченная из текста информация.

В профессиональной деятельности педагога представлен особый вид чтения – профессиональное чтение «про себя». Это чтение литературы по своей педагогической специальности, знакомство с методическими достижениями своих коллег с целью извлечения профессиональной информации. Это чтение письменных работ (диктантов, сочинений, контрольных работ и пр.) учащихся как средство получения отсроченной обратной связи.

Каждый педагог, исходя из уровня подготовки, особенностей предметной области вырабатывает свою систему профессионального чтения, однако знание общих закономерностей необходимо. Вот поэтому следует обратиться к системе работы с книгой, выработанной многовековой практикой. Она включает в себя предварительный просмотр, в рамках которого педагог знакомится с титульным листом и его оборотной стороной, своеобразной визитной карточкой, где указаны авторы, название, выходные данные, тираж. Оглавление дает представление о структуре и основной тематике, система ссылок позволяет почувствовать контекст, степень научности, уловить некоторые тенденции в подаче материала. И уже из этого можно сделать вывод о том, что данный источник следует читать или нет.

В ходе беглого чтения всего текста подряд педагог погружается в текст, что позволяет получить первоначальное целостное впечатление от работы, сформулировать предварительную оценку (интересно, ново, оригинально, общеизвестно) и на ее основе – дальнейшие коммуникативные намерения: стоит ли углубляться в текст, на чем лучше заострить внимание.

Структурированное чтение предполагает последовательное и медленное чтение всего текста подряд с целью осознания замысла автора, проникновения в логику изложения. Собственно, только здесь и начинается подлинная коммуникация.

Углубленное, выборочное чтение предполагает обращение к отдельным местам текста. Целесообразно использовать закладки, выписки, подчеркивание или выделение маркером, помещение важной информации в соответствующий файл или папку для последующего использования в работе. Это своего рода этап автокоммуникации, когда имеет место обращение к себе как читателю и критика по поводу прочитанного текста.

Отсроченное возвращение педагога к прочитанному тексту осуществляется с целью сверки своих предыдущих впечатлений при появлении новых мыслей, мнений. Так, истинные педагоги не считают для себя зазорным, вновь и вновь перечитывать те источники, с которыми будут работать их подопечные, формулируют все новые вопросы.

Аналитико-оценочное чтение в работе педагогов составляет значительную долю. Они вынуждены проверять тексты, созданные учащимися, студентами, аспирантами. Это чтение позволяет педагогу, во-первых, получить информацию о результативности обучения, во-вторых, в ответ предоставить свою (заметки на полях, развернутые рецензии и др.).

Несмотря на то, что многие педагоги прошли специальную подготовку, имеют богатый практический опыт, но и в их способах чтения имеются определенные недостатки.

К ним относятся:

- ♦ *регрессии* (неоправданные, механические возвраты к уже прочитанному), существенно замедляющие скорость прочтения текста;
- ♦ *артикуляция* (проговаривание читаемого текста про себя, в результате чего скорость чтения уменьшается в 3–4 раза);
- ♦ *узкое поле зрения*, позволяющее фиксировать лишь 2–3 слова, что ведет к большому числу остановок. Поэтому необходимо расширять поле зрения, чтобы больше информации фиксировалось при каждой остановке глаз;

- ♦ *слабое смысловое прогнозирование*, в результате чего трудно предугадывать написанное и сделать смысловые предположения;
- ♦ *низкий уровень организации внимания*, когда медленно читающий педагог быстро переключается на посторонние мысли и предметы, а все это снижает интерес к тексту;
- ♦ *отсутствие гибкой стратегии чтения*, когда педагог читает без всякой цели, хаотично, без применения каких-либо правил работы с текстами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, рост педагогического мастерства, повышение педагогической культуры современных педагогов, а, следовательно, вывод системы образования на качественно новый уровень предусматривает целый комплекс мероприятий. К ним можно отнести мероприятия организационные, кадровые, финансово-экономические, содержательно-методические, социально-психологические и др. Но особое место должна занимать работа педагога над собой по совершенствованию своих риторических умений и навыков, способствующих росту его авторитета и практического влияния на умы и сердца молодежи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Денисенко С. И. Убеждения в системе современного образования // Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки. 2018. № 5 (813). С. 22–32.
- Зимняя И. А. Функциональная и психологическая схема формирования и формулирования мысли посредством языка. М: Педагогика, 1985. С. 6–7.
- Ипполитова Н. А., Князева О. Ю., Саввова М. Р. Русский язык и культура речи / под ред. Н. А. Ипполитовой. М.: ТК Велби, «Проспект», 2007. С. 87.
- Коржуев А. В., Соколова А. С. Педагогический текст и научный диалог (опыт рефлексивных практик). Монография. – М.: Янус-К, 2019. С 95–102.
- Лосева Н. А. Педагогические условия развития речевой культуры будущих педагогов дошкольного образования: Автореф. ... дис. канд. педаг. наук. М., 2008. С. 10.

Нечкина М. В. В. О. Ключевский. М.: Наука, 1974. С. 62.

Ушинский К. Д. Три элемента школы // Собр. соч.: В 11 т. М.: АПН РСФСР, 1950. Т. 2. С. 63.

REFERENCES

Denisenko S. I. Ubezhdeniya v sisteme sovremennogo obrazovaniya // Vestnik MGLU. Obrazovanie i pedagogicheskie nauki. 2018. № 5(813). S. 22–32.

Zimnyaya I. A. Funktsional'naya i psikhologicheskaya skhema formirovaniya i formulirovaniya mysli posredstvom yazyka. M.: Pedagogika, 1985. S. 6–7.

Ippolitova N. A., Knyazeva O. Yu., Savvova M. R. Russkij yazyk i kul'tura rechi / pod red. N. A. Ippolitovoj. M.: TK Velbi, «Prospekt», 2007. S. 87.

Korzhuev A. V., Sokolova A. S. Pedagogicheskij tekst i nauchnyj dialog (opyt refleksivnykh praktik). Monografiya. – M.: YAnus-K, 2019. S. 95–102.].

Loseva N. A. Pedagogicheskie usloviya razvitiya rechevoj kul'tury budushhikh pedagogov doshkol'nogo obrazovaniya: Avtoref. ... dis. kand. pedag. nauk. M., 2008. S. 10.

Nechkina M. V. В. О. Ключевский. М.: Наука, 1974. С. 62.

Ushinskij K. D. Tri ehlementa shkoly // Sobr. soch.: V 11 t. M.: APN RSFSR, 1950. Т. 2. С. 63.

УДК 37.013.32

Дресвянина Светлана Дмитриевна

кандидат педагогических наук,

Вологодский государственный университет

Dr_svetlana@mail.ru

ЖАНР ЭССЕ: К ПРОБЛЕМЕ ПОРОЖДЕНИЯ ЭССЕИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА

Статья посвящена проблеме порождения эссеистического текста. Эссе понимается как актуальное средство коммуникативного самовыражения. Рассмотрены эффективные приемы создания эссе на литературных образцах эссеистики. Использование принципа «остранения» помогает создать оригинальный эссеистический текст, отличающийся новизной и необычностью. Актуальность проблемы обусловлена необходимостью обучения школьников нестандартным формам речевых высказываний, борьбы с шаблонными словесными формулами.

Ключевые слова: жанр эссе, эссеистический текст, прием «остранение», коммуникативное самовыражение.

Dresvyanina Svetlana Dmitrievna

PhD of pedagogical sciences

Vologda State University

dr_svetlana@mail.ru

GENRE OF ESSAY: ON THE ISSUE OF GENERATING ESSEISTIC TEXT

The article is devoted to the problem of generating an esseistic text. Essay is seen as a relevant means of communicative self-expression. Effective methods of creating an essay based on literature samples are observed. The use of the principle of «defamiliarization» helps to create an original essay text, distinguished by novelty and unusualness. The relevance of the problem is due to the need to educate schoolchildren in non-standard forms of speech utterances, and to combat template verbal formulas.

Keywords: genre of essay, essay text, «defamiliarization» technique, communicative self-expression.

Современное информационное пространство предполагает существенное расширение текстовой (устной и письменной) коммуникации. Умение воспринимать и создавать коммуникативно ориентированные тексты является необходимым условием успешной социализации

и самореализации выпускника школы. Именно в сочинении школьник максимально приближается к естественным условиям порождения речевых высказываний, подобных тем, что складываются в реальной жизни.

В современной методологии гуманитарного знания «эссе» понимается как эффективное средство коммуникативного самовыражения. На сегодня в словарях и справочниках нет единой модели описания жанра эссе. «Литературная энциклопедии терминов и понятий» под редакцией А. Н. Николюкина дает следующее определение жанра: «Эссе (фр. *essai* – попытка, очерк) – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета» [Литературная энциклопедии терминов и понятий 2001, с. 1246]. В «Большом иллюстрированном словаре иностранных слов» эссе трактуется как «жанр критики, публицистики» [Большой иллюстрированный словарь иностранных слов 2003]. В «Толково-энциклопедическом словаре» [Толково-энциклопедический словарь 2006] и в «Словаре русского языка» под редакцией А. П. Евгеньевой [Словарь русского языка 1984] слово «эссе» означает «очерк». «Новейший словарь иностранных слов и выражений» использует термин «эссе» для обозначения сочинений, жанр которых трудно определить, и дает весьма размытое определение – «прозаическое ненаучное произведение философской, литературной, исторической, публицистической или иной тематики» [Новейший словарь иностранных слов и выражений 2003, с. 963]. В книгах повторяются (в разных формах) только несколько общих признаков эссе: индивидуальные впечатления (личность автора) и свободная композиция.

Современные исследователи (М. Н. Эпштейн, К. А. Зацепин, А. Л. Дмитровский, Н. Л. Карнаух, Л. Г. Антонова, С. Д. Дресвянина и др.) отмечают интегративность эссе, его близость с другими жанрами. «В эссе соединяются: бытийная достоверность, идущая от дневника, мыслительная обобщенность, идущая от философии, образная конкретность и пластичность, идущая от литературы... В глубине эссе заложена определенная концепция человека, которая и придает связанное

единство всем тем внешним признакам жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях» [Эпштейн 2005, с. 477].

К оригинальным признакам жанра относятся: личностное начало, субъективность, свободная композиция, склонность к парадоксам, ассоциативность, метафоричность, диалогичность, открытость и др. Следует уточнить, что незавершенность в эссе обретают некоторую определенность в лице читателя. Так, К. А. Зацепин отмечает, что «качества внутренней незавершенности, провокативности и многозначности позволяют рассматривать эссе в качестве апеллятивной структуры, получающей содержательное завершение в смыслообразующей активности читателя» [Зацепин 2006].

Действительно, эссе учит говорить так, чтобы все слушали. Оригинальная, нестандартная речь, которая нарушает наши привычные ожидания, является необходимым условием востребованности эссеистического текста.

Важнейший принцип написания эссе – использование приема «остранения». В теории литературы «остранение» – «литературный прием, имеющий целью вывести читателя из автоматизма восприятия» [Литературная энциклопедии терминов и понятий 2001]. Термин впервые был введен Виктором Шкловским в статье «Искусство как прием», опубликованной в 1919 году. Слово «остранение» было придумано специально для обозначения приемов, имеющих целью создание трудности и долготы восприятия вещей – не как узнавание, а как видение впервые. Мы привыкаем к словам, ситуациям и прочим фактам нашего опыта, а писатель с помощью приема «остранения» делает привычные вещи необычными, заставляет нас увидеть их как в первый раз, по-новому на них посмотреть. Остранить – значит, сделать странным.

Как прием «остранения» работает в эссе? Основоположник жанра эссе М. Монтень неоднократно указывает на то, что содержание эссе – «я сам» [Монтень 1997]. Эссе направлено на самораскрытие и самоопределение индивидуальности. «Так как у меня не было никакой другой темы, я обратился к себе и избрал предметом своих писаний самого себя. Это, вероятно, единственная в своем роде книга с таким странным и несуразным замыслом» [Монтень 1997].

Название «Опыты» указывает на размышления, раздумья, впечатления. «Действительно, у Монтеня впервые человеческое «я» выявляется в своей несводимости ни к чему общему, объективному, заданному нормой и образцом» [Эпштейн 2005, с. 478].

Придумать заголовок в эссе иногда оказывается труднее, чем написать собственно текст. В названиях известных литературных текстов эссеистики просматривается определенная «остраненность», ссылка на иное, случайное: М. Монтень «Опыты», А. Коули «Некоторые рассуждения в форме эссе», Р. Музиль «Беспощадная Европа, или Путешествие с пятого на десятое», Г. Д. Торо «Уолден, или Жизнь в лесу», С. Цвейг «Книга, как врата мира», И. Клек «Правда о Набокове, или Бабочки по Фрейдю», В. Набоков «Пушкин, или Правда и правдоподобие», А. Битов «Эссе о так называемых неприятных словах», В. Розанов «Уединенное», В. Саришвили «Восхождение на Эверест, или исповедь переводчика», Д. Л. Быков «Календарь. Разговоры о главном» и др.

Читатель не может, опираясь только на заголовки эссе, заранее судить о его содержании. Прием «остранения» в названии помогает создать тот самый эффект «опытов», что был задуман М. Монтенем. «Эссе буквально означает «опыт» – и таковым оно всегда остается» [Эпштейн 2005, с. 15]. Заглавие лишь приблизительно отражает содержание работы (наличие предлога «о»), или является первоначальной точкой рассуждения автора, или вообще не связано напрямую с тематикой эссе (не случайно наличие союзов «как», «или»). Названия эссе отражают ассоциативную сторону мышления автора. Неслучайно М. Эпштейн назвал М. Монтеня «индивидуальным творцом» [Эпштейн 2005, с. 478]. Заголовок важен для понимания авторского намерения, поскольку отражает особенности мыслительного процесса эссеиста.

Текст эссе как явление литературного процесса предполагает наличие в сознании пишущего определенных культурных ориентаций, знаний, ассоциаций, которые обеспечивают своеобразие и оригинальность создаваемого произведения. Жанровая задача эссе позволяет автору естественно добавить в высказывание момент неожиданности: внезапно прийти к какому-либо пониманию, мысли, найти ответ на

интересующий вопрос. Это может быть удачный образ или глубокая и оригинальная интерпретация объекта.

Привычных вступления, основной части и заключения в подобном тексте может не быть. Как правило, первые предложения в эссе «цепляют», настраивают на диалог с автором. Оригинальным началом в эссеистическом тексте может стать особое восприятие автором предмета описания.

В эссе В. Набокова «Пушкин, или Правда и правдоподобие» начало напрямую не связано с содержанием («Жизнь иногда обещает нам праздники, которые никогда не состоятся, или дарит нам готовых персонажей для книг, которых мы никогда не напишем»), что дает возможность читателю отстраниться от темы «Пушкин», посмотреть на нее с другой стороны – осмыслить «неожиданную полезность» жизни.

К. А. Зацепин, размышляя о коммуникативной форме эссе, выделяет такое важное, на наш взгляд, свойство жанра, как «целостность эстетического переживания, часто имеющую недискурсивный характер» [Зацепин 2006].

Действительно, эссе – это эмоционально выразительный этюд. Автор запечатлевает определенный момент субъективного видения: эмоциональный субъективный отклик на произведение искусства, высказывания выдающихся людей, личность, событие. Основу эссе, как правило, составляют сложные ассоциации, аналогии, подобию, сравнения, возникающие под воздействием предмета речи. Читателю следует уловить эти связи, определить оригинальную авторскую идею, доразмышлять.

Начало эссе З. Прилепина «Мещанство приятное и последовательное: о внутренней канарейке» («Лелею свое тихое мещанство») не просто заставляет задуматься, но и вызывает дискуссию об отношении к мещанству. От размышлений о своей семье – «о, мое любезное мещанство» – автор неожиданно переходит к воспоминаниям о мещанине советского времени: «Я еще помню тебя: как ты бурлил на площадях, это ведь был ты, а кто же еще. Пел хриплые песни возле Белого дома, кормил солдат колбасой, завалил чугунного Дзержинского, спас Зёму Гердта от черносотенцев». Концовка эссе неожиданная,

никак не связанная с началом: «Если буйные да вольные придут под стены города – первый открою им ворота, мы всегда так делали». Как правило, тема эссе не претендует на исчерпывающий ответ, она лишь является началом или продолжением начатого разговора о специфике отношения человека к себе и к обществу, о соотношении «личного мира» и «мира общественного».

Прием «остранения» позволяет представить предмет описания в новой неожиданной перспективе, увидеть в привычном и обыденном нечто странное, привлекающее внимание новизной. Автор не приемлет мещанство общественное, но бережет свой личный «уголок с канарейками». «Остранение» актуализирует предмет. «Это ведет к переосмыслению или пересмотру данного предмета, иному или повторному. Остранение всегда имеет дело с тем, что уже существует и известно» [Львов 2011].

Типичными для эссе приемами построения текста являются подоби́я, сравнения, параллели, метафорические образы. Очень важно при анализе эссеистических текстов научить обучающихся воспринимать и осмысливать ассоциации писателей.

Среди разнообразных приемов создания образа автор эссе выбирает те, которые дают возможность выделить предмет описания из привычного контекста, разрушить читательский «горизонт ожидания». Эссе Ф. Искандера «Слово о Пушкине» начинается с «улыбки» и заканчивается «улыбчивостью»: «Пушкин! С самим именем Пушкина у нас невольно связывается вздох облегчения, улыбка... Пушкинская улыбчивость, пушкинская бодрость, пушкинская мудрость, его обузданная вольность, даже плодоносная грусть – не вооружают ли они нас мужеством и надеждой...». Эффект эстетического восприятия Пушкина как «странного национального гения» нарушает наши привычные представления о поэте, но создает новый образ – «обаятельного человека, большого оригинала».

Современная действительность требует умения создавать оригинальные тексты, ориентированные на различные виды коммуникации. Жанр эссе, максимально нацеленный на познание многообразия мира и человека, на раскрытие внутреннего «я», позволяет в полной мере реализовать индивидуальный авторский стиль. Активный

характер жанра, предполагающий свободу и раскрепощенность даже в рамках определённого языкового материала, вызывает читателя на диалог, на порождение собственного текста. Созданию оригинального текста эссе способствует прием «остранения», позволяющий уйти от шаблонных словесных формул, которые часто используются школьниками в сочинениях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Большой иллюстрированный словарь иностранных слов : 17 000 слов. – М. : ООО «Рус. словари» : ООО «Издательство «Астрель» : ООО «Издательство «АСТ», 2003. 957 с.
- Зацетин К. А.* Эссе как коммуникативная форма: проблемы чтения : На материале современной эссеистики : дис. ... канд. филолог. наук : 10.01.08. – Самара, 2006. 170 с.
- Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А. Н. Николюкина. Институт науч. информации по общественным наукам РАН. – М.: НПК «Интелвак», 2001. 1600 с.
- Львов В. С.* Остранение в прозе и публицистике // Журналистика и культура русской речи. 2011. № 3. С. 47–53.
- Монтень М.* Опыты. В 3 кн. Кн. 1–2 / Мишель Монтень. – Москва : РИПОЛ классик, 1997. 926 с.
- Новейший словарь иностранных слов и выражений. – М.: Современный литератор, 2003. 976 с.
- Словарь русского языка. В 4 т. Т. 4. С–Я / [ред.: А. П. Евгеньева (гл. ред.), Г. А. Разумникова; подгот. Л. П. Алекторова, С. Л. Баженова, Л. С. Иванникова и др.]. – 2-е изд., испр. и доп.. – Москва : Русский язык, 1984. 782 с.
- Толково-энциклопедический словарь : около 147 тыс. толкуемых единиц / [отв. ред.: Варавина Е. В. и др.; идея проекта Храбрый И. С.]. – Санкт-Петербург : Норинт, 2006. 2141 с.
- Эпштейн М. Н.* Все эссе. В 2 т. [Т. 1]. В России / Михаил Эпштейн. – Екатеринбург : У-Фактория, 2005. 544 с.

REFERENCES

- Big Illustrated Dictionary of Foreign Words: 17,000 words. – М.: LLC “Russian dictionaries”: Astrel Publishing House LLC: AST Publishing House LLC, 2003. 957 p.

- Zatsepin K. A.* Essays as a communicative form: problems of reading: On the material of modern essay: thesis. ... PhD in philology : 10.01.08. – Samara, 2006. 170 p.
- Literary Encyclopedia of Terms and Concepts / Ed. A.N. Nikolyukin. Institute of Scientific Information on social sciences of the Russian Academy of Sciences. – M: NPK “Intelvak”, 2001. 1600 p.
- Lvov V. S.* Defamiliarization in prose and journalism // Journalism and culture of Russian speech. 2011. No. 3. P. 47–53.
- Montaigne M.* Experiments. In 3 books. Books 1-2 / Michel Montaigne. – Moscow: RIPOL classic, 1997. 926 p.
- The latest dictionary of foreign words and phrases. – M.: The modern writer, 2003. 976 p.
- Dictionary of the Russian language. In 4 vol.. V. 4. C–I / [ed.: A. P. Evgeniev (ch. Ed.), G. A. Razumnikova; preparation. L. P. Alekterova, S. L. Bazhenova, L. S. Ivannikova, etc.]. – 2nd ed., edited. and supplemented. – Moscow: Russian language, 1984. 782 p.
- Explanatory-encyclopedic dictionary: about 147 thousand interpreted units / [execut. ed.: Varavina E.V. et al.; project idea Hrabry I.S.]. – St. Petersburg: Norint, 2006. 2141 p.
- Epstein M.N. All essays. In 2 volumes.. [V. 1]. In Russia / Mikhail Epstein. – Yekaterinburg: U-Factoria, 2005. 554 p.

УДК 808

Карпенко Илья Евгеньевич

кандидат филологических наук

доцент кафедры русского языка и литературы лингвистического факультета Российского государственного социального университета
ikarpenko@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ-БЛОГ И КЛАССИЧЕСКАЯ РИТОРИКА: ЧТО ОБЩЕГО?

Статья посвящена весьма актуальному на сегодняшний день жанру интернета – блогу; описанию характерных лингвостилистических особенностей, присущих этой форме онлайн-коммуникации; анализу риторического «рисунка» блогового дискурса, а также общим особенностям современного читательского восприятия текста в интернете в отличие от традиционного «бумажного» чтения. Исследование проводится на основе личного опыта автора – автора блога «Ок, МГУгл!» (Zen.yandex.ru/metodika_rki).

Ключевые слова: русский язык, риторика, лингвостилистика, лингвопоэтический анализ, интернет, блог, дискурс

Karpenko Iliia Evgenievich

PhD of philological sciences

Associate Professor of the Department of Russian language and literature of the linguistic faculty of the Russian State Social University
ikarpenko@yandex.ru

MODERN INTERNET BLOG AND CLASSICAL RHETORIC: WHAT IN COMMON?

The article is devoted to a very relevant Internet genre today – a blog; a description of the characteristic linguistic-stylistic features inherent in this form of online space; the analysis of the rhetorical “drawing” of the blog discourse, as well as the general features of modern reading perception of the text on the Internet in contrast to the traditional “paper” reading. The study is based on the personal experience of the author – the author of the blog “OK, MGUogle!” – «ОК, МГУгл!» (Zen.yandex.ru/metodika_rki).

Keywords: Russian language, rhetoric, linguistic stylistics, linguistic-poetic analysis, Internet, blog, discourse.

В детстве мы читали про «Алису в Зазеркалье», но попали туда лишь только в зрелом возрасте. И входили мы в это «зазеркалье» поначалу нехотя, с большим скрипом, глядя исподлобья и с подозрением, ежеминутно осматриваясь, тщательно оценивая и даже «прицениваясь» к тем возможностям, которые даёт нам эта Новая Неведомая Невидаль, имя которой – **интернет!**

Интернет охватывает человечество всё шире, глубже, сильнее. За последние годы объем информации, поступающей к нам через интернет, вырос в десятки раз, а скорость её поступления и обновления – в сотни раз. Овладение «людскими массами» и сферами нашей жизни всё масштабнее, а глубина погружения в сети – всё бездоннее.

Увеличивается скорость передачи данных и их доступность. Интернет становится действительно глобальным. Таких масштабов ещё вчера мы не могли себе представить даже в самом фантастическом сне... Телевидение современным поколением рассматривается как безнадежно устаревший формат. Его восприятие формируется приблизительно так же, как когда-то складывалось отношение к кино, а до этого – к театру. Ну да, ТВ – это приятное для глаза (и редко для ума) времяпрепровождение, не более того...

Всемирная паутина не только охватывает всё человечество, она его кардинально меняет. Причём эти изменения касаются всех сфер человеческой жизни – от повседневного быта и нашего домашнего очага до финансов, политики, образования, культуры, литературы и сложнейших научных изысканий. Но главное, что изменилось в эру интернета – это наше *мышление* и наше *общение*. Сегодня говорят о *клиповом мышлении*, о появлении новой генерации «людей экрана», пришедших на смену поколению «людей книги». А об *интернет-коммуникации* сегодня говорят как о *новой речевой формации*, изучая его типологические и жанровые особенности, дискурсивную специфику, базовые концепты, коммуникативные стратегии и тактики и т.д. [Горошко 2012].

Что характеризует интернет-пространство? Конечно, это многоканальность (использование различных носителей – iPad'ов, айфонов, планшетов, ноутбуков); мультимедийность (различные визуальные

образы); интерактивность (активный взаимообмен в соцсетях, чатах и проч.), большая свобода контента и легкость в обращении с ним.

А что отличает типичный интернет-дискурс? На первом месте, прямо в заголовке – спрессованное «о чем речь» и банальное «завлечь». Далее – короткий текст на один-два экрана, простенький по форме изложения и с минимумом «формалистического» давления на мозг, при очень агрессивной форме подачи информации. Сами тексты становятся всё короче – длинные никто не читает...

Принципиально важной особенностью интернет-текстов является пресловутый вертикальный скроллинг (в отличие от «горизонтальности» традиционных бумажных носителей). Примечательно, что этот вертикальный способ письма и чтения (в свитках) является более древним. Возьмите хотя бы древние античные папирусные, а затем пергаментные свитки или ту же Тору [Карпенко 2013 (1)].

Хотя за последние годы многое изменилось (например, помимо «скроллинга» появилось понятие «дочитывания» и проч.), особенности чтения в интернете остались теми же. А именно: главные страницы сайтов «скроллят» сильнее; «умные» интернет-пользователи читают более двух экранов (более 4 тыс. знаков); глубина просмотра страниц на сайте интернет-издания составляет, как правило, три-четыре страницы.

Выбор текстов часто обуславливается тем, что читатель хочет быть в курсе мейнстрима, а потому читает то, что актуально, общеизвестно и даёт повод обсудить, пообщаться. Это так называемый *эффект подтверждения*. «Дедушка» отечественной интернет-журналистики *Александр Малютин* называет этот феномен «*переключкой своих*» [Карпенко 2013 (2)]. Именно по этой причине мы получаем одни и те же ссылки и «приколы» от самых разных друзей из разных концов света.

Кроме того, характерной чертой поведения интернет-пользователя является то, что он может «черпать» из интернета мнения, которые потом будет удобно выдать за свои собственные. А значит, подать себя в качестве человека «с позицией», способного подискутировать. Ведь в интернете никто не видит, как ты краснеешь, смущаешься, злишься и т. д. «*Несмотря на библейскую заповедь “Не сотвори себе кумира”*»,

человеку свойственно творить кумиров и постоянно подпитываться от них энергией», – считает Александр Малютин [там же]

Как было сказано, меняется и структура текста, который выстраивается под современного читателя, его «клиповое мышление» и потребительские навыки («клип» от англ. *clip* – «делать вырезки из газет или фильмов»). Также меняется и поведение читателей, причем радикально. Ведь сегодня «читатель» превратился в «пользователя». (Или, на английский манер, «юзера»). Юзеры – пользователи сети – становятся всё требовательнее, а их требования – всё разнообразнее. Более того, как снежный ком растёт разнообразие «классов», «категорий», видов и подвидов самих этих пользователей. Они теперь и читатели, и слушатели, и зрители, и фотографы, и стримеры, и блогеры... То есть активные участники и соучастники, творцы и «жители» этого беспредельного пространства – интернета!

Естественно, бешеными темпами меняется контент, его виды и их многообразие. Текст остаётся, по объёму его может быть даже больше, чем раньше. Но параллельно с текстами (и новыми их жанрами) появляются новые виды контента и его презентации: фото, видео, рисунки, коллажи, стикеры, мемы, фото- и видеоприколы, хештеги, баннеры...

Задействуется известный ещё с древности принцип, который Пьер Корнель в разборе своей пьесы «Сид» (1660) определил так: *«Увиденное трогает куда сильнее, нежели только рассказанное»* [Пави 1991, с.227].

Таким образом, *рассказ* считался недостаточно эффективным способом «воздействия на реципиента» уже в эпоху классицизма (что проявлялось через театральное действие, другие формы искусства и т. д.).

То есть мы можем сто раз *услышать* рассказ о каком-либо факте, событии, «персонаже» (в широком смысле), но если мы это *увидим* (на фото, видео, селфи и проч.), мы поверим в это быстрее и «безоговорочнее», а эффект от восприятия будет молниеноснее и глубже. Хотя понятно, что речь здесь идёт о разных типах восприятия, и при этом ни один из них не отменяет другого. Как говорится, «кому что ближе...»

В XXI веке, в эпоху интернета современная коммуникация, как было сказано, претерпела огромные изменения. Интернет-коммуникация характеризуется сочетанием многообразного контента, активным взаимодействием вербальных и невербальных компонентов, вовлечением в этот процесс элементов различных семиотических систем (фотографий, рисунков, коллажей, схем, аудио- и видеоряда и т. д.). Меняется сама языковая коммуникация, появляются новые типы текстов, которые получили название *мультимодальных, дисплейных, поликодовых*.

Вместо книги мы теперь используем экран (телефона, планшета, ноутбука, компьютера, ридера и др.). А вместо текста – *изображения, инфографику, рекламу, карикатуры, демотиваторы, видеоряд* и многое другое (например, те же *комиксы* или *интернет-мемы*).

Так, В. Г. Костомаров пишет: *«Носителями смысла становятся иллюстрации, раньше лишь украшавшие, дополнявшие текст в книгах, фотографии, движущиеся кадры даже без вербального комментария»* [Костомаров 2014, с. 34]. Со своей стороны, А. А. Кибрик отмечает следующее: *«Максимальное разнообразие одновременно используемых модальностей характерно для современного интернета, сочетающего множество взаимодействующих средств – графических (как статических, так и движущихся) и звуковых»* [Кибрик 2010, с.147].

Интернет-коммуникация осуществляется посредством социальных сетей, форумов, блогов, мессенджеров и проч., и проч. Как снежный ком растёт число жанров этой самой новой формы коммуникации. И если к *сайтам* современное поколение уже начинает относиться так же, как мы когда-то – к статьям в **«Большой советской энциклопедии»**, то жанр *блога* пока что достаточно свеж и не устарел. Тем более что наряду со старыми платформами (**«Живой Журнал»** например) появляются и новые – тот же **«Дзен»** на **Яндексе**. Именно там веду свой блог и я. А называется он **«Ок, МГУгл!»** (https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/).

Интернет-жанры развиваются стремительно: *сайты, посты* в соц-сетях (а вслед за ними – *репосты* или *перепосты*), общение в *чатах*... Со временем появляется *блог*, который, с одной стороны, имитирует

традиционную авторскую статью, а с другой – аккумулирует все новые жанры, отличительной чертой которых является их *сверхкоммуникативность*. Вслед за понятием «*блог*» возникают соответствующие ему термины – *блогер*, *блогосфера*... И начинается формирование этой самой блогосферы.

Что же касается речевого «рисунка» блогowego дискурса, то он характеризуется свободной манерой изложения, доверительной дружеской интонацией общения. Это значит, что он не остаётся свободным от основных законов наррации, построения и структурирования любого дискурса (устного или письменного). То есть от постулатов риторики. А поскольку дискурс блога стилизуется под речевое (устное) а не литературное (письменное) «построение», законы риторики тем паче актуальны! Таким образом, дискурсивный «рисунок» риторически ориентирован на «*своих*», то есть на читателя «*понимающего*», который «*в теме*». Чему соответствует и блоговой тезаурус – вполне определённая лексика, причём далеко не всегда строго литературная.

Лексика. Что касается лексики, то она очень разнообразна, как правило, стилистически снижена, приближается к разговорной и даже просторечной, иногда – с элементами жаргонной. А также экспрессивно весьма окрашена – со всеми присущими этим стилям речи лексическими единицами и фигурами речи, эвфемизмами, дисфемизмами, а иногда и «заретушированной» обценной лексикой.

Такое словоупотребление, подкрепляемое разнообразнейшей лексикой (это и просторечия, и жаргонизмы, и напротив, стилистически обыгранные слова «высокого штиля»), делает дискурс интернет-блога весьма выразительным, динамичным и эмоционально окрашенным.

Способствует этому и активное использование и устойчивых словосочетаний, и такого неиссякаемого источника мудрости, образности и экспрессивности, как русская фразеология. На своём многолетнем опыте я давно убедился: фразеологизмов никогда не бывает много! И примеров их использования, обыгрывания, перефразирования можно заполнить не одну страницу. («*Напишу правду: коллеги ткнули меня носом в интервью...*»; «*Вот те, бабушка, и Юрьев день!...*»; «*У всякого свой вкус: кто любит арбуз, а кто – свиной хрящик*» и мн. др.)

Риторические конструкции блога также очень близки к разговорным (лексически) и ораторским (по своим интенциям, прагматически). Например, это обращения: («друзья», «коллеги», «читатель мой» и др.), восклицания, лексические повторы, лейтмотивы и др. («Ай-яй-яй! Что же случилось-то?»; «О, чудо!»; «Аж дух захватывает!»). Активно используются междометия, вводные слова и конструкции. Причём всё это, как правило, стилистически окрашено и приближено к разговорному словоупотреблению: «*Не хочу изменять своей традиции (хоть меня за это некоторые мои читатели и поругивают) и расскажу очередной анекдот. Мой любимый! Конечно, про урок русского языка. И где бы вы думали? Но это же очевидно!...*»

Синтаксис. Интернет-дискурсу присущ **разговорный синтаксис** – инверсия, парцелляция, эллипс или, напротив, плеоназм в синтаксическом построении фразы. А также риторический *повтор*, обилие *вводных и вопросительных конструкций* и т. д. Кроме того, дискурс блога отличает высокая **диалогичность**: постоянные *ретроспекции, напоминания, аллюзии*, отсылки к уже известным фактам, событиям и текстам.

Высок уровень цитирования и автоцитирования. Причём не только традиционного цитирования авторов и «авторитетов», но и самих читателей данного блога, их комментариев к предыдущим статьям в этом блоге. Это обусловлено тем, что блоги имеют устоявшуюся аудиторию – подписчиков, активных читателей, постоянных комментаторов. А потому автор блога зачастую как бы непосредственно обращается к своей виртуальной аудитории, её активным членам.

Он как бы ведёт постоянный **диалог** со своими постоянными читателями, откликается на их *виртуальные реакции* (комментарии), *вопросы* и *коммуникативные запросы*. А потому дискурс блога так богат риторическими средствами и классическими приёмами построения текста, жанрово приближаясь к *социально-бытовой форме речи* (но не только – это в значительной мере зависит от тематики блога, пристрастий и эрудиции его автора и т. д.).

Для дискурса блога характерно хорошо известные в классической риторике эристические уловки – **многовопросие**, а также «**вопросы от дурака**», абсурдные сентенции и т. д. [Аннушкин 2017, с. 152–154]

(«А всё почему?»; «Так вот, /.../ она призналась в полной своей “импотенции”, как ни странно это звучит в отношении дамы...»; «Но нет, народ у нас въедливый... Хотя, какое там “у нас”?...»)

Графизмы, заголовки, подзаголовки... Вспомогательную, но, тем не менее, значимую роль в оформлении интернет-дискурса играют известные ещё по орнаментальной эстетике XX века (произведения Андрея Белого, Алексея Ремизова, Бориса Пильняка и др.) *графические выделения*. Которые привлекают внимание реципиента и акцентируют, актуализируют представленную в тексте информацию. (Например: «*Что ж, не Васильева эти “реформы” придумала. Она их просто успешно продолжила!*»)

Не менее значимо в акцентуации, актуализации, образной оценке, шуточном обыгрывании контента такое средство как *заголовки* и *подзаголовки*. Кроме того, они призваны структурировать текст и, я бы сказал, его «балансировать», устраняя возможный «дисбаланс» и «перегруз» (Например: «*КВОРУМ ОДОБРИЛ КВОТУ*», «*БЕЗОБРАЗНО – ЗНАЧИТ, БЕЗОБРАЗНО!*»; «*ТАК ГДЕ ЖЕ ИСТИНА?*» и др.).

Изображения. Под изображениями подразумеваются фото, рисунки, карикатуры, коллажи, инфографика, интернет-мемы, так называемые демотиваторы и т.п. На изображение в блоге, как и в любом другом интернет-жанре, накладывается серьёзная функциональная нагрузка. Они перестают быть просто «украшением» текста или же, как это было принято всегда, традиционной *заставкой* к тексту. В зависимости от задач меняется и сам жанр изображения. В первую очередь это, конечно, *фотографии*, но не только. Например, мне очень нравятся своей лаконичной выразительностью и информативностью *географические карты*, а экспрессивностью и юмором – *карикатуры* (которые, к сожалению, в большинстве случаев «табуированы» авторским правом).

Соответственно, к этим изображениям предъявляется множество требований с целью выполнения ими необходимых в интернет-дискурсе функций: *эстетической, мотивирующей, информационной, прагматической, аксиологической* (оценочной) и др.

Использование видео. Видео «встраивается» в текст блога или же следует после текста. При этом оно может выполнять разные функции:

- ◆ иллюстрировать тему или часть дискурса («*Любить ЛЮБЭ по-болгарски-2*» [Карпенко «Ок, МГУгл!» URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/liubit-liube-pobolgarski2-5deff29804af1f00ad05c1cbj];
- ◆ статья может «отталкиваться» от видео, частично цитировать его, но при этом развивать уже ранее поднятую тему и содержать собственные рассуждения, умозаключения и выводы («*Реформа образования – “Плевок в будущее страны”*») [Карпенко «Ок, МГУгл!» URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/reforma-obrazovaniia--plevok-v-buduscee-strany-5d398f0dc0dcf200ad8e3971j].
- ◆ видео может служить иллюстрацией, при этом жанрово будучи используемо в качестве «вставной новеллы» (или включённого жанра – см. далее), но в то же время аксиологически доводя описываемую ситуацию до абсурда (там же).
- ◆ кроме того, сам текст статьи может стать «пояснением» к видео (например, статья «*Сумей слепить фейк: Язык на информфронте*») [Карпенко «Ок, МГУгл!» URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/sumei-slepit-feik-iazyk-na-informfronte-5ccc242d007b5200b31cba43j].
- ◆ иногда и само видео может сопровождаться текстом – например, комментариями к нему из различных интернет-сообществ («*Прозревшая Европа: “Языковой геноцид” на Украине!*») [Карпенко «Ок, МГУгл!» URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/prozrevshaia-evropa-iazykovoi-genocid-na-ukraine-5d44dcb5d11ba200aea56403].
- ◆ более того, иногда цитата из видео может обыгрываться в тексте, а само видео выступать в качестве прецедентного текста («*Языковой геноцид на Украине (2)*») [Карпенко «Ок, МГУгл!» URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/iazykovoi-genocid-na-ukraine-2-5d48ba8e9c944600ad0463ab].

Включённый жанр. Не вижу, чтобы этот приём был чрезмерно активен в интернет-пространстве, но, тем не менее, он известен задолго до «*Повести о капитане Копейкине*» Н. В. Гоголя и используется также и при построении гибридного *поликодового* дискурса в интернете.

Ну а моей, как нынче принято говорить, «фишкой» в качестве «вставной новеллы» постепенно стал *анекдот*. (Я их даже преднамеренно шутливо классифицирую: просто «*Анекдот*», «*Одесский анекдот*», «*Новый болгарский анекдот*», «*Австралийский анекдот про русских*» и т. д.; и даже совершенно новый жанр, противоречащий всем законам жанра: «*Пересказываем анекдот*»...) [Карпенко «Ок, МГУгг!» URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/priznanie-ministra-detей-funktionalnyi-debilizm-5d3643ddf73d9d00ae265070]. В качестве «вставной новеллы» может выступать также и **видео-анекдот**.

Итак, интернет-блог представляет собой новый, но уже устоявшийся жанр онлайн-пространства (так называемой Всемирной сети), которому присуща достаточно вольная форма интернет-дискурса. Его можно назвать, *поликодовым* (*мультимодальным, дисплейным*) именно за его *гибридность*, привлечение многих *каналов* и *форм* воздействия на реципиента – современного интернет-пользователя.

Однако при всей кажущейся новизне этого жанра принципы построения и оформления текстового пространства блога опираются на всё те же старые как мир постулаты Аристотелевой поэтики – классическую риторику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И. Риторика. Экспресс-курс. 5-е изд. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2017. – 224 с.
- Горошко Е. И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2012. – 328 с. – С. 9–52.
- Карпенко, Илья. Прививка от глупости // Нескучный сад, № 5–6 (88), 2013 (1). С. 12–13. URL: <http://www.nsad.ru/articles/internet-privivka-ot-gluposti> (дата обращения: 15.12.2019)
- Карпенко Илья. Как читают в интернете // Нескучный сад, № 5–6 (88), 2013 (2). С. 14–15. URL: <http://www.nsad.ru/articles/kak-chitayut-v-internete> (дата обращения: 15.12.2019)
- Карпенко И. Е. «Ок, МГУгг!» [Электронный ресурс] // Яндекс Дзен URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/ (дата обращения: 15.12.2019)
- Костомаров В. Г. Язык текущего момента: понятие правильности. – М.: Златоуст, 2014. – 220 с.

- Кибрик А. А.* Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования: сборник научных трудов. – М.: Институт психологии РАН, 2010. – С. 135–152.
- Пави П.* Словарь театра. М.: Прогресс, 1991. – 504 с.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Rhetoric. Express course. 5th ed. – Moscow: FLINT : Nauka, 2017. – 224 p.
- Goroshko E. I.* Modern Internet communications: structure and main characteristics // Internet communication as a new speech formation. – Moscow: FLINT : Nauka, 2012. – 328 p. – P. 9–52.
- Karpenko Ilya.* Vaccination against stupidity // Neskuchny garden, № 5–6 (88), 2013 (1). Pp. 12–13. URL: <http://www.nsad.ru/articles/internet-privivka-ot-gluposti> (accessed 15.12.2019)
- Karpenko Ilya.* How to read on the Internet // Neskuchny sad, № 5–6 (88), 2013 (2). Pp. 14–15. URL: <http://www.nsad.ru/articles/kak-chitayut-v-internete> (accessed 15.12.2019)
- Karpenko I. E.* “OK, MGPL!” [Electronic resource] // Yandex Zen URL: https://zen.yandex.ru/media/metodika_rki/ (accessed 15.12.2019)
- Kostomarov V. G.* the Language of the current moment: the concept of correctness. Moscow: Zlatoust, 2014. 220 sec.
- Kibrik A. A.* Multimodal linguistics // Cognitive research: a collection of scientific papers. – Moscow: Institute of psychology, Russian Academy of Sciences, 2010. – Pp. 135–152.
- Pavie P.* Dictionary of the theater. Moscow: Progress, 1991. – 504 с.

УДК 81

Клименко Галина Васильевна

кандидат филологических наук, доцент

доцент кафедры русского языка как иностранного

Института международных образовательных программ

Московского государственного лингвистического университета

gal.klim2009@yandex.ru

СПЕЦИФИКА АВТОРА В МЕДИА-ТЕКСТАХ XXI ВЕКА

В данной работе анализируются тексты печатных изданий СМИ. Приводится новая коммуникативная матрица, уточняются понятия «медиа-текст», «медиа-факт». Констатируются изменения в жанрах: исчезновение или трансформация традиционных видов и возникновение новых (версия, расследование, беседа, опрос, дебаты и др.). Материалом исследования является газетно-журнальная публицистика последних десятилетий. Цель работы – выявление специфических особенностей современного ратора (коллективного, коллегиального, индивидуального автора) в медиа-текстах XXI в. Подробно анализируется набор вербальных и когнитивных средств, которые используют авторы. Результаты исследования позволяют сделать выводы о том, что данный комплекс средств определяется авторской модальностью и ориентацией на определенные сферы общественной жизни с учетом социальных, возрастных, профессиональных, политических групп. К характерным чертам современных авторов можно отнести их категоричность, субъективизм (оценка предшествует сообщению, далее повторяется в тексте), повышенную эмоциональность и экспрессию: использование многочисленных тропов и риторических фигур, а также жаргонной, просторечной, окказиональной и креативной лексики, приводящей к речевой агрессии. Документальность отходит на второй план, пропадает за изобразительно-выразительными средствами языка, что свидетельствует о доминировании воздействующей функции СМИ над первичной информативной. Автор и созданный им медиа-текст, воздействуя на сознание адресата, становятся инструментом манипулирования. В работе на конкретных примерах рассматриваются когнитивно-семантические, риторические и прагматические стратегии и тактики, которые приводят к созданию новой реальности, меняя картину мира реципиента. Отмечено также негативное влияние креативизации и либерализации текстов СМИ на нормативный литературный язык. Результаты исследования имеют не только теоретическое, но и практическое значение, могут быть использованы в педагогическом процессе в курсах риторики и культуры речи.

Ключевые слова: медиа-текст, специфика автора, средства воздействия.

Klimenko Galina Vasiliyva

PhD of Philology, associate Professor,
Associate Professor of the Department of Russian language for foreigners,
Institute of international educational programs,
Moscow state linguistic University
gal.klim2009@yandex.ru

**SPECIFICITY OF THE AUTHOR IN THE MEDIA-TEXTS
OF THE XXI CENTURY**

In this article the texts of printed media publications are analyzed. A new communicative matrix is presented, the concepts of “media-text”, “media-fact” are specified. Changes in genres are stated: disappearance or transformation of traditional species and emergence of new ones (version, investigation, conversation, survey, debate, etc.). The material of the study is newspaper and magazine journalism of the last decades. The purpose of the work is to identify the features of the modern rhetorician (collective, collegial, individual author) in the media-texts of the XXI century. The set of verbal and cognitive tools used by the authors is analyzed in detail. The results of the study allow us to draw conclusions, that this set of tools is determined by the author’s modality and orientation to certain spheres of public life, taking into account social, age, professional, political groups. The characteristic features of modern authors include their categorical, subjectivism (assessment precedes the message, then repeated in the text), increased emotionality and expression: the use of numerous tropes and rhetorical figures, as well as slang, vernacular, occasional and creative vocabulary, leading to verbal aggression. Documentary fades into the background, disappears behind the visual and expressive means of language, which indicates the dominance of the influencing function of the media over the primary informative. The author and the media text created by him, influencing the consciousness of the addressee, become a tool of manipulation. The paper deals with specific examples of cognitive-semantic, rhetorical and pragmatic strategies and tactics that lead to the creation of a new reality, changing the world view of the recipient. The negative impact of creativization and liberalization of media texts on the normative literary language, the phenomenon of speech aggression is noted. The results of the study are not only theoretical but also practical value, can be used in the pedagogical process in the courses of rhetoric and speech culture.

Keywords: media-text; specificity of the author; means of influence.

ВВЕДЕНИЕ

Тотальное развитие аудиовизуальных и электронных средств массовой информации привело к возникновению медиaprостранства – это специфическая среда, где проходит во многом виртуальная жизнь всего общества, а также отдельных социальных групп и индивидуальных лиц. Медиaprостранство в свою очередь породило медиа-текст, пришедший на смену традиционному журналистскому произведению. Старые жанры или исчезли, или размыты (очерк, фельетон, передовица, обзор печати, аналитическая статья и др). Родились новые медиажанры: эссе, комментарий, журналистское расследование, беседа, рубрики «Версия», «Мнение», «Опрос», «Специальный репортаж», дискуссия в прессе, конкурсы на ТВ, реалити-шоу, теледебаты и др. «Популярностью стали пользоваться фрагменты, «куски» действительности. На первое место выдвинулась авторская модальность... Важным стало не жанрово-каноническое построение материала, а его вписанность в контекст реальности, его воспринимаемость определенными сегментами аудитории. На смену понятию «журналистское произведение» приходит понятие «медиа-текст», актуализирующее не автономность текста, а его принадлежность медиадискурсу, зависимость от него» [Шайхитдинов 2015, с.281]. Другими словами, текст становится средством для достижения заранее поставленной цели. Необходимо отметить и такое явление, как медиа-факт, активизировавшийся в последние десятилетия, когда СМИ стали массовыми и ориентированными на аудиторию планетарного масштаба. «Медиа-факт является микротекстом массовой информации, образующей макротекст. Он подчиняется всем законам текстообразования, которое делает возможным его создание и воздействие на аудиторию. С семиотической точки зрения это знаково-символическое образование, которое может включать устную и письменную речь, вербальные и иконические знаки, статические и движущиеся изображения. При создании медиа-факта используется ряд приемов, облегчающих восприятие текста реципиентами, например, идея или образ, апеллирующие к определенной системе ценностей, создание эффекта реальности, основанные на иконических знаках и т. д, наложение одних

семантических структур на другие и соединение их воедино благодаря дигитализации (переводу в цифровую форму). Ложная идея может быть заложена в любом из перечисленных элементов» [Словарь-справочник «Эффективная коммуникация ... с. 702]. В итоге нередко создается модель искривления источника, ложное сообщение, смоделированное в качестве достоверного, фейки, слухи. Таким образом, возникает закономерный вопрос: для чего существуют СМИ в наше время? Хотя их главная функция – информировать, но на практике происходит нечто иное. Свобода слова и новые технологии привели к тому, что на первый план вышла воздействующая функция в ее крайнем выражении – манипулятивно-суггестивном (контроль и манипуляция адресатом), а также активизировалась фатическая функция, ориентированная на установление контакта с читателем, слушателем, зрителем. Эти тенденции активно изучаются современными лингвистами, психологами, социологами, как отечественными, так и зарубежными. Достаточно вспомнить работы Р. Барта, Ван Дейка, В. Г. Костомарова, Л. В. Рацибургской, Т. В. Чернышовой, С. И. Сметаниной и др.

Целью нашего исследования является «образ автора», выявление специфических особенностей субъекта, создающего медиа-тексты в современном мире. Журналистская деятельность является комплексной деятельностью, «сочетающую в себе познавательную, ценностно-осмысляющую и художественную деятельность... Субъект может отражать объективные связи и отношения, т. е. познавать мир; он может ценностно осмыслять его; может конструировать новые идеальные объекты, отвечающие его потребностям как субъекта, т. е. проектировать несуществующее, но желанное или необходимое. Существует также форма деятельности, в которой синкретически сливаются ... все ее исходные практические формы, – это художественная деятельность» [Сметанина 2002, с. 15].

Материалом для исследования послужила печатная публицистика последних двух десятилетий: газеты, журналы, рекламные тексты. Привлекались также электронные варианты печатных изданий.

Обращаясь далее к анализу феномена автора в современных СМИ, прежде всего стоит вспомнить Ю. В. Рождественского, который еще в 80-х годах прошлого столетия, исследуя массовую коммуникацию

как новую фактуру речи, указал три вида текстов в этой сфере: 1. По совокупному образу ратора. 2. По территориально-профессиональному признаку. 3. По видовым и жанровым особенностям [Рождественский 1996, с. 21]. В настоящее время региональные и узко-профессиональные издания занимают незначительное пространство медиасферы. Что касается жанрово-видовых особенностей текстов, то, как отмечалось выше, прежние жанры или исчезли, или трансформировались; появились новые формы: журналистское расследование, беседа, комментарий, версия, исповедь, дебаты и др. Таким образом, можно говорить лишь о совокупном образе ратора, уцелевшем из прежней журналистики. Новая коммуникативная матрица выглядит теперь следующим образом : реальный факт(событие) – совокупный образ ратора – медиа-факт – медиа-текст. Попытаемся понять, кто он – современный автор медиа-текстов? Мнения ученых по этому вопросу кардинально противоположны: Р. Барт говорит о «смерти автора» [Барт 1989, с. 384–391], Т. В. Чернышова считает, что появился коллективный автор [Чернышова 2016, с.9]. Существует и третья точка зрения: автор «разделился» в соответствии с конечной целью сообщения, т. е. с учетом интересов тех или иных социальных, профессиональных, политических групп [Шайхитдинов 2015, с. 281–282]. Такой тип автора можно назвать коллегиальным. В любом случае текстообразующая деятельность не предполагает диалога, включения в непосредственное общение с адресатом (мы не рассматриваем здесь интерактивные формы, опросы, прямой эфир и т.д).

Просмотр печатных и электронных изданий (как солидных, так и таблоидов) в первую очередь выявляет тот факт, что все тексты распадаются на две группы: 1. Имеющие конкретного автора в таких жанрах, как статьи, развернутые сообщения, интервью, расследования. 2. Анонимные тексты (краткие сообщения, рекламные тексты, комментарии), которые отражают позицию не его создателя, а заказчика. Наиболее многочисленны такие тексты в рекламе, но нередки также и в политической публицистике. Образ ратора в этом случае можно отнести или к коллективному автору, или к коллегиальному.

Следует упомянуть о том, что в основе построения любого медиа-текста лежит принцип отбора вербальных средств в соответствии

с целями и сферами общения. Общим же конструктивным принципом газетно-публицистического стиля является чередование стандартных, клишированных моделей и экспрессивных фрагментов текста. Этот принцип подробно описан в книге В. Г. Костомарова [Костомаров 1971, с.57].

Рассмотрим подробно, каковы характерные особенности авторов медиа-текстов.

1. В настоящее время отбор языковых средств, как уже говорилось, определяется во многом авторской модальностью. Здесь надо отметить прежде всего категоричность и субъективизм автора как коллективного, коллегиального, так и конкретного, индивидуального. Эти моменты частотны в разных типах информации. Так, например, оценка, содержащаяся в заголовке, предшествует сообщению о событии, повторяется далее в тексте, т. е. навязывается адресату: «Умрет всё, что не медиа» – о театре и других видах искусств» (Новая газета, 13.11.2019); «Кормушка закрывается» – о постсоветской бюрократии (Завтра, № 10, 2019); «Формула ерунды» – о церемонии награждения премией «Оскар» (Завтра, № 10, 2018); «Хищения космического масштаба» – о строительстве космодрома Восточный (АиФ, № 47, 2019); «Воплощение гнили» против «фаворита русских» – заголовок статьи о Хиллари Клинтон и ее полемике с конгресссменом Т. Габбард (Независимая газета, 21.10.2019)

2. Наблюдается фрагментарность, «коллажность» медиа-текста. Традиционные информационные сообщения сократились до минимума в 70–80 слов. Приведем пример рубрики «Политика» на 2-ой странице АиФ (№ 47, 2019): 3 кратких сообщения, являющиеся ответом на актуальные вопросы «*Когда соберут нормандскую четверку?*», «*Надо ли России «наводить мосты» с США?*»; «*Путин – Аргументам и фактам*». Вся подборка сделана коллективным автором, отражающим позицию редакции газеты. В «Комсомольской правде» (21.10.2019) обсуждение проблемы перегрузки учащихся под заголовком «*А не отменить ли в школах домашнее задание ?*» представляет коллаж из мнений специалистов, учителей, домохозяек, слушательниц радио и др., каждое объемом 2–3 предложения, например: «*П. Жавнеров, психолог : «Можно. Ребенок мечтает стать хок-*

кеистом, а его пичкают алгеброй, черчением. Ему это не пригодится.»; «А. Трохина, домохозяйка : «Нет! Я сыновьям сразу сказала: хотите стать людьми – трудитесь сами. Можете плюнуть на уроки – туалеты за три копейки тоже кому-то надо мыть». Также можно отметить рождение текстов смешанного рекламно-информационного характера. Развернутое сообщение на тему «*Бесплатный есть в Москве Wi-Fi – бери смартфон и подключай*» имеет автора (А.Титко), вводную часть с информацией о создании в Москве единого Wi-Fi, далее краткие указания «*Маршрут № 1: точка подключения на Манежной площади, подключение сработало не сразу, и «Маршрут №2 – в районе Киевского вокзала, где сеть работает плохо. Тут же отдельной колонкой – «Где еще поймать сеть?»*» – перечисление улиц, парков и др. Данный текст является также поликодовым, так как включает коллажное цветное фото, что характерно для рекламы. (КП, 21.10.2019).

3. Повышенная эмоциональность, экспрессия характерна не только для оппозиционной прессы, но и для вполне солидных изданий. Используется такая когнитивная категория, как противопоставление «свой-чужой». «В период перестройки и в 90-е годы палитра языковых средств значительно расширяется, что связано, конечно же, с пестротой политической жизни. В центральных газетах, наряду с давно известными политическими терминами, появляется множество неологизмов разговорного характера: *гайдаровцы, ельцинисты, жириновцы, лужковцы, зюгановцы, яблочники* и др., но общая риторика сдержанная, в пределах приличия. Однако газеты, выражающие взгляды тех или иных оппозиционных партий, не стесняются в использовании просторечной, вульгарной лексики, в том числе экспрессивных дериватов: *совок, коммуняки, прихватизация, дерьмократы, подонки, шокотерапевты, младореформаторы-казнокрады* и др. Хотя категория «свой-чужой» или «мы-они» в целом сохраняется, но она размывается и распадается на целый спектр конкретных оппозиций. Так, для партии реформаторов «они» – это *коммунисты, зюгановцы, совки, наследие прошлого*; для коммунистов и сочувствующих групп «они» – это *шокотерапевты, «...все эти гайдаровцы, чубайсы, козыревы*» (газ. «Сегодня» № 57, 1994), для ЛДПР «они» – это все

остальные партии: *предатели, экстремисты, разрушители России, бандиты, взяточники и воры, нечистая сила с икоркой на устах* (В. Жириновский, *Последний вагон на Север*. М., 2016.)» [Клименко 2017, с. 222]. Многие из этого набора лексики дошло до наших дней, но, хотя вульгаризмов стало меньше, общий тон нашей прессы остается достаточно агрессивным: термины *либерал, либерализация* употребляются нередко с негативным оттенком: *«Пока либералы из команды Гайдара-Чубайса знали, что их “крышуют” на Западе, они чувствовали себя неприкосновенными. У кого еще исчезла “крыша”? Да у всего нашего “либерального” клана»* («Наша версия», № 45, 2016). Что же касается отдельных личностей политиков, то, например, в солидном издании встречаем окказионализм в заголовке *«Чубайс-пугайс»* и далее в тексте разъяснение: *«А. Чубайс, Б. Яга, Е. Гайдар, З. Горыныч – что у них общего? Всеми ими пугали детей, только в разные века.»* (АиФ, № 16, 2019). Последний пример создан анонимным автором.

4. Применение риторических стратегий – отсылки к прецедентным текстам (аллюзии) – встречается чаще всего в заголовках статей или сообщений: *«Полгода – плохая погода»*, статья об итогах российской экономики (МК, 09.07.2019); *«Человек – это звучит горько»*, статья к 150-летию со дня рождения М. Горького (Завтра, № 12, 2018); *«Совершенно декретно»* (Metro, 29.10.2019); *«Транзит да любовь»* (Новая газета, 13.11.2019); *«Рассматривая зубы дареного коня»*, о вмешательстве России в политику Великобритании (Новая газета, № 127, 13.11.2019).

5. Прием использования метафор в медиа-текстах является не просто выразительным художественным средством. Когнитивная лингвистика показала, что метафорические образы вызывают определенные эмоции и изменения в ментальной картине мира адресата, воздействуют на глубинном уровне сознания, позволяя манипулировать последним. [Лакофф 2008; Баранов 1994]. Современные общественно-публицистические и рекламные тексты дают богатый материал для анализа как психологам, социологам, так и лингвистам. Приведем некоторые примеры: *«Валютная оттепель»* – законопроект об отмене статей УК, связанных с валютным контролем, невозвратом валютной

выручки и подложных документах (Новая газета № 127, 13.11.2019); «*Гордиев узел – все там же*» – о ситуации на Ближнем Востоке (Завтра, № 46, 2019); «*Открытые двери БРИКС*» – о саммите в Бразилии (там же); «*Лондон заставил лидеров ЕС напрячь мозги*» – обсуждение проблемы брекзита (Независимая, № 230, 21.10.2019); «*Польская оппозиция въезжает в Парламент на белом коне*» (Независимая газета, 14.11.2019).

Приведем также примеры использования метафор в рекламе, где они очень частотны, т.к. привлекают внимание потенциального потребителя: «*План ограбления*», *партнеры – магазины «OZON»*, *Иль де Ботэ. Нажми кнопку «Я в деле» и станешь участником* – реклама распродажи в нескольких магазинах; «*Руки из плеч*» – реклама сервисного центра (ремонт, благоустройство и др.); «*Допинг для мозга*» – лекарственный препарат фирмы «Эвалар»; «*Обвал цен*»; «*Революция цен*», «*Цены не кусаются*» – реклама в М-Видео; «*Скандал из-за недоброкачественных ножек Буша*» (КП, 13.02.2002). Надо отметить, что используют метафоры авторы всех типов – как коллективные, безымянные, так и конкретные, индивидуальные.

6. Такие образцы речевого поведения, как употребление жаргона и просторечия в огромном количестве, можно причислить к вербальной агрессии. Формат статьи позволяет привести лишь некоторые примеры: «*Папы всякие нужны. О том, что ростовские чиновники хотят, чтобы их город из бандитского стал купеческим*» – заголовок и подзаголовок (Независимая газета, 21.10.2019); «*Новорусские бандюганы 90-х, которых не убили, превратились в уважаемых предпринимателей*» (там же); «*Минздрав и движение «Трезвая Россия» могут с полным основанием критиковать отечественных лабуров, часто подверженных обидным слабостям...*» (КП, 21.10.2019); «*Есть мясо в бургере или нет – не важно. Товар нужно любым способом впарить покупателю*» (Завтра, № 10, 2018); «*Где бабло? Где менты, где бандиты – не понять*» (КП, 20.03.2018). Опасность данного явления хорошо исследована и описана: «...посредством СМИ обществу предлагаются порочные образцы речевого поведения, когда агрессивность становится частью языковой личности. Агрессивность журналиста может исказить картину мира адресата, негативно воздействовать на его языковой вкус» [Петрова, Рацибургская 2011, с. 1–2].

7. Следующая тенденция – креативизация русского языка. Она выражается не просто в появлении окказионализмов и неологизмов, но прежде всего в возникновении «мутантов» – слов, первая часть которых представляет заимствование, а другая часть – русскую морфему или слово. Нередко они совмещают в написании латиницу и кириллицу, например: *SMS-зомби* (заголовок в РГ, 28.02.2013), *Duxless* (книга С. Минаева), *PR-технологии*, *The Хачапур*, *Немчиновка village*. Глянцевые журналы также дают множество подобных примеров: «Я хотела организовать экотрип и показать, к чему приводит каждая лишняя вещь» (блогер А. Шишкова и ее «зеленая» революция, *Marie Claire*, декабрь 2019); «Стильные *beauty*-гаджеты порадуют в праздник всех, кого вы любите»; «*Trendy Vox* собирает все нужное и лучшее – сет косметической продукции, сертификаты из сферы услуг красоты, здоровья, шопинга» (там же). Этот тип смешанных образований нарушает все законы деривации и семантики, но связан с модой и массовым вкусом определенных социальных и возрастных групп, является частью речевого поведения, обусловленного влиянием глобализации и эстетики постмодернизма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Традиционное журналистское произведение изменило свою структуру, жанр, цели, превратилось в медиа-текст, зависящий от авторской модальности, нацеленный на определенную аудиторию, на сенсационность, развлекательность, компрометацию или восхваление того или иного объекта, на конкуренцию в новых рыночных условиях. Целостность, связность, законченность уже не являются обязательными критериями текстов (сохраняются лишь в отдельных солидных изданиях), в основном же преобладает фрагментарность, коллажность как характерная черта современных медиа-текстов.

2. Можно выделить несколько типов авторов: а) конкретный, индивидуальный (имеется имя и фамилия создателя сообщения); б) коллективный (анонимный); в) коллегиальный (также анонимный, но ориентированный на определенную группу – социальную, профессиональную, политическую, отражающий вкусы и идеи различных сегментов массовой аудитории).

3. Новые технологии и свобода печати привели к доминированию воздействующей функции СМИ. Документальная основа, само событие, факт нередко пропадает за выразительно-изобразительными средствами, за позицией автора. Установка на эмоциональность и экспрессию, использование тех или иных тропов и риторических фигур переключает внимание адресата с факта на язык сообщения, не всегда нормированный. Принцип стандарта теперь практически не работает.

4. СМИ, будучи инструментом не всегда объективного информирования, становятся проводниками массовой культуры, инструментом манипулирования сознанием общества в целом и отдельных его групп в частности. Реальное событие становится медиа-событием, затем медиа-текстом, порожденным в основном коллективным или коллективным субъектом, действия которого приводят к изменению традиционных ценностей и норм во всех формах общественного бытия. Выработаны когнитивно-семантические, риторические, прагматические стратегии, а также тактики и приемы смешанного типа, которые приводят к созданию новой реальности, изменяют ментальную картину мира адресата.

В заключение можно констатировать тот факт, что «современная культура утратила статус литературоцентричной культуры и демонстрирует все признаки медиацентричности. СМИ выступают в качестве мощного фактора формирования мировоззрения личности и ценностной ориентации общества.» [Анненкова 2011, с. 6] Человечество находится в данный момент на новом этапе цивилизации. Каковы будут его дальнейшие пути, пока трудно предсказать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анненкова И. В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Издательство Московского университета, 2011. 392 с.
- Барт Р.* Смерть автора. // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1994. 597 с.
- Баранов А. Н., Караулов Ю. Н.* Словарь русских политических метафор. Российская Академия наук, Институт русского языка. М: Помовский и партнеры, 1994. 330 с.

- Клименко Г. В.* Речевые стратегии и тактики в современных средствах массовой информации // Риторика и культура речи в современном научно-педагогическом процессе и общественно-коммуникативной практике: Сб. материалов XXI Международной научной конференции по риторике, 1–3 февраля 2017 г. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 583 с.
- Костомаров В. Г.* Русский язык на газетной полосе. М.: Издательство МГУ, 1971. 267 с.
- Лакофф Дж., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем. Пер. с англ. / под ред. А. Н. Баранова. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. 258 с.
- Петрова Н. Е., Рацбургская Л. В.* Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. Учебное пособие. М.: Флинта. Наука. 2011. 160 с
- Рожественский Ю. В.* Теория риторики. М.: Издательство Добросвет, 1997. 597 с.
- Словарь-справочник «Эффективная коммуникация: история, теория, практика. М.: ООО «Агентство «КРПА Олимп», 2005. 960 с.
- Сметанина С. И.* Медиа-текст в системе культуры. Изд-во Михайлова, СПб: 2002. 388 с.
- Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – М., Флинта. Наука, 2006. 696 с.
- Чернышова Т. В.* Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2016. 294 с.
- Шайхитдинов Т. В.* Эволюция коммуникативной матрицы: от произведения к медиатексту // Вестник Челябинского государственного университета, 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. 430 с.

REFERENCES

- Annenkova I. V.* Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskii aspekt yazyka SMI. М.: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 2011. 392 s.
- Bart R.* Smert' avtora. // Izbrannye raboty. Semiotika. Poehtika. – М.: Progress, 1994. 597 s.
- Baranov A. N., Karaulov Yu. N.* Slovar' russkikh politicheskikh metafor. Rossiiskaya Akademiya nauk, Institut russkogo yazyka. М: Pomovskii i partnery, 1994. 330 s.
- Klimenko G. V.* Rechevye strategii i taktiki v sovremennykh sredstvakh massovoi informatsii // Ritorika i kul'tura rechi v sovremennom nauchno-pedagogicheskom protsesse i obshchestvenno-kommunikativnoi praktike: Sb. materialov XXI Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii po ritorike, 1–3 fevralya 2017 g. М: Gosudarstvennyi institut russkogo yazyka im. A. S. Pushkina. 583 s.

- Kostomarov V. G.* Russkii yazyk na gazetnoi polose .M.: Izdatel'stvo MGU, 1971. 267 s.
- Lakoff Dzh., Dzhonson M.* Metafori, kotorymi my zhivem. Per. s angl. / pod red. A. N. Baranova. – M.: Izdatel'stvo LKI, 2008. 258 s.
- Petrova N. E., Ratsiburgskaya L. V.* Yazyk sovremennykh SMI. Sredstva rechevoi agressii. Uchebnoe posobie. M.: Flinta. Nauka. 2011. 160 s.
- Rozhdestvenskii Yu. V.* Teoriya ritoriki. M.: Izdatel'stvo Dobrosvet, 1997. 597 s.
- Slovar'-spravochnik «Ehffektivnaya kommunikatsiya: istoriya, teoriya, praktika. M.: OOO «Agentstvo «KRPA OlimP», 2005. 960 s.
- Smetanina S. I.* Media-tekst v sisteme kul'tury. Izd-vo Mikhailova, SPb: 2002. 388 s.
- Stilisticheskii ehntsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka. – M., Flinta. Nauka, 2006. 696 s.
- Chernyshova T. V.* Teksty SMI v mental'no-yazykovom prostranstve sovremennoi Rossii. M.: Knizhnyi dom «LIBROKOM», 2016. 294 s.
- Shaikhitdinov T. V.* Ehvolyutsiya kommunikativnoi matritsy: ot proizvedeniya k mediatekstu // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2015. № 5 (360). Filologiya. Iskusstvovedenie. Vyp. 94. 430 s.

УДК 808.5

Колесникова Ольга Ивановна

доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций
Вятского государственного университета
e-mail: kolesn2006@yandex.ru

ИСКУССТВО ВОДУШЕВЛЯТЬ В МАССМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ПОВСЕДНЕВНОСТИ

Статья посвящена риторическим особенностям речевого оформления современного медиадискурса повседневности по благотворительной тематике. Цель статьи – охарактеризовать риторизованные способы создания коммуникативного эффекта, определяемого положительными эмоциями и оптимистичным настроем читателя. Материалом исследования являются малоформатные тексты с названиями проектов, программ, мероприятий, нацеленные на воодушевление адресата идеей о важности помощи нуждающимся в ней, побуждение к поступку.

Ключевые слова: медиакommunikация; речевое воздействие; воодушевление; дискурсивный концепт; прагматический эффект; риторизация; микроконтекст; благотворительность.

Kolesnikova Olga Ivanovna

Doctor of Philology, Associate Professor
Professor at the Department of journalism and integrated communications,
Vyatka State University
kolesn2006@yandex.ru

THE ART TO INSPIRE IN THE MEDIA SPACE OF DAILY

The article is devoted to the rhetorical features of the speech design of the modern media discourse of everyday life on charitable topics. The purpose of the article is to characterize the rhetorized ways of creating a communicative effect determined by positive emotions and an optimistic mood of the reader. The material of the research is small-format texts with the names of projects, programs, events aimed at inspiring the addressee with the idea of the importance of helping those in need, an incentive to act.

Keywords: media communication; speech exposure; inspiration; discursive concept; pragmatic effect; rhetorization; microcontext; charity.

ВВЕДЕНИЕ

В современной русской речевой культуре есть элементы, которые можно условно назвать «белыми пятнами», так как они почти «не поддерживаются» данной культурой или настолько модифицировались, что опознаются под видом иных дискурсивных практик и средств их реализации в речи. Вместе с концом «эпохи великих свершений» из массового дискурса ушли речевые стереотипы, способные «воспламенить бойца на битву» (посвятить жизнь созиданию светлого будущего и т. д.). Возможно, именно феноменом штамповки и стиранием ярких красок в словесных оболочках можно объяснить не востребованность ставших анахронизмами многих стереотипных воодушевляющих элементов речи. Однако на смену «возвращениям» в повседневные дискурсивные практики массмедиа приходят другие способы обращения к читателям, воодушевляющие реализовать «души прекрасные порывы», придти на помощь людям.

Если говорить о публицистике, то стоит отметить, что современная картина мира носителя языка в массмедийном дискурсе репрезентируется преимущественно в эпатажном или ироническом ключе. Об этом свидетельствуют даже наиболее востребованные объекты лингвистических исследований (см., например, [Шаховский 2016]). Кроме того, как отмечают многие авторы, медиапространство, в котором сегодня «обитает» любой житель планеты, имеющий доступ к сети, характеризуется деструктивностью. В медийной сфере нередко доминирует разрушительный (для внутреннего мира человека) характер текстов. Их чтение может принести ущерб психологическому самочувствию, лишить равновесия и убежденности в справедливости и гармоничности окружающей реальности. Это относится и к текстам, выступающим в номинативно-репрезентирующей функции, в том числе малоформатным (в лентах новостей, дайджестах, постах и т. д.). *Социальная деградация, киберунижение, современное рабство, цифровые угрозы* и многие другие – эти слова более частотны в медиапространстве, чем позитивные и дающие настрой на творчество. Так, анализируя современные технологии, применяемые в политико-пропагандистском дискурсе, А. К. Михальская утверж-

дает, что позитивная пропаганда «адресована в основном – пенсионерам и технологически (риторически) заметно уступает негативной», которая используется именно для молодого адресата [Михальская 2018, с. 89]. В медиакommunikации формируется агрессивная информационная среда. Развивая мысль о новой модели эмоциональности в речи с приматом чувств и эмоций индивида, некоторые авторы утверждают, что «основными коммуникативными практиками дискурса новой эмоциональности являются оффренживание (удаление из ленты в соцсетях – О.К.) и рассоединение, обида и уязвимость» [Кошкарова, Яковлева 2019, с. 150].

Поскольку риторика не утратила своей позиции выступать нормой духовной культуры человеческого общества, все более актуально понятие риторической ответственности за сказанное в массовой коммуникации. Так, невозможно не согласиться с суждением О. И. Марченко об искусстве слова, которое «может дополнить эмоционально-эстетическими стимулами жизнь, *одухотворить ее*» (выд. нами) [Марченко 2015, с. 135]. Действительно, в трех составляющих риторического искусства: эстетической (пафосе), этической (этосе) и рациональной (логосе) – получают воплощение «вечные общечеловеческие ценности – Красота, Добро, Истина» [Там же, с. 134]. Грустно, если красивое безнравственно, непорядочно или неумно – но так же грустно, если глупое или аморальное красиво. «В эпоху всеобщей нестабильности, в том числе расшатанности языковых и нравственно-поведенческих канонов, системы общечеловеческих и национальных ценностей» [Сковородников 2016, с. 10] все актуальнее становится такая дискурсивная деятельность, которая нацелена на положительный коммуникативный эффект и позволяет не разобщиться с миром, пробуждая оптимистичный настрой, желание действовать во благо изменения мира к лучшему.

Концептуализация действия «воодушевить» в научно-понятийном аспекте

Существительное «воодушевление» примечательно тем, что оно прозрачно по своей семантической структуре даже с точки зрения народной этимологии: *во-одуш-е-вить* значит «сделать одушевленным»,

т. е. живым, и следовательно, думающим, рассуждающим, осмысленно, сознательно делающим что-либо. «Оживить» – наполнить душу живительным содержанием (сравним с фразеологизмом «вдохнуть душу во что-либо»). В лексикографической интерпретации воодушевить означает «вызвать душевный подъем, побудить к чему-л.; вдохновить» [Словарь русского языка 1981, с. 210]. В словаре В. И. Даля значение глагола объясняется с помощью объемного ряда синонимов: *одушевить, оживить, оживотворить, вдохновить, придать бодрости, жизненной, духовной силы, горячей любви к чему и деятельности, направить воображение, мысли, чувства*. Отметим, что в этом ряду проявляются такие важные концептуальные признаки, как «духовная сила» и «горячая любовь». Действие субъекта речи (глагол «воодушевиться») поясняется здесь детально и образно: *«как бы проснувшись от сна, от косности, покоя, воспламениться, взяться за что горячо, увлечься»* [Словарь Даля URL].

В современном онлайн-словаре традиционные синонимы «вдохновлять» и «возбуждать» дополнены тремя эквивалентами, имеющими метафоричный характер: «окрылять», «зажигать», «воспламенять» [Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений URL].

Опираясь на данные словарей, учитывая метафорический характер семантизации слов «воодушевление» и «воодушевлять», можно утверждать, что, несмотря на отсутствие явного выражения положительной оценочности, можно выделить и имплицитно содержащиеся в семантическом ореоле лексемы концептуально значимые признаки «благородные порывы чувств», «высокие стремления».

В классической риторике понятие «воодушевляющая речь» характеризуется приподнятостью стиля, а исследователи, обращающиеся к воодушевлению как действию ратора, обращают внимание на такие особые психологические свойства человека, проявляющиеся в речи, как страстность и пылкость.

На стимулирование активности человека делается акцент в педагогической риторике. Так, предлагая внедрять «метод воодушевления» в военной педагогике, один из авторов пишет: «воодушевление – это повышенное желание что-то делать. Воодушевление – это и свое-

образное преддверие вдохновения. Вдохновение возникает и развивается из воодушевления, а воодушевление помогает работать без усталости, работать с удовольствием, работать от души. Самая грандиозная идея кажется осуществимой, самая глобальная цель кажется достижимой» [Лукьянец 2017, с. 114].

Общеизвестна целеустановка воодушевляющей речи. Как и любая эпидейктическая речь, она направлена на «обращение к эмоциональной сфере слушателей, сплочение аудитории, поднятие настроения» [Меньшенина 2005, с. 182]. Положительные эмоции и возвышенные чувства вызывает речь, реализуемая в следующих жанрах: поздравление, благодарность, напутствие, прощание, приветствие, тост. Ряд таких жанров применяется как в официальной, так и в неофициальной обстановке. В случае с массмедийным дискурсом можно, видимо, говорить о приглашении к активным действиям, который имеет черты призывной речи, однако это «мягкое» воздействие, не предполагающее обязательное следование призыву.

Несомненно, воодушевление как разновидность воздействия требует от ратора / автора микротекста словесного творчества, поэтому следует говорить об искусстве воодушевления. Особенностью воодушевления как речевого действия является отсутствие одного доминирующего риторического компонента, тесное переплетение этического и эстетического. Это, в сущности, воздействие на систему ценностей личности, реализованная речевая интенция преобразовать, изменить ее; привнесение нового самоощущения (ощущения силы, способности достичь желаемого результата, приносящего пользу обществу). Четко сформулированная концепция необходимых мер, каких-либо действий – не главное в такой речи. В воодушевлении важнее «заражение» идеями, для чего текст должен быть направлен именно на адресата (а не на самопродвижение или получение материализованного результата), вызывая у него прилив энергии, сопровождаемый усилением эмоции. Должен ли быть в такой коммуникации пафос, являющийся характерным свойством эпидейктической речи? Е. В. Клюев связывает пафос с театральностью и аффектацией [Клюев 2001], но эти качества речи в дискурсе повседневности вряд ли адекватны обозначенным выше задачам воодушевления. Пафос возможен и даже

необходим прежде всего в такой сфере, как политический дискурс, подразумевающий идеологическое воздействие. Воодушевление и энтузиазм субъекта речи-политика может репрезентироваться пафосной идеологической лексикой – см., например, о склонности М. Тэтчер к пафосу в работе [Жирова 2011]). Однако идеологиемы давно зарекомендовали себя как знаки демагогической риторики.

В ценностно-концептологическом подходе *воодушевление* можно трактовать как один из дискурсивных концептов, которые выделяет В.В. Дементьев. Принимая интерпретацию дискурсивного концепта как концепта, включающего «дискурсивные знания и умения, пересекающегося с понятиями коммуникативной нормы, коммуникативной категории / категории дискурса, коммуникативного / речевого жанра, обладающего ценностными компонентами» [Дементьев 2013, с. 46], можно представить концепт «воодушевление» следующим образом.

Данный концепт, с нашей точки зрения, имеет подчеркнуто дискурсивный характер, так как относится к сфере повседневной медиакommunikации неофициального характера. В медиадискурсе рассматриваемого вида (группы и сообщества в социальных сетях; сайты фондов, субсидирующих социальные проекты, волонтерских организаций, благотворительных акций) фиксируется коммуникативное событие, связанное с привлечением внимания к социальным проектам либо благотворительным мероприятиям. Моделируется коммуникативная ситуация, обязательным компонентом которой является результат – формируемые с помощью воодушевляющей речи желание адресата речи принять активное участие в акции или проекте, готовность сделать конкретные шаги для улучшения ситуации.

При этом целью события является достижение 1) эффекта для автора обращения к широкой аудитории, выступающего инициатором благотворительной или волонтерской деятельности; 2) эффекта для адресата такой речи (потенциального участника события) – желания помочь людям; 3) эффекта для объектов благотворительной или волонтерской деятельности.

Таким образом, участниками дискурса выступают адресант речи, сообщающий о возможности адресата принять участие в социально значимой деятельности (в частности, благотворительности) и вооду-

шевяемый субъект (интернет-пользователь, т. е. любой адресат, принимающий речевое сообщение). Дискурсивные знания и умения включают владение средствами языка, вдохновляющими на благоую деятельность для нуждающихся в помощи людей, животных, реалий окружающего мира.

Таким образом, воодушевление можно считать дискурсивным концептом эмоциогенного характера, нацеленным на актуализацию положительно направленных прагматических компонентов речи.

Новые области применения воодушевляющей речи в современном медиадискурсе повседневности

Итак, опираясь на выявленные концептуальные признаки воодушевления как словесного знака-понятия и прилагая их к риторически значимому речевому действию, назовем те области его применения, которые в современном пространстве повседневной медиакommunikation представляются наиболее релевантными, исходя из прагматической цели той или иной области применения языка. Если традиционным поводом для применения воодушевляющей речи является прежде всего празднование государственных, религиозных, национальных праздников или другие торжественные ситуации вручения премий, выступления руководителей различных рангов с речью в честь заслуживших почести, благодарность, признание, исторических дат за победы, достижения (в ушедшие времена – за трудовые свершения), то *в дискурсе повседневности* цифровой эпохи рамки обращения к искусству слова данного рода трансформируются. Они расширяются под воздействием изменений в медиаформате, и в результате формирования новых условий приобретают иные черты, хотя, несомненно, их риторическая специфика остается своеобразным «опознавательным знаком».

Сегодня признаки риторики воодушевления, т. е. обращения к эмоциональному интеллекту адресата, можно обнаружить в такой новой области, как социальный маркетинг; в работе общественных организаций по вовлечению граждан разных возрастных групп в активную социальную деятельность.

В современной коммуникационной реальности адресатом воодушевляющей речи выступает новое поколение Digital, которое узнает о происходящем в мире через гаджеты. Соответственно изменившимся условиям, объектом исследования, на наш взгляд, могут выступать как медиатексты большого формата (например, небольшие онлайн-конференции или масштабные мероприятия с многочисленными одновременными подключениями), так и информационные продукты массовой коммуникации малого формата. Обычно последние выполняют задачи SMM продвижения различных мероприятий (акций, флешмобов и других волонтерских или любых иных форм участия людей по их свободному выбору). Нами выявлены и проанализированы микроконтексты, в которых, наряду с функцией номинации / репрезентации социального значимого события, к которому привлекается внимание аудитории, выполняется воздействующая. На основе воодушевляющей речи массовая аудитория побуждается к участию в программах, проектах, форумах или встречах, направленных на улучшение жизненной ситуации нуждающихся или решение социально значимой проблемы.

Воодушевляющие к действиям призывы в форме медианоминаций обнаруживаются главным образом на сайтах фондов, субсидирующих гражданские инициативы (например, см. [Фонд президентских грантов]); некоммерческих общественных организаций (например, на сайте Центра развития благотворительности и социальной активности в Москве «Благосфера»); в социальных сетях, на платформах которых размещаются различные digital-реализации коммуникационных концепций, и т. д.

Как известно, основной целью социальных медиа является создание и распространение определенной идеологии. Вместе с тем, как подчеркивает Е. В. Медведева, речь идет не столько о политических идеях, сколько о «современных культурных и материально-эстетических ценностях и / или престижных образцах поведения» [Медведева 2019, с. 371]. Оказание безвозмездной помощи людям, участие в социальных мероприятиях становится одним из образцов поведения в современной молодежной среде. Для продвижения мероприятий используется социальный маркетинг, цель которого –

«повлиять на поведение целевой аудитории, чтобы принести пользу для общества и для отдельного человека» [Социальная реклама URL]. Поэтому, наряду с информационными средствами, ключевую прагматическую нагрузку выполняют риторизованные.

Риторизованные средства воодушевления в современной цифровой среде

Известно, что именно позитивные реакции в сфере внутреннего мира человека, при взаимодействии мысли и чувства с приматом последнего, – конечный результат тех эпидейктических речей, которые призваны воодушевлять читателя. Пробуждение положительных эмоций и оптимистичный настрой реципиента становится результативной составляющей данного дискурса во многом благодаря обращению адресанта к риторизованным средствам языка.

Назовем те средства выражения призыва принять участие в помощи людям, которые приобретают «воодушевляющую» форму в названиях мероприятий. Стандартные императивы (*За красивый город. Уберите за своей собакой! / Дерзайте! / Помогите нам посадить дерево ради своих будущих детей*), обращения от лица животных (к примеру, надпись на их изображениях: *Помогите найти новый дом*) можно дополнить более эффектными. К примеру, в рамках экологического движения акции по сбору вторсырья для переработки отходов репрезентируются под названием-девизом *Сдавать и не сдаваться!* с игрой смыслами однокоренных семантически неравнозначных слов («сдавать пластик» и «не отступать от идеи очистить воздух и почву от вредных отходов»). Девиз донорской акции *«Сдай кровь – подари жизнь»* содержит указание на условно-результативный компонент событийной ситуации в форме подчеркиваемой связи действия донора как жизненно важного для больных людей поступка и их выздоровления. Приглашение к совместным благим действиям в форме выражения идеи соединения усилий адресата и адресанта *Поможем нуждающимся вместе!* реализуется в форме эмфазы. В названиях проектов, представленных на конкурс президентских грантов в этом году, прагматическая задача часто формулируется в той же форме, часто – с использованием глаголов множественного числа в будущем времени,

в том числе с обозначением объединяемых субъектов действий личным местоимением: *Станем сильнее / Возрождая, сохраним свои традиции / Вместе мы сможем больше*. Интересны факты с графической игрой в самом названии (например, имя Благотворительного проекта по сбору и распределению вещей *БлагоДарю* выступает не только зрительным аттрактором, но и источником смысловых приращений).

Конечно, в случае именовании акции за счет свертывания ключевой идеи можно встретить и неудачные названия. Так, одна из гимназий организовала акцию под названием *«День Красного носа»*. В анонсе узнаем: *Все вырученные средства будут перечислены в приют для животных «Друг»*. Ассоциация с Дедом Морозом, а не с бездомными собаками или кошками здесь выступает лишней, мешает верной интерпретации. Приведем еще один пример не очень удачного именовании мероприятия по причине его «непрозрачной» формы. Фестиваль социальных инициатив и благотворительных проектов, посвященный Дню Матери в РФ, назван *«Распахнутое небо»*. Вряд ли определение в этом сочетании можно назвать эпитетом, а степень декодируемости метафоры слишком низка.

В названиях социально значимых проектов широко используются метафорические номинации (*Нити добра, Дорога добра*) и прецедентные факты, например: *Город начинается с тебя! / Век живи – век учись / Семья – как много в этом слове – Любви, заботы, доброты*; отметим, что некоторые факты отмечены штампованностью, отсутствием особой новизны и потому более нейтральны (*В ногу со временем / Всё в твоих руках / Времен связующая нить. Память о прошлом останется навечно в наших сердцах / Будущее создаем мы*).

Риторизация нередко обнаруживается в оксюморонных сочетаниях: *Обыкновенная жизнь для необыкновенных ребят / Чемпионами станут лучшие, здоровыми будут все! Ореп спресе форум «Детям с повышенными потребностями – безграничные возможности!»*. Изредка используются аналогии (*Спорт как «Формула успеха»*).

Для синтаксиса воодушевляющей речи характерны эмотивные конструкции, в том числе восклицательные предложения (*Люди должны жить!*), инверсии (*«В единстве наша сила»* – о семье и школе).

Эту же жизнеутверждающую функцию способны выполнять и номинативные предложения (*Счастье жить / Поклон кораблям Великой Победы*). Однако наиболее часто в нашем материале обнаруживаются разного рода структурно неполные предложения, и прежде всего эллипсис (*Жизнь – в движении! / Верхом на коне – в активную жизнь!*). В названии реабилитационного проекта для детей с инвалидностью «*Сказка в каждом из нас*» функция воодушевления осуществляется за счет афористично выраженного смысла. В еще более свернутой форме выражается воодушевляющий призыв в конструкциях с пропуском подлежащего и сказуемого (*Вместе к вершинам! Развитие адаптивного скалолазания в Карелии – удачное, на наш взгляд, название проекта для детей с аутизмом и нарушениями коммуникации*). Более конкретное обращение к адресату наблюдается в прямых обращениях в определенно-личных конструкциях (*Любишь Россию – познай ее!*). В ряде номинаций отражается тенденция к алогичной сочетаемости как имплицитному способу создания экспрессии, например, в названии «спортивно-социальной программы», посвященной 75-летию Победы в Великой Отечественной войне *Будь в спорте! Стремись к Победе!* В связи с этим нельзя не подчеркнуть, что в дискурсе о благотворительности логические смещения такого рода, сигнализирующие о нетривиальности темы и ценностно значимой, полной высокого смысла деятельности участников, занимают ключевую позицию. Приведем вдохновляющую фразу из выступления президента союза некоммерческих организаций из пресс-релиза о благотворительном фестивале Черноземья «*Детские мечты*»: *Родина ответит на нашу доброту в лучшем настоящем!* [НКО URL].

Все перечисленные выше конструкции выступают в медианоминативных средством компрессии, а в более развернутых обращениях к адресату речи «мягкий» вариант воздействия реализуется и в безличных предложениях, например: *Не за горами время волшебства. Но совсем не обязательно ждать, когда случится чудо, можно творить его самим. 14 декабря по всему Ямалу пройдет благотворительная акция «Теплый день»*. Сравнивая средства такого рода с малоформатными призывами, отметим, что личные конструкции более экспрессивны: *Я хочу жить! / Мы все – одна команда! / Ты не один.*

Будучи лишь «визитной карточкой» нужных, необходимых людям дел, рассмотренные как микроконтексты факты, репрезентируют важное содержание, наполняющее смысл жизни людей – отзывчивых, ищущих место приложения своим способностям, желанию помочь другим и реализовать добрые намерения. Следует отметить, что все риторизованные способы «работают» на то, что на языке документов обозначено как «поддержка и пропаганда» (например, поддержка семьи, матери, отцовства и детства; пропаганда здорового образа жизни и т. д.). Прагматический эффект воодушевления для их объектов «измеряется» человеческими чувствами (прочируем отзыв о фестивале «Распахнутое небо» в ВКонтакте: *Каждый участник унес в душе огонек света и радости. Это было незабываемо*).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В эпоху цифровых технологий воодушевляющая речь в коммуникационных стратегиях занимает ключевое место и главным образом привлекается для достижения целей в деятельности различных социальных институтов. Воодушевление как речь, обращенная к эмоциональному интеллекту адресата, используется в повседневной медиакommunikации в ее различных сферах, и прежде всего в социально значимых сегментах медиа. Целевая аудитория не ограничена какими-либо социально-психологическими или социологическими параметрами. Риторизованные формы речевого воплощения авторского прагматического замысла нацелены на привлечение внимания всех интернет-пользователей и каждого отдельного из них члена общества / сообщества к социально значимым проблемам, на расширение контингента участников для их решения, вовлечение в активную деятельность каждого адресата речи. Апеллируя к эмоциональной сфере индивида, воодушевляющая речь характеризуется риторизованными средствами языка. При этом чаще всего адресант опирается на стереотипное восприятие людей того или иного сегмента картины мира, не стремится к оригинальности, особой креативности или не выражает такое стремление. В отличие от имиджевых со-задач эпидейктической речи в общепринятом понимании, наследуемом от классической риторики, в новой медиареальности главное в малоформатных

названиях-обращениях – обозначить связь объекта и субъекта помощи ближнему, уверить в возможности совершить добрый поступок. Коммуникативный эффект воодушевляющего дискурса обнаруживается в сфере личного (внутреннего состояния человека), который может послужить отправной точкой для деятельности (благотворительной, например). Благодаря эффективности воодушевляющей речи потребитель медиапродукции часто становится деятельным субъектом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Дементьев В. В.* Коммуникативные ценности русской культуры. Категория персональное в лексике и прагматике / В. В. Дементьев. Москва : Глобал Ком, 2013. 336 с.
- Жирова И. Г.* Эмоциональный интеллект языковой личности // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2011. № 2. С. 47–53.
- Клюев Е. В.* Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция). М. : «Издательство ПРИОР», 2001. 272 с.
- Кошкарлова Н. Н., Яковлева Е. М.* Дискурс новой эмоциональности: коммуникативные практики цифровой реальности // Политическая лингвистика. 2019. № 5. С. 147–152.
- Лукьянец А. А.* Метод воодушевления в современном культурно-образовательном пространстве // Воспитание в современном культурно-образовательном пространстве : сб. статей V Всероссийской научно-практической конференции / под общ. ред. О. К. Поздняковой. 2017. С. 113–117.
- Марченко О. И.* Риторика как способ «вращения» человека // Риторика в контексте образования и культуры : материалы XIX Международной научной конференции / ответственный редактор И. Ю. Нефедова; Рязань: Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина. 2015. С. 133–137.
- Медведева Е. В.* Instagram: пространство продвигающей коммуникации // Медиалингвистика. 2019. Т. 6. № 3. С. 369–380.
- Меньшенина С. В.* Классификация речей, жанры эпидейктической речи // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2005. № 7 (47). С. 181–185.
- Михальская А. К.* Война слов: риторика и поэтика пропаганды // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 3 (14). С. 80–95.

- НКО (Общенациональный союз некоммерческих организаций). URL : <http://rosnko.ru> (дата обращения: 15.11.2019)
- Сковородников А. П.* Экология русского языка / А. П. Сковородников
Красноярск : СФУ, 2016. 387 с.
- Словарь Даля под ред. Бодуэна де Куртенэ. URL : <http://slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068&di=vdal&wi=17016> (дата обращения: 3.11.2019)
- Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. 2-е изд., стереотип.
М. : Русский язык, 1981. Т. 1. А–Й. 698 с.
- Словарь синонимов русского языка онлайн URL : <https://synonymonline.ru/>
(дата обращения: 10.11.2019)
- Социальная реклама.ру. URL : <http://www.socreklama.ru/> (дата обращения: 17.11.2019)
- Фонд президентских грантов. URL : <https://президентскиегранты.рф> (дата обращения: 21.11.2019)
- Шаховский В. И.* Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: Человек, язык, эмоции. Волгоград: Изд-во ИП Поликарпов И. Л., 2016. 512 с.

REFERENCES

- Dement'ev V. V.* Kommunikativnye tsennosti russkoi kul'tury. Kategoriya personal'noe v leksike i pragmatike / V. V. Dement'ev. Moskva : Global Kom, 2013. 336 s.
- Zhirova I. G.* Emotsional'nyi intellekt yazykovoi lichnosti // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika. 2011. № 2. S. 47–53.
- Klyuev E. V.* Ritorika (Inventsiya. Dispozitsiya. Elokutsiya). M.: «Izdatel'stvo PRIOR», 2001. 272 s.
- Koshkarova N. N., Yakovleva E. M.* Diskurs novoi emotsional'nosti: kommunikativnye praktiki tsifrovoi real'nosti // Politicheskaya lingvistika. 2019. № 5. S. 147–152.
- Luk'yanets A. A.* Metod voodushevleniya v sovremennom kul'turno-obrazovatel'nom prostranstve // Vospitanie v sovremennom kul'turno-obrazovatel'nom prostranstve : sb. statei V Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii / pod obshch. red. O.K. Pozdnyakovoi. 2017. S. 113–117.
- Marchenko O. I.* Ritorika kak sposob «vzrashchivaniya» cheloveka // Ritorika v kontekste obrazovaniya i kul'tury : materialy XIX Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii / otvetstvennyi redaktor I.Yu. Nefedova; Ryazan' : Ryazanskii gosudarstvennyi universitet imeni S. A. Esenina. 2015. S. 133–137.
- Medvedeva E. V.* Instagram: prostranstvo prodvigayushchei kommunikatsii // Medialingvistika. 2019. T. 6. № 3. S. 369–380.

-
- Men'shenina S. V.* Klassifikatsiya rechei, zhanry epideikticheskoi rechi // Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnye nauki. 2005. № 7 (47). S. 181–185.
- Mikhal'skaya A. K.* Voina slov: ritorika i poetika propagandy // Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika. 2018. № 3 (14). S. 80–95.
- NKO (Obshchenatsional'nyi soyuz nekommercheskikh organizatsii). URL : <http://rosnko.ru> (data obrashcheniya: 15.11.2019)
- Skovorodnikov A. P.* Ekologiya russkogo yazyka / A. P. Skovorodnikov Krasnoyarsk : SFU, 2016. 387 s.
- Slovar' Dalya pod red. Boduena de Kurtene. URL : <http://slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068&di=vdal&wi=17016> (data obrashcheniya: 3.11.2019)
- Slovar' russkogo yazyka: v 4 t. / pod red. A. P. Evgen'evoi. 2-e izd., stereotip. M. : Russkii yazyk, 1981. T. 1. A–I. 698 s.
- Slovar' sinonimov russkogo yazyka onlain URL : <https://synonymonline.ru/> (data obrashcheniya: 10.11.2019)
- Sotsial'naya reklama.ru. URL : <http://www.socreklama.ru/> (data obrashcheniya: 17.11.2019)
- Fond prezidentskikh grantov. URL : <https://prezidentskiegranty.rf> (data obrashcheniya: 21.11.2019)
- Shakhovskii V. I.* Dissonans ekologichnosti v kommunikativnom krugue: Chelovek, yazyk, emotsii. Volgograd: Izd-vo IP Polikarpov I. L., 2016. 512 s.

УДК 808.51

Коптелова Ирина Евгеньевна

кандидат философских наук,
заведующая кафедрой английского языка факультет международных отношений и международного права Дипломатической академии МИД России
e-mail: ms.koptelova@list.ru

**РИТОРИКА ПОБЕДЫ: ПРЕДМЕТНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ОБЪЯВЛЕНИЯ ПОБЕДЫ В ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ
КАМПАНИИ В США (1996–2016 ГГ.)**

Автор исследует предметно-тематические нормы выступлений с объявлением о победе. Выступление победителя и побежденного – это ритуал американской политики, в котором оба кандидата, завершая выборы, соглашаются с их исходом, придают легитимность результату и запускают смену политической власти. Помимо ритуальности выступление с объявлением победы отличается клишированностью. На основе сравнительного анализа составлен список повторяющихся тем. Мы не можем согласиться, что взаимный ритуал с признанием поражения и объявления победы не более чем жест, который забудется через неделю; произносимые в момент особого напряжения нации, речь с объявлением победы, как и признание поражения, вновь и вновь привлекает к себе как широкую публику, так и исследователей.

Ключевые слова: объявление победы; клишированная речь, взаимный ритуал, американская мечта.

Koptelova Irina

Ph.D.,

Head of Department of English for International Relations and International Law,
Head of the Department, Diplomatic Academy of Russia's Ministry
of Foreign Affairs

e-mail: ms.koptelova@list.ru

**RHETORIC OF VICTORY: CONVENTIONAL ANALYSIS
OF VICTORY SPEECHES OF US PRESIDENTIAL ELECTIONS
(1996-2016)**

The author analyses conventions of electoral victory speeches. The concession and victory speech is a ritual in the US politics, in which both candidates at the end of an election agree on the outcome, lend the legitimacy of the process, and start the political transition. Besides being ceremonial, victory speech is of formulaic character. A list of recurring

conventions is made up on the basis of the comparative analysis. We can't agree that the mutual ritual of concession and victory speeches is nothing more than a sporting gesture that may be forgotten in a week: delivered at the peak of the nation's tension a victory speech as well as a concession speech appeals both to general public and scholars time and again

Keywords: victory speech; mutual ritual; formulaic speech; American dream.

Публичный язык, используемый для обращения ко всем сразу через средства массовой информации, представляет особый интерес для исследователей.

Сценарии публичных высказываний интересны тем, как достигаются желаемые риторические эффекты. Многие высказывания, сделанные современными общественными деятелями, выглядят шаблонными. Даже «спонтанные» высказывания, такие как дебаты избирательной кампании, следуют заранее подготовленным форматам. Это относится ко многим типам политических выступлений президентов, даже к тем, которые традиционно не относят к ритуализированному дискурсу, т. е. не только к инаугурационным речам, ежегодному обращению к нации, но и к пресс-конференциям, интервью и т. п. Кажется, что многие такие выступления несут небольшую смысловую нагрузку, а в основном представляют собой символический набор для того, чтобы убедить слушающих, что говорящий контролирует ситуацию.

Американскую избирательную кампанию часто рассматривают как череду последовательных ритуалов. Поэтому и избиратели-американцы, и СМИ оценивают кандидатов во многом по тому, насколько успешно они проходят через все эти ритуалы [Афанасьева 2015, с. 179]. И наконец, наступает последний из них, финальный – выступление побежденного и победителя в ночь выборов, после подсчета голосов. Речь с признанием поражения (concession speech) и речь-объявление о победе (victory speech) с точки зрения демократии представляют собой важный момент, когда участники закончившейся избирательной кампании «подтверждают результат и делают первый шаг для преодоления противостояния, возникшего в ходе избирательной кампании» [Corcoran 1994].

Этот взаимный ритуал, характерный для американской политической системы, все больше берется на вооружение и в других странах, причем не только с широко развитой системой демократии (Эммануэль Макрон – Мари Ле Пен, 2017), но и в ряде развивающихся стран [Omoniye Moses Ayeomoni, Olajoke Susan Akinkuolere 2012]. Поэтому представляется **актуальной** заявленная в работе тема: выявление постоянно повторяющихся клишированных тем в речи победителя.

Объектом настоящего исследования являются выступления кандидатов, победивших в выборах президента США, с объявлением их победы (victory speeches). **Предметом** – предметно-содержательные темы таких выступлений. **Материалом** исследования послужили речи кандидатов, выигравших президентские выборы в США в период с 1996 по 2016 годы.

Цель исследования – выделить предметно-содержательные темы, повторяющиеся в выступлениях и установить примерный порядок их реализации в тексте.

Неотъемлемым элементом взаимного ритуала выступления с признанием поражения и объявления победы является присутствие средств массовой информации. Связь между политиками и общественностью всегда была опосредована средствами массовой информации [Bimber & Davis 2003]. Как правило, развитие новых медиатехнологий заставляют политиков изменять способ, используемый ими в этом последнем ритуале [Murphy 2008]. Сначала телеграф и радио, затем телевидение, а в последние годы интернет – это те трансформационные моменты в медиатехнологиях, которые меняли и продолжают менять политические практики. Если когда-то было достаточно телеграфа, с 1950х годов выступления стали транслироваться по телевидению, а с 1990х годов политики стали активно использовать Интернет, социальные сети (такие как Twitter и Facebook).

Анализ Рут Энн Уивер [Weaver 1982], исследовавшей речи о признании поражения и объявления победы, остается одной из основных работ в области исследования этого жанра риторики. Проследив эволюцию «взаимного ритуала», символически завершающего выборы, с 1952 по 1980 год, Р. А.Уивер выделила несколько важных моментов. Во-первых, этот ритуал включает в себя определенные процедурные

нормы, например, первым признает свое поражение проигравший кандидат. Во-вторых, повторяются темы, которые оба кандидаты озвучивают в своих выступлениях, например, призыв к единству. В таблице 1 представлены те предметно-содержательные нормы, которые Р. А. Уивер выделила в своём исследовании.

Таблица 1

Общепринятые нормы объявления победы

Тип общепринятых норм	Способ выражения
Предметно-содержательные темы	<ul style="list-style-type: none"> • Официальное объявление результатов • Призыв к единству • Дань уважения демократии • Позитивная оценка избирательной кампании • Позитивная оценка противника • Благодарность сторонникам
Процедурные шаги	<ul style="list-style-type: none"> • Кандидаты не делают заявлений, пока не закроются все избирательные участки; • Проигравший кандидат первым связывается с победителем; • Победитель публично заявляет о своей победе после публичного подтверждения проигрыша другим кандидатом

Переизбранные на второй срок кандидаты обязательно говорят о результатах своего первого срока.

Мы уже ранее упоминали [Коптелова 2019], что первым процедурным шагом последнего «взаимного ритуала» будем считать контакт проигравшего кандидата в победителем после завершения голосования на всех избирательных участках и подсчета голосов. Проигравший кандидат в частном порядке каким-либо образом (чаще всего – телефонный звонок) связывается с победителем и поздравляет его. И только следующий шаг – обращение через СМИ к избирателям с признанием поражения.

Как показал в своем исследовании Р. Л.Уэлч [Welch 1999], использование определенных предметно-содержательных тем у разных кандидатов варьируется. По наблюдению исследователя, это зависит от разницы их результатов. При небольшом разрыве кандидаты предпочитают подчеркивать конечное единство своих целей, при значительном разрыве при подсчете голосов они делают акцент на продолжение борьбы по тем вопросам, которые были для них ключевыми во время избирательной кампании.

В 1998 г. П. Коркоран провел исследование выступлений с признанием поражения и объявлением победы на материале Вестминстерской системы Австралии [Corcoran 1998]. Исследования текстов речей с объявлением победы, проводившиеся после 2000 года, еще раз подтвердили наличие в них тем, выделенный Р. А.Уивер, даже несмотря на чрезвычайные обстоятельства. Имеется в виду, что результаты 2000 года были объявлены через пять недель после выборов. Р. Т. Лейкофф [Lakoff 2001] указывал, что Джордж У. Буш в своей победной речи затронул те же темы, что и А. Гор, подчеркнув необходимость восстановления единства и устранения раскола. На президентских выборах 2004 года впервые с публичным обращением через СМИ выступили и кандидаты на пост вице-президента. Выборы 2008 года также имели историческое значение, и выступление Барака Обамы включало всё те же традиционные темы [Howell 2011].

Чрезвычайные обстоятельства президентской кампании 2000 года привели к тому, что кандидаты, победивший и проигравший, постарались усилить традиционные темы своих обращений, т. е. темы победы и поражения, призыв к национальному единству и прославление американской демократии, одновременно уменьшив значимость других тем. Возможно, те же чрезвычайные обстоятельства привели к тому, что и в одном, и в другом выступлениях было больше ссылок на Бога и религию, чем обычно.

Таким образом, обобщив все темы, выделенные исследователями в своих работах, можно предложить следующий список:

- 1) сообщение о победе;
- 2) упоминание контакта с проигравшим;
- 3) положительная оценка противника;

- 4) выражение благодарности сторонникам;
- 5) призыв к единству;
- 6) важность демократии;
- 7) исключительная роль Америки;
- 8) цели на будущий срок президентства;
- 9) достигнутые результаты (при переизбрании на второй срок);
- 10) Бог и молитва.

В таблице 2 указаны темы и порядок их упоминания в выступлениях, объявляющих победу:

Таблица 2

Год	Победитель	Предметно-содержательные темы
1996	Билл Клинтон	1; 5; 3; 2; 3; 9; 8; 7; 6; 10
2000	Джордж Буш	3; 2; 4; 6; 8; 5; 10; 7
2004	Джордж Буш	1; 2; 3; 4; 9; 8; 7; 10
2008	Барак Обама	1; 5; 2; 3; 4; 8; 7; 6; 10
2012	Барак Обама	1; 2; 3; 4; 6; 7; 9; 8; 10
2016	Дональд Трамп	2; 3; 4; 5; 8; 7; 4

Что касается объема, то речь-объявление о победе довольно краткая, в среднем состоящая из 1300–1600 слов, но все же длиннее, чем речь-признание поражения (таблица 3).

Таблица 3

Год	Победитель	Количество слов
1996	Билл Клинтон	1161
2000	Джордж Буш	1311
2004	Джордж Буш	806
2008	Барак Обама	2061
2012	Барак Обама	2172
2016	Дональд Трамп	1618

Особняком стоит речь Дж. Буша при переизбрании, а также обе речи Б. Обамы (более 2000 слов).

Мечта, а точнее Американская мечта (*American dream*) – это то, что повторяется в большинстве речей. И каждый из выступающих говорит о расколе общества и необходимости преодолеть этот раскол, но через четыре года победитель говорит о всё большем расколе и растущей трудности его преодоления.

Длиннее или короче, но общее требование к речи с объявлением о победе состоит в том, что она должна быть корректной и сдержанной. Избирательная кампания часто характеризуется через военные метафоры. Избирательная кампания – это символическая гражданская война, наносящая ущерб обеим сторонам. Она, по словам Джорджа У. Буша, не только ожесточает и раскалывает, он называл ее «мерзкой» или «нечистоплотной» [приводится по: Согсоран 2010].

Публичный взаимный ритуал признания поражения и объявления победы стал обязательной частью избирательной кампании. Он знаменует (по крайней мере, официально) прекращение жесткой, а иногда и жестокой, борьбы кандидатов, согласие признать результаты выборов и призыв к единению.

Несмотря на клишированность, речь с объявлением победы с одной стороны «узаконивает» результат выборов, с другой – призвана помочь преодолеть раскол в обществе, призывая сплотиться благодаря общим моральным ценностям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Афанасьева О. Н.* Среда и ее конструирование в ритуализованных коммуникативных практиках // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2. С. 177–186.
- Бурлак Т. А.* Женский политический дискурс в Чили // *New Language. New World. New Thinking.* Сб. материалов Второй ежегодной международной научной конференции. Дипломатическая Академия МИД России. Москва. 2019. С. 357–361.
- Коптелова И. Е.* Риторика поражения: предметно-тематический и языковой анализ признания поражения в президентской избирательной кампании в США (1996–2016 гг.) // Политическая лингвистика. 2018. № 6 (72). С. 65–71.
- Binber B. and Davis R.* Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections. New York: Oxford University Press. 2003.

- Corcoran P. E.* Presidential concession speeches: The rhetoric of defeat, *Political Communication*, 11:2, 1994. P. 109–131.
- Corcoran P. E.* The rhetoric of triumph and defeat: Australian Federal Elections 1940–1993. *Australian Journal of Communication* 25(1), 1998. P. 69–86.
- Corcoran P. E.* Aesthetics and World Politics. *Australian Journal of Political Science*. Vol. 45. January 2010. P. 737–739.
- Howell B. W.* Change and continuity in concession and victory speeches: Race, gender, and age in the closing statements of the 2008 presidential campaign. *American Behavioral Scientist* 55(6), 2011. P. 765–783.
- Lakoff R. T.* The rhetoric of the extraordinary moment: The concession and acceptance speeches of Al Gore and George W. Bush in 2000 presidential election. *Pragmatics* 11(3), 2001. P. 309–327.
- Omoniyi Moses Ayeomoni, Olajoke Susan Akinkuolere.* A Pragmatic Analysis of Victory and Inaugural Speeches of President Umaru Musa Yar' Adua. *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 2, No. 3, pp. 461–468, March 2012.
- Weaver R. A.* Acknowledgment of victory and defeat: The reciprocal ritual. *Central States Speech Journal* 33(3), 1982. P. 480–489.
- Welch R. L.* The rhetoric of victory and defeat: Victory and concession addresses of presidential candidates. *The Communication Annual* 13, 1999 P. 85–101.
<http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/0012/13/bn.23> Дата обращения 12.11.2019.
<http://www.presidency.ucsb.edu> Дата обращения 16.11.2019.

REFERENCES

- Afanasyeva O. N.* Environment and its construction in ritualized communicative practices. *Ecology of language and communicative practice*. 2015. No. 2. Pp. 177–186.
- Burlak T. A.* Women's political discourse in Chile // *New Language. New World. New Thinking*. Collection of materials of the Second annual international scientific conference. Diplomatic Academy of the Russian foreign Ministry. Moscow. 2019. Pp. 357–361.
- Koptelova I. E.* rhetoric of defeat: subject-thematic and language analysis of the recognition of defeat in the us presidential election campaign (1996–2016) // *Political linguistics*. 2018. No. 6 (72). Pp. 65–71.
- Bimber, B. and Davis R.* *Campaigning Online: The Internet in U. S. Elections*. New York: Oxford University Press. 2003.
- Corcoran P. E.* Presidential concession speeches: The rhetoric of defeat, *Political Communication*, 11:2, 1994. P. 109–131.

- Corcoran P. E.* The rhetoric of triumph and defeat: Australian Federal Elections 1940–1993. *Australian Journal of Communication* 25(1), 1998. P. 69–86.
- Corcoran P. E.* Aesthetics and World Politics. *Australian Journal of Political Science*. Vol. 45. January 2010. P. 737–739.
- Howell B. W.* Change and continuity in concession and victory speeches: Race, gender, and age in the closing statements of the 2008 presidential campaign. *American Behavioral Scientist* 55(6), 2011. P. 765–783.
- Lakoff R. T.* The rhetorical of the extraordinary moment: the concession and acceptance speeches of Al Gore and George W. Bush in the 2000 presidential election. *Pragmatics* 11(3), 2001. P. 309–327.
- Omoniyi Moses Ayeomoni, Olajoke Susan Akinkuolere.* A Pragmatic Analysis of Victory and Inaugural Speeches of President Umaru Musa Yar’Adua. *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 2, No. 3, pp. 461–468, March 2012.
- Weaver R. A.* recognition of victory and defeat: The reciprocal ritual. *Central States Speech Journal* 33(3), 1982. P. 480–489.
- Welch R. L.*, The rhetoric of victory and defeat: Victory and concession addresses of presidential candidates. *The Communication Annual* 13, 1999 P. 85–101.
<http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/0012/13/bn.23> date of access 12.11.2019.
- <http://www.presidency.ucsb.edu> date of access 16.11.2019.

УДК: 791.43

Кручинин Михаил Алексеевич

Горожанкина Дарья Игоревна

студенты третьего курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения

Mishak.kruchinin2011@mail.ru,

Gorozhankina.1997@icloud.com

Тенекова Александра Михайловна

кандидат педагогических наук, доцент

доцент кафедры медиакоммуникационных технологий Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения
t-sasha@inbox.ru

**РИТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИХ МОНОЛОГОВ
(НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМОВ А. А. ТАРКОВСКОГО)**

Статья посвящена рассмотрению специфики риторических основ создания монологов в кино. Авторами выявляются возможности применения монологических речевых средств кино в публичных выступлениях. Анализ фильмов знаменитого советского режиссера Андрея Арсеньевича Тарковского проводится с позиции классической школы драматургии и современного киноведения.

Ключевые слова: монолог; Тарковский; кино; драматургия; фильм; риторический анализ.

Kruchinin, Mikhail Alekseevich

Gorozhankina Darya Igorevna

third year students directions of preparation "Advertising and public relations",
St. Petersburg State Institute of Film and Television

Mishak.kruchinin2011@mail.ru,

Gorozhankina.1997@icloud.com

Tenkova Alexandra Mikhailovna

PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Associate Professor Department of Media and Communication Technologies
St. Petersburg State Institute of Film and Television

t-sasha@inbox.ru

**RHETORICAL FEATURES OF CINEMATOGRAPHIC MONOLOGISTS
(ON THE EXAMPLE OF FILMS A. A. TARKOVSKY)**

The article is devoted to the specifics of the rhetorical foundations of creating monologues in cinema. The authors identify the possibility of using monological speech means of cinema in public speaking.

The analysis of the films of the famous Soviet director Andrei Arsenievich Tarkovsky is carried out from the perspective of the classical school of drama and modern cinema.

Keywords: monologue, Tarkovsky, cinema, dramaturgy, film, public speech, rhetorical analysis.

ВВЕДЕНИЕ

Монолог с древнейших времен является одним из важнейших драматургических приемов. Еще в комедиях Аристофана разыгрывались отрывки с монологическим рассуждением персонажа на отвлекенную тему [Аристотель 2017]. Со временем театральные традиции монолога распространились на другие виды искусства, в том числе и на кино. Безусловно, монолог обладает по-настоящему внушительной силой воздействия на адресата речи при использовании соответствующих риторических средств. С точки зрения красноречия нами рассматриваются приёмы построения и преподнесения монолога, а также воздействие, оказываемое ими на кинозрителя.

Риторический генезис монолога героя в кино

Анализ истории вопроса свидетельствует о том, что монолог в кино был связан с появлением звука: в эпоху немого кино использование относительно самостоятельных монологических эпизодов было невозможно по техническим причинам. С появлением звучащей речи кинематографический монолог героя стал одним из важнейших элементов фильма, в котором применялся. Например, в художественном фильме «Великий диктатор» (Чарльз Чаплин, 1940, США) финальный монолог главного героя является кульминационным моментом и, как следствие, оказывает сильнейшее эмоциональное воздействие на зрителя.

В то же время стоит отметить, что кинематографисты 20-х гг. XX века нашли способ яркого выражения мыслей героев без звучащей речи. Они использовали крупный план – концентрацию камеры на лице героя, позволяющую рассмотреть мимику и выражающую эмоцию актера. Этот приём позволяет осознать его мысли или чувства во

внутренней речи. Важнейший вклад в разработку указанного кинематографического приема внес датский режиссер Карл Теодор Дрейер, в чьем фильме «Страсти Жанны д'Арк» (Карл Теодор Дрейер, 1928, Франция) этот прием мастерски используется на протяжении всего фильма, чтобы показать не только саму речь героини (в текстовых вставках), но и психологическое напряжение во время ее произнесения. Позже крупный план стали сочетать с монологической речью, что позволило усилить воздействие на зрителя.

Таким образом кинематограф совмещает в себе речевые средства построения монолога, разработанные и изученные риторикой, драматургией и близкими им дисциплинами, и визуальные методы подачи диалога, разработанные разными кинематографистами во времена немого кино и на заре звукового кинематографа.

Риторические приёмы создания монолога в фильмах А. А. Тарковского

Анализ кинематографических монологов в фильмах А. А. Тарковского [Тарковский 1992] показал, что они, как правило, посвящены душевным переживаниям одного (иногда число главных персонажей доходит до трех) конкретного персонажа, что делает их практически идеальными для полного раскрытия потенциала кино с точки зрения речи. Под *монологом* мы, вслед за А. М. Тенековой [Тенекова 2019], понимаем развернутое «высказывание одного человека (как устное, так и письменное), его активную речевую деятельность, рассчитанную на пассивное восприятие адресата при непосредственном общении или на отложенное, опосредованное общение» [Тенекова 2019].

В качестве образцов для исследования нами были выбраны следующие монологи из картины легендарного режиссера:

1. «Андрей Рублев» (А. А. Тарковский, 1966, СССР) – монолог о любви.
2. «Солярис» (А. А. Тарковский, 1972, СССР) – монолог о страдании.
3. «Сталкер» (А. А. Тарковский, 1979, СССР) – монолог Писателя и монолог жены Сталкера.

Нами было установлено, что полноценная монологическая речь проявляется в творчестве режиссера в фильме «Андрей Рублев». Общеизвестно, что данный фильм является экранизацией биографии знаменитого иконописца Андрея Рублева, хотя и не является при этом достоверной с исторической точки зрения. В фильме Андрей Рублев произносит монолог о значении любви, цитируя большой отрывок из послания Святого Павла к Коринфянам: *«Если я говорю языками человеческими и ангельскими, а любви не имею, то я – медь звенящая или кимвал звучащий...»*.

Монолог героя представляет собой проповедь. Используя слова из библии, персонаж выражает свое понимание роли Бога в жизни человека: Бог не карающий надзиратель, а любящий Отец. По мнению главного героя, именно любовь является основой мироздания. Режиссер использует богословско-церковные средства речевой выразительности, такие как сравнения и метафоры (*«...то я – медь звенящая...»*), контекстные повторы (*«...любви не имею»*), синтаксический параллелизм (многие предложения в речи выстроены по одной схеме *«если я любви не имею, то...»*). Речь персонажа имеет концентрическую композицию. Рублев постоянно возвращается к одной проблеме: при каких условиях у человека нет любви и какие последствия имеет ее отсутствие. При этом каждая отдельная часть его речи (о последствиях отсутствия любви) равна по силе и схожа по содержанию с предыдущей. Все аргументы оратора имеют цель оказать эмоциональное воздействие на зрителя с помощью риторической антитезы (например, *человек может сворачивать горы, однако если он не имеет при этом любви, то он – ничто*).

Яркий, убедительный монолог героя основан на кинематографическом *приеме параллельного действия* – разделение аудио- и визуальных составляющих для создания внутреннего монолога [Корте 2018]. Например, в то время как герой совершает семантически и символически связанное с монологом действие, – играет с маленькой девочкой – зритель домысливает, какие чувства при этом испытывает герой. Их общая радость подкрепляет слова Рублева о любви. В то же время сцена игры с девочкой во время внутреннего монолога имеет фонетическое сопровождение – совместный смех. Так выражено понимание Рублёвым любви как общности и доброты людей.

Рассмотрим другой пример: фильм «Солярис» является вольной адаптацией романа «Солярис» Станислава Лема. Астронавт Крис Кельвин выполняет важную миссию на космической станции около планеты Солярис, где людям приходят странные видения, связанные с прошлым. В одной из сцен Крису Кельвину становится плохо, и в бреду (или в состоянии пришедшего откровения) он начинает рассказывать доктору Снауту о пришедшем к нему во время жизни на станции откровении: *«Знаешь, проявляя жалость, мы опустошаемся. Может, это и верно. Страдание придает всей жизни мрачный и подозрительный вид. Но я не признаю... нет, я не признаю...»*.

Композиция речи схожа с предыдущим рассмотренным вариантом, в первую очередь, содержанием повторов. Речь героя построена стадийным способом, что подчеркивает для нас как сразу во многих аспектах жизни он начал видеть схожие закономерности. При этом голос персонажа тихий, в противовес голосу Андрея Рублева, прерываемого примерно в середине сцены давящим, будто нависшим над героем звуком планеты. При этом персонаж обращается к другим людям и задает им вопросы.

Наконец, картина «Сталкер», снятая по мотивам повести «Пикник на обочине» братьев Стругацких. Сюжет фильма о том, как вследствие необъяснимых явлений на Земле появилась Зона. По легендам, в ней есть место, в котором может исполниться любое желание, но туда способен отвести только проводник Сталкер. Во время путешествия по Зоне Писатель произносит монолог о своем разочаровании в творчестве и рационализме: *«Эксперимент... Эксперименты, факты, истина в последней инстанции... А фактов вообще не бывает, а уж здесь и подавно. Здесь все кем-то выдуманно. Это все чья-то идиотская выдумка, неужели вы не видите?...»*

По нашему мнению, монолог имеет линейную композицию, что способствует пониманию трансформации мнения Писателя о его профессии и раскрытию динамики смены его мировоззрения. Речь персонажа имеет язвительный тон. Она груба и в то же время метафорична: *«сожрут и душу, и сердце»*; *«для меня это мука, болезненное постыдное занятие, что-то вроде выдавливания геморроя»*. Мимика героя при этом скудна в начале и выразительна в конце, что также

работает на раскрытие динамики смены мировоззрения. Произнесение речи основано на восходящей градации: от приглушенного голоса в начале до криков в конце. Таким образом сама речь ведет нас от начала речи, повествовательного и скудного на эмоции, к своеобразной кульминации, где персонаж выражает все свои эмоции в очень яркой и отталкивающей форме.

Гендерный аспект монологов героев

С целью выявления влияния гендерных особенностей на произнесение монологов героев сравним мужские монологи героев разных фильмов и женские.

Под гендером, согласно В. Ю. Соколову [Соколов 2017], мы понимаем совокупность представлений о личностных и поведенческих особенностях мужчины и женщины. Как отмечает А. В. Казакова [Казакова 2016], гендерные речевые различия, в том числе художественных персонажей, определяются не столько физиологическими особенностями мужчин и женщин, сколько социализационными механизмами, воспитанием и распространенными в каждой культуре представлениями о сущности мужского и женского.

В монологе из фильма «Сталкер» («Сталкер», 1979), снятом в практически в документальной манере, жена главного героя (ее имя не называется) рассказывает об истории своих взаимоотношений с ним: *«Вы знаете, мама была очень против. Вы ведь, наверное, уже поняли... он же блаженный. Над ним вся округа смеялась, а он растяпа был, жалкий такой».*

Как нам удалось выяснить, для характеристики женского образа используется приём снижения значимости когнитивного опыта и усиления эмоционального. В своей речи героиня делает больший акцент на переживаниях, на эмоциях, получаемых от рассказываемой истории [Казакова 2016]. С этим же акцентом монолог вытраивается по стадияльному принципу нарастания эмоций, доходящих до истерики, то есть героиня закрывает определенные микротомы, связанные с глобальной темой, двигаясь к кульминации.

Еще одним важнейшим и вполне характерным гендерным отличием мужской и женской речи является наличие в последней (и отсут-

ствие в мужской) множества междометий [Казакова 2016]: во время своего монолога героиня неоднократно произносит характерные «Господи», «эх», «а». Анализ образцов выявил наличие в женских монологических высказываниях большого количества обращений, сопровождаемых местоименными конструкциями: «Вы знаете», «Вы ведь».

Мужчины произносят монологи на глобальные темы, будь то невозможность любви ко всему человечеству или разочарование в рационализме. Особенностью же женских высказываний от одного лица является большая склонность к бытовой и личной тематике. Темы женской речи, в отличие от мужской, чаще обусловлена их социальными и семейными ролями, с ролью хозяйки дома, которой придается большое значение [Казакова 2016].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, монологи в фильмах А. А. Тарковского, функциональны, основаны как на кинематографических (документальная манера съемки, особые способы постановки монологов), так и на риторических (речевые конструкции, композиционные приёмы) средствах выразительности. При этом монологи прорабатываются достаточно досконально с риторической точки зрения: выбирается наиболее подходящая конструкция, учитываются гендерные особенности речи героев, прорабатывается определенная, характерная для конкретного героя интонация.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аристотель*. Поэтика / Аристотель, М. Л. Гаспаров – М.: Рипол-Классик, 2017. – 224 с.
- Казакова А. В.* Гендерные различия в речи литературных персонажей // Вестник Шадринского государственного педагогического университета, 2016. № 6. С. 112–116.
- Корте Г.* Введение в системный киноанализ / Г. Корте, И. Кушнарева – М.: Издательский дом ВШЭ, 2018. – 355 с.
- Соколов В. Ю.* Гендер как социокультурная особенность личности // Проблемы современного образования, 2017. С. 300–307.

- Солганик Г. Я.* Стилистика текста/ Г. Я. Солганик – М.: «Флинта»; «Наука», 1997. – 251 с.
- Тарковский А.А.* Лекции по режиссуре/ А. Тарковский – М.: ВИППК, 1992. – 90 с.
- Тенекова А. М.* Риторика : учеб.пособие / Тенекова СПб : СПбГИКит, 2019. 244 с.

REFERENCES

- Aristotle.* Poetics / Aristotle, M.L. Gasparov – М. : Ripol-Classic, 2017. – 224 p.
- Kazakova A. V.* Gender differences in the speech of literary characters // Bulletin of the Shadrinsk State Pedagogical University, 2016. No. 6. S. 112–116.
- Korte G.* Introduction to systemic cinema analysis / G. Korte, I. Kushnareva – М.: HSE Publishing House, 2018. – 355 p.
- Sokolov V. Yu.* Gender as a sociocultural personality trait // Problems of modern education, 2017.S. 300-307.
- Solganik G.Ya.* Stylistics of the text / G.Ya. Solganik – М.: “Flint”; “Science”, 1997. – 251 p.
- Tarkovsky A.A.* Lectures on direction / A. Tarkovsky – М.: VIPPK, 1992. – 90 p.
- Tenekova A. M.* Rhetoric: Textbook / Tenekova St. Petersburg: St. Petersburg State University of Cinema and Television, 2019. 2424 p.

УДК 316.334.22

Лапшов Валерий Александрович

доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой социологии Института международных отношений
и социально-политических наук Московского государственного
лингвистического университета
e-mail: valeralapshov@gmail.com

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ПИСЬМЕННОГО ОБЩЕНИЯ КАК ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТА ВУЗА

Статья посвящена социологическому анализу культуры делового письменного общения как фактора профессиональной социализации студента вуза. Автором разработаны теоретические основы социологического исследования, которые можно использовать при создании концептуальных моделей исследуемого явления.

Ключевые слова: профессиональная социализация; студент; вуз; культура; деловое письменное общение; культура делового письменного общения как фактор профессиональной социализации студента вуза.

Lapshov Valery Alexandrovich

Doctor of Sociology, Professor
Head of the Department of Sociology, Institute of International Relations
and Social and Political Sciences, Moscow state linguistic University
e-mail: valeralapshov@gmail.com

CULTURE OF BUSINESS WRITING AS A FACTOR OF PROFESSIONAL SOCIALIZATION UNIVERSITY STUDENT

The article is devoted to a sociological analysis of the culture of business written communication as a factor in the professional socialization of a university student. The author has developed the theoretical foundations of a sociological study that can be used to create conceptual models of the phenomenon under study.

Keywords: professional socialization; student; university; culture business written communication; culture of business written communication as a factor in the professional socialization of a university student.

ВВЕДЕНИЕ

В отечественной социологической практике под образовательной организацией понимается некоммерческая организация, осуществляющая на основании лицензии образовательную деятельность в качестве основного вида деятельности в соответствии с целями, ради достижения которых такая организация создана. В соответствии с этим, вуз – это образовательная организация, осуществляющая в качестве основной цели своего функционирования образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования и научную деятельность.

Высшее образование имеет задачу обеспечения подготовки высококвалифицированных кадров по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии, углублении и расширении образования, научно-педагогической квалификации [Об образовании... URL].

В соответствии с этим, одним из важнейших показателей эффективности развития отечественного высшего образования может стать культура делового письменного общения как фактора профессиональной социализации студента вуза, что требует теоретической разработки социологической модели данного явления с целью его дальнейшего изучения.

Теоретические основы социологического исследования культуры делового письменного общения как фактора профессиональной социализации студента вуза

В данной статье под профессиональной социализацией студента мы понимаем процесс формирования профессиональной культуры будущего специалиста посредством усвоения индивидом ролевого поведения, профессиональных норм, знаний, умений, навыков, ценностей и положительного отношения к профессиональной деятельности, требований окружающей его социальной среды, обеспечивающих эффективное выполнение должностных обязанностей.

В представленном определении ясно проявляются объект и субъект профессиональной социализации – индивид и социальная среда конкретной профессии; цель – формирование профессиональной культуры будущего специалиста; внутренний механизм – усвоение (превращение во внутреннее «я»); социальные «источники» – ролевые требования, профессиональные нормы, знания, умения, навыки, ценности, положительное отношение к профессиональной деятельности.

В ходе профессиональной социализации в вузе у студента формируются общие, устойчивые черты и качества будущего специалиста, проявляющиеся в социально организованной профессиональной деятельности, регулируемой институционально-ролевой профессиональной структурой общества (профессиональной общности, группы).

На каждой стадии профессиональной социализации индивида существуют особые институты профессионализации, рассматриваемые как организованные системы связей и социально-профессиональных норм, которые объединяют значимые общественные и профессиональные ценности, процедуры, обеспечивающие профессиональную социализацию индивида в социальной системе. В ходе профессиональной социализации студента в современном российском вузе каждый студент осваивает самые разные роли: студента различных курсов, выпускника, молодого специалиста. При этом в ролевом поведении социологи выделяют, по крайней мере, два аспекта: 1) освоение прав и обязанностей в соответствии с играемой ролью; 2) усвоение профессиональных норм, установок, включение их во внутреннюю систему ценностей, приобретение чувствований и ожиданий, соответствующих данной роли [Лапшов 2000, с. 53-54].

Одним из основных, ключевых понятий нашего исследования является понятие «общение». Существует множество различных трактовок названной категории. В социологии нет однозначного подхода к трактовке данной категории. В своем исследовании под общением мы понимаем «взаимодействие индивидов или социальных групп, состоящее в непосредственном обмене деятельностью, навыками, умениями, опытом, информацией, удовлетворяющее потребности человека в контактах с другими людьми» [Социологический энциклопедический словарь 1998, с. 210].

Общение опосредствуется системой общественных отношений и является их персонифицированной личностной формой проявления. Само по себе общение представляет собой важную часть социального бытия человека как общественного существа, источник его жизнедеятельности, условие формирования как общества, так и личности. Объективная необходимость общения как условия существования человека объясняется тем, что он не может удовлетворять свои жизненно важные потребности, жить и развиваться в одиночку. Производство необходимых средств существования предполагает общение индивидов между собой. Общение – это условие совместной деятельности. Благодаря общению достигается распределение функций между индивидами, включенными в совместную деятельность, согласование индивидуальных усилий, их координация, обмен опытом, знаниями, совместное планирование и сама деятельность, контроль за ее результатами. В отношении к деятельности общение выступает как организующая коллективный трудовой процесс сила, как условие формирования коллективного субъекта.

Являясь важной стороной жизнедеятельности субъекта, общение играет большую роль в формировании и развитии человека. Через общение, непосредственное и опосредствованное, человек получает знания об окружающем его мире, «присваивает» себе общественные ценности, созданные человечеством, познает природу и сущность общественных отношений. Вступая в общение с людьми, индивид формирует критерии их оценки, что является также важным условием развития его самооценки самосознания. В условиях общения осуществляется коммуникативный процесс: обмен информацией, мыслями, чувствами, способами и результатами деятельности и т.д., – происходит взаимодействие, взаимовлияние индивидов, возникает взаимопонимание.

Общение является важным фактором социальной детерминации поведения индивида. В процессе общения человек всегда стремится определенным образом воздействовать на своего партнера и сам подвергается воздействию со стороны последнего, т. е. общение – это взаимодействие людей как субъектов. В этом специфика общения как межличностного взаимодействия. Каждый из партнеров по отно-

шению к другому (другим) выступает и в качестве субъекта воздействия. Поэтому есть основание рассматривать общения как специфическую форму социальной активности, отражающую в отличие от деятельности иную социальную реальность, представляющую собой субъектно-объектную форму отношений [Российская социологическая энциклопедия 1999, с. 329-330]. Общение также может быть включенным в деятельность (труд, учение, игра) и его можно назвать деловым общением.

Чаще всего в социологических исследованиях категорию «дело» рассматривают, как работу, труд, занятие, деятельность. Понятие «деловое общение» полифункционально, так как в основе данной сферы общения лежит не только официально-деловой стиль и его документальные жанры, но и элементы профессионального языка, публицистики, разговорной речи [Литвинов 2014, с. 27].

Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере, в которой происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач [Мамытканова URL].

Деловое общение может быть как устным, так и письменным. Письмо – это знаковая система, фиксация речи и мыслей, позволяющая с помощью начертательных элементов закреплять их во времени и передавать на расстояние. Деловое письменное общение отличается от других видов делового общения тем, что протекает в письменной форме. Если переговоры состоялись по телефону, то какие-либо гарантии в отношении предлагаемых услуг партнеру или клиенту, подтверждение документов предоставляются в письменной форме. Именно в сфере письменного делового общения, как ни в одной другой сфере, ярко проявляется такая специфическая особенность процесса деловой коммуникации, как регламентированность, т. е. подчиненность установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, а также профессиональными этическими принципами [Баландина 2008, с. 235].

Деловое письменное обращение включает в себя различные по содержанию документы: служебное письмо, телеграмма, факс,

электронное сообщение и др. Самым распространенным является служебное или деловое письмо. Служебные письма – это письма между юридическими лицами или юридическим и физическим лицом. Особенностью оформления делового письменного обращения является: отсутствие наименования вида документа; справочные данные об организации обязательны; письмо составляется не менее чем в двух экземплярах, один отсылается адресату, другой остается в деле для контроля.

Категорию «культура» мы рассматриваем как совокупность всех материальных, духовно-нравственных ценностей, накопленных обществом и его институтами, а также как процесс деятельности по их освоению, сохранению, созданию и распространению в обществе.

Ядром культуры выступает отношение одного социального индивида или общества к другому и к его деятельности. Сущностным признаком культуры является созидательная преобразующая деятельность человека и сам способ этой деятельности. Онтологическим признаком культуры выступает результат данной деятельности. А ее творческий потенциал показывает степень освоения накопленного до тебя опыта и включения его в свою деятельность; способность моделировать свою деятельность, исходя из потребностей своей профессии.

Укажем родовые признаки культуры. Во-первых, культура – это продукт общественного труда. Особенность ее заключается в единстве социального индивида и его общественно-полезной деятельности. Во-вторых, культура представляет собой совокупность материальных и духовных продуктов, созданных на основе творчества социального индивида, которые, в свою очередь, влияют на развитие и деятельность самой личности, общества в различных его сферах. Культура пронизывает все сферы общества, в том числе и профессиональную. В-третьих, культура как результат творческой деятельности социального индивида, активность которого разворачивается в обществе, служит своеобразной мерой, уровнем качественного развития общества. В-четвертых, культура существенно влияет на духовно-эмоциональный мир социального индивида, на его отношение к миру, другим индивидам, она повышает в нем активность, усиливает целенаправленную деятельность.

Таким образом, культура выступает, с одной стороны, как результат социальной деятельности человека, выраженной в языке, нормах, ценностях, эстетических вкусах, знаниях, различного рода обычаях, а с другой стороны, – качественной характеристикой развития общества или отдельно взятого социального индивида, процесса освоения уже имеющихся результатов творчества [Лапшов 2016, с. 45].

Процесс освоения достижений культуры и их применение в практической и теоретической деятельности каждым отдельным социальным индивидом и определяет функционирование культуры в обществе. Степень развития сущностных сил социального субъекта, достигнутая в результате его культурной деятельности, характеризует его культурный уровень, который отражает степень приобщения к общемировым духовным ценностям и степень овладения социальным субъектом знаниями, умениями, навыками, идеями, накопленными человечеством за весь период своей истории, а также уровень его делового письменного общения.

В нашем исследовании мы будем исходить из того, что *культура делового письменного общения как фактор профессиональной социализации студента вуза – это специфический процесс взаимодействия индивидов или социальных групп, протекающий в письменной форме по обмену служебной информацией на основе нормативных документов в ходе формирования профессиональной культуры будущего специалиста.*

В Российской Федерации культура делового письменного общения регламентируются нормативными документами и, в первую очередь, ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов» [ГОСТ... 2016].

Настоящий стандарт распространяется на организационно-распорядительные документы: уставы, положения, правила, инструкции, регламенты, постановления, распоряжения, приказы, решения, протоколы, договоры, акты, письма, справки и др. Он определяет состав реквизитов документов, правила их оформления, в том числе с применением информационных технологий; виды бланков, состав реквизитов бланков, схемы расположения реквизитов на документе; образцы

бланков; правила создания документов. Положения настоящего стандарта распространяются на документы на бумажном и электронном носителях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Применительно к общественным отношениям культура делового письменного общения как фактор профессиональной социализации студента вуза – одна из форм их реализации, обеспечивающая воспроизводство и накопление человеческого опыта, кооперацию и разделение человеческой деятельности.

В ходе социальной эволюции возникают разнообразные предметные и знаковые средства, обеспечивающие косвенное общение между человеческими индивидами, связи разнообразных человеческих деятельностей. Проблематика культуры в значительной мере определяется их возрастающей ролью в жизни людей. Учет этого обстоятельства препятствует противопоставлению и разрыву понятий о деятельности и общении, о коммуникативности социального бытия людей.

В начале XXI в. отношение к проблеме культуры делового письменного общения как фактора профессиональной социализации студента вуза определяется формой, которую приобретает мировое сообщество. В одном социальном времени и пространстве, в ситуациях тесных контактов оказываются общественные системы, находящиеся на разных ступенях экономического и научно-технического развития. Ситуация общения естественным образом становится шире непосредственных контактов между человеческими индивидами. Именно она выявляет задачу выстраивания форм, выполняющих роль языка общения для разных социальных, политических и культурных систем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Баландина Л. А. Русский язык и культура речи. М.: Изд-во МГУ, 2008. 303 с.
ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов». URL: https://www.profiz.ru/sr/3_2017/novuj_GOST/ (Дата обращения: 14.01.2020).

-
-
- Лапишов В. А.* Профессиональная социализация студента в современном российском вузе // *Право и образование.* № 3. 2000. С. 53–60.
- Лапишов В. А.* Система ценностей в культуре российского общества в начале XXI века: основы социологического исследования // *Меняющиеся ценности в современном мире: сборник научных трудов / под общ. ред. А. Н. Чумакова, Т. М. Махаматова.* М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2016. С. 44–60.
- Литвинов А. В.* О структуре содержания обучения деловому общению студентов-нефилологов // *Актуальные проблемы иностранного языка делового и профессионального общения: межд. конф. М.: Изд-во РУДН, 2014. С. 27–29.*
- Мамытканова Г. Н.* О письменном деловом общении. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-pismennom-delovom-obschenii/viewer> (Дата обращения: 14.01.2020).
- Об образовании в Российской Федерации: Федеральный Закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ (редакция от 02.12.2019, с изм. и доп., вступ. в силу с 13.12.2019). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (Дата обращения: 14.01.2020).
- Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. академика РАН Г. В. Осипова. М.: Изд-кая группа НОРМА-ИНФРА-М, 1999. 672 с.
- Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках. Редактор-координатор – академик РАН Г. В. Осипов. М.: Изд-кая группа ИНФРА·М–НОРМА, 1998. 488 с.

REFERENCES

- Balandina L. A.* Russian language and culture of speech. Moscow: MSU publishing House, 2008. 303 pp.
- GOST R 7.0.97-2016 “System of standards for information, library and publishing. Organizational and administrative documentation. Requirements for registration of documents”. URL: https://www.profiz.ru/sr/3_2017/novyj_GOST/ (accessed: 14.01.2020).
- Lapshov V. A.* Professional socialization of a student in a modern Russian University // *Law and education.* No. 3. 2000. Pp. 53–60.
- Lapshov V. A.* System of values in the culture of Russian society at the beginning of the XXI century: fundamentals of sociological research // *Changing values in the modern world: a collection of scientific papers / ed. by A. N. Chumakov, T. M. Mahamatov.* Moscow: University textbook; INFRA-M, 2016. Pp. 44–60.

Litvinov A. V. on the structure of the content of teaching business communication to non-philological students // Actual problems of the foreign language of business and professional communication: international. Conf. Moscow: RUDN Publishing house, 2014. Pp. 27–29.

Mamatkanov G. N. On written business communication. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-pismennom-delovom-obschenii/viewer> (accessed 14.01.2020).

On education in the Russian Federation: Federal Law No. 273-FZ of December 29, 2012 (amended on 02.12.2019, with ed. and extra, Intro. effective from 13.12.2019). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (accessed 14.01.2020).

The Russian sociological ENCYCLOPAEDIA / Under the General editorship of academician G. V. Osipov. Moscow: publishing group NORMA-INFRA-M, 1999. 672 pp.

Sociological encyclopedic dictionary. In Russian, English, German, French and Czech. Editor-coordinator – academician of the Russian Academy of Sciences G. V. Osipov. Moscow: INFRA•M-NORM Publishing group, 1998. 488 pp.

УДК

Марина Анна Сергеевна

магистрант Московского педагогического государственного университета

e-mail: Anna_marina@inbox.ru

ВИДЕОПОЭЗИЯ КАК ЖАНР ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

В данной статье рассматривается «видеопэзия» как жанр публичного выступления в эпоху цифровизации. Под видеопэзией понимается синтетический вид искусства, в котором сочетаются поэтика и медиатекст. Эстетический потенциал видеопэзии заключается не только в обогащении поэтического кругозора языковой личности, но в формировании художественного вкуса и созданию прекраснейших произведений искусства.

Ключевые слова: видеопэзия, поэтический текст, медиапэзия, публичное выступление, вид искусства

Marina Anna Sergeevna

student-magister Moscow State Pedagogical University

e-mail: Anna_marina@inbox.ru

VIDEOPOETRY AS A GENRE OF PUBLIC SPEAKING

This article talks about “videopoetry” as a genre of public speaking in the era of digitalization. Video poetry is a synthetic art form that combines poetry and media texts. The aesthetic potential of video poetry is not only to enrich the poetic outlook of the linguistic personality, but also to form the artistic taste and to create the most beautiful works of art.

Keyword: videopoetry, poetic text, mediapoetry, public speech, art form

Публичное выступление – это древнее искусство, которое глубоко укоренилось в сознании человека. В связи резким развитием инновационных технологий появилось множество различных форм коммуникаций, которые использует человек для выступления на публике.

Одним из инновационных форматов публичного выступления является видеопэзия.

Видеопэзия как самостоятельный жанр возникла в начале 1980-х годов. Основоположником видеопэзии считается итальянский поэт Джани Тотти. Именно он придумал название поэтроника (Poetronica). А первым человеком, который стал снимать свое первое поэтическое

видео (1960-х), становится португальский писатель и поэт Эрнесто Мело е Кастро.

Очевидно, что слово «видеопэзия» состоит из двух слов: видео+пэзия. Рассмотрим значения данных понятий в толковых словарях.

В Малом академическом словаре под редакцией А. П. Евгеньевой под поэзией понимается «искусство образного выражения мысли в слове, словесное художественное творчество» [Евгеньева, 1999]. В толковом словаре под ред. С. А. Кузнецова поэзия в переводе с греческого «творчество» – основной жанр литературы (стихи, ритмическая речь) [Кузнецов, 1998].

Учитывая вышеизложенное, подчеркнем, что поэзия – это словесное художественное творчество.

Видео – (в переводе с лат. – вижу) – «это отрасль культуры, которая связана с записью и воспроизведением видимого изображения на магнитных носителях информации» [Кузнецов, 1998].

В толковом словаре Т. Ф. Ефремовой под видео понимается «отрасль культуры, науки, искусства, техники и др., которая связана с записью, воспроизведением, хранением визуальной информации и ее звукового сопровождения» [Ефремова, 2006].

Следовательно, под видео мы понимаем электронную технологию формирования, записи, обработки и передачи, хранения и воспроизведения определенной информации, образ и аудиовизуальный плод творчества, который записан на видеокамере, видеодиске и т. д.

В одном слове «видеопэзия» произошло слияние визуального, вербального и аудиального, что приводит аудиторию к новой, иной форме осознания поэтического искусства.

Видеопэзия – это вид искусства, в котором органично сочетаются художественный визуальный ряд и поэтический текст [Melo e Castro, 2007].

Данный жанр граничит с классическим короткометражным фильмом и музыкальным клипом. Видеопэзия отличается от фильма и клипа тем, что в данном жанре главную роль играет поэтический текст, стихотворение не поется, а декламируется или отображается на экране. А видеоряд несет дополнительный смысловой оттенок,

который в свою очередь обогащает творчество или раскрывает определенный смысл автора.

Канадский поэт Т. Конивз называет видеопэзию «поэтическим сочетанием изображений с текстом и звуком» [Андерсон, 2016].

Со всей определенностью можно утверждать, что видеопэзия – это жанр, который находится на стыке литературы и визуального искусства (видео, графики, анимации, музыки, художественной декламации и т.д.)

С 90-х гг. XX в. интерес к видеопэзии стал возрастать. Основоположниками жанра в России считаются поэты К. Кедров, Е. Кацюба, А. Горнон, Д. Пригов. Важно отметить, что видеопэзия активно использовалась и в советском кинематографе, например, в фильмах А. Тарковского и Э. Рязанова.

Современные исследователи видеопэзии Д. М. Давыдов, Е. Троепольская, А. Родионов и др. отмечают, что основная причина неожиданного расцвета видеопэзии «заключается в размывании границ между видами искусства в синтезе видов» [4].

С каждым годом интерес к видеопэзии возрастает. Данным жанром интересуются специалисты различных областей. В связи с технологическим бумом невозможно обойтись без новых форматов. Каждый человек имеет доступ к видеокамере, в связи с этим у каждого существует огромная возможность создания и монтирования того или иного проекта даже в домашних условиях. Поскольку в видеопэзии отсутствует четко заданный формат, автор получает абсолютную независимость для раскрытия своего творческого потенциала.

Существуют различные классификации видеопэзии:

- ✓ по географическому признаку;
- ✓ на основании критерия иллюстративности;
- ✓ по характеру поэтического текста и визуального ряда.

Видеопэзия делится на:

- ❖ **документальную** (где автор читает стихотворение в кадре); текстографическую (в видео используется письменный текст произведения); иллюстративную (в данном видеоряде стихотворение иллюстрируется на прямую);

- ❖ **концептуальную** (сюжет видео связывается с произведением на уровне идеи);
- ❖ **сюжетную** (главный центр в видеоряде – сюжет);
- ❖ **музыкальную** (в центре видео – музыкальное сопровождение, которое наложено на стихотворение. Сам ритм видеоряда связан с музыкой), и, наконец, **визуальную** (видео без поэтического текста, поэтизм проявляется другими средствами, ритмичность присутствует в видеоряде) [9].

Важно отметить, что нет еще единой разработанной классификации видеопэзии. Человек, создавая свое публичное выступление – видеопэзию, сам выбирает классификацию, которая ему ближе. Все зависит от цели и задачи автора.

Видеопэзия смешала разные виды искусства. Произошел синтез поэтики и медиатекста. При воздействии на аудиторию автор в равной мере уделяет внимание визуальной и текстовой сторонам. Данная форма выступления полноценно раскрывает средства художественной выразительности, осознается основная авторская проблема, которая выражена не только в точных, богатых, оригинальных словах, но и органично сопровождаются визуальным и музыкальным искусством, несущим авторский стиль и показывающим характер человека. Таким образом, с помощью видеопэзии зрители начинают создавать свои собственные формы и приемы.

Важно отметить, что часто человек использует произведения известных авторов и на основе создает видеопэзию. Это актуально и полезно для молодого поколения. Данный жанр позволяет оживить и расширить границы понимания классических произведений. В них отражена авторская уникальность и те нравственные ценности, которые важно сохранить и не потерять в информационную эпоху.

Эстетический потенциал видеопэзии заключается в обогащении поэтического кругозора школьников и студентов. Разумеется, методы и подходы к созданию видео могут быть разными, и они не всегда могут иллюстрировать текст, но слияние анимации, текста, музыки и языков, виртуальной реальности и др. создают эффект новизны. Но использование видеоряда с поэтическим произведением в большей

степени способствуют образованию настоящих творческих прорывов и, конечно, созданию интереснейших произведений искусства.

В настоящее время проводится множество конкурсов, концертов, фестивалей видеопоззии (Конкурс поэтического кино Zebra, Фестивали «Зря!» и «Пятая нога», Международный Фестиваль медиапоззии «ВЕНТИЛЯТОР», «Поэзия live», вечер-конкурс видеопоззии и др.), также создаются творческие группы (Кружок, квадрат и треугольник, Лаборатория Поэтического Акционизма, Текст-группа «Орбита» и др.). Кроме того, видеопоззия широко используется на просторах интернета, люди создают свои каналы, опубликовывают свое творчество в социальных сетях, тем самым собирают огромную аудиторию для того, чтобы привлечь к видеопоззии новых талантливых личностей. Актуальность и уникальность данного жанра скрыта в его природе. Несомненно, обращаясь к видеопоззии, человек находится в поисках новых форм, что помогает не только расширить границы восприятия известнейшего произведения, но и предоставляется возможность поиска скрытых смыслов, допускаются разные интерпретации видео-произведения.

Таким образом, отметим, что все новые формы, приемы, которые использует автор, усиливают воздействие на аудиторию, но важно помнить о том, что вся представленная информация должна смотреться органично, потому что человеческое внимание – это вещь очень хрупкая. И если перейти границы дозволенного и использовать огромное количество компонентов, то можно потерять смысл всего выступления.

Итак, появление видео в интернете привело к настоящему взрыву экспериментов в области видеопоззии. Люди сочетают текст, видеоматериалы, анимацию и художественную декламацию самыми разными образами. Этот жанр может обеспечить успех выступлению. Видеопоззия имеет огромный потенциал – она может стать как частью выступления, так и самим выступлением.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Андерсон К. TED TALKS. Слова меняют мир: первое официальное руководство по публичным выступлениям: пер. с англ. Т. О. Новиковой. – М: Эксмо, 2019. – 288 с.

- Аннушкин В. И.* Риторика. Экспресс-курс: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
- Бахтин М. М.* Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М., 1976.
- Давыдов Д. М.* Видеопоэзия как феномен и как разнообразие практик [Электронный ресурс]. URL: <https://litcentr.in.ua/news/2011-03-14-978>.
- Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – Москва: Русский язык: Полиграфресурсы, 1999.
- Ефремова Т. Ф.* Современный толковый словарь русского языка. – М.: АСТ, Астрель, Харвест, Lingua, 2006. – 996 с.
- Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб., 1998.
- Melo e Castro E.M.* Videopoetry. Media Poetry: An International Antology. Chicago: Intellect Books: The University of Chicago Press, 2007. P. 175–184.
- Вдовик В., Вдовик М.* Видеопоэзия. URL: <https://s3-us-west-2.amazonaws.com/webcitation/6e5a75afb812bfb28aa3f3f26fdcdb183b540bef>

REFERENCES

- Anderson K.* TED TALKS. Words change the world: the first official guide to public speaking. Т. О. Novikova. – М: Eksmo, 2019. – 288 p.
- Annushkin V. I.* Rhetoric. Express course: tutorial. – Moscow: Flint: Nauka, 2011. – 224 p.
- Bakhtin M. M.* The problem of text in linguistics, Philology and other Humanities // Bakhtin M. M. Aesthetics of verbal creativity. – М., 1976.
- Davydov D. M.* video Poetry as a phenomenon and as a variety of practices [Electronic resource]. URL: <https://litcentr.in.ua/news/2011-03-14-978>.
- Dictionary of the Russian language: in 4 vols. / edited by A. P. Evgenieva. – Moscow: Russian: polygraph Resources, 1999.
- Efremova T. F.* Modern explanatory dictionary of the Russian language. – Moscow: AST, Astrel, harvest, Lingua, 2006. – 996 с.
- Large explanatory dictionary of the Russian language / editor-in-chief S. A. Kuznetsov. – SPb., 1998.
- Melo e Castro, Videopoetry E. M.* Media Poetry: An International Antology. Chicago: Intellect Books: The University of Chicago Press, 2007. P. 175–184.
- Vdovin V., M. Udovic* Video Poetry. URL: <https://s3-us-west-2.amazonaws.com/webcitation/6e5a75afb812bfb28aa3f3f26fdcdb183b540bef>

УДК 808.51

Мищерина Марина Алексеевна

кандидат педагогических наук, доцент
доцент кафедры риторики и культуры речи
Московского государственного областного университета
mimaal@yandex.ru

Мищерина Наталия Михайловна

аспирант кафедры методики преподавания русского языка и литературы
Московского государственного областного университета
fluffysnail@mail.ru

РИТОРИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Статья посвящена вопросам эффективной педагогической деятельности, рассмотрению вопросов повышения качества обучения в современной школе посредством повышения уровня речевого мастерства учителя, в статье описываются аспекты профессиональной речи, на которые стоит обратить внимание в ходе обучения будущих педагогов, а также рассматриваются виды упражнений, которые направлены на освоение студентами вузов и педагогических колледжей риторических приемов эффективной педагогической речи.

Ключевые слова: риторика, эффективная педагогическая речь, интонационная выразительность, метафоричность речи, речевые приемы, игровые технологии.

Misurina Marina Alekseevna

PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Associate Professor of the Department of Rhetoric and Culture of Speech,
Moscow State Regional University
mimaal@yandex.ru

Mishcherina Natalia Mikhailovna

graduate student of the department of methods of teaching
the Russian language and literature, Moscow State Regional University
fluffysnail@mail.ru

THE RHETORICAL BASIS OF EFFECTIVE PEDAGOGICAL SPEECH

Annotation: the article is devoted to the issues of effective pedagogical activity, the consideration of improving the quality of education in a modern school by increasing the level of speech skill of a teacher, the article describes aspects of professional speech that are worth paying

attention to during the training of future teachers, as well as the types of exercises that are aimed at mastering university students and teacher training colleges of rhetorical techniques of effective teaching speech.

Keywords: rhetoric, effective pedagogical speech, intonational expressiveness, metaphor of speech, speech techniques, gaming technology.

ВВЕДЕНИЕ

Современный учитель – явление в нашем мире многогранное и трудно дифференцируемое на предмет успешности. Что считать высоким качеством работы учителя? Высокие результаты, показанные его учениками на итоговых аттестациях? Да, безусловно! Умение использовать в своей работе передовые и новейшие технологии обучения? Да, тоже не вызывает сомнения. Современной школе – современные технологии! Но представляются немаловажными и такие очевидные явления, как предъявляемый ученическому коллективу уровень общения, образцовая речь, грамотный учительский комментарий, пламенное убеждающее слово и душевная беседа. [Боброва 2003]. А все это суть речевого мастерства учителя, его профессиональная визитная карточка. И понятно, что для осознанного овладения своим индивидуальным речевым почерком необходимо много и плодотворно трудиться, выбирая наиболее действенные способы речевого и невербального общения. И первое представление не просто о хорошей речи, а о хорошей педагогической речи студент получает на занятиях в институте.

Материалы и методы

Материалом данного исследования послужило описание разных видов риторических упражнений, направленных на формирование и закрепление навыков успешной педагогической коммуникации, а также переводом результатов обучения на компетентностный уровень. В качестве основного выбран описательный метод, включающий в себя основные компоненты: наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию.

Перед преподавателем вуза или педагогического колледжа стоит сложная задача – в рамках относительно небольшого курса не просто рассказать студентам о различных аспектах культуры речи, но и сформировать у студентов представление об особом месте и особой роли речевого взаимодействия именно в образовательной среде. Важно показать студенту профессиональную педагогическую речь с точки зрения еще одной проникающей технологии: с планированием результата, технологией развития мысли, привлечения изобразительно – выразительных средств, учитывая и формируя действенный характер педагогической речи. Надо показать студенту, что речь мы будем рассматривать в совокупности с лингвистическими обстоятельствами ее протекания, во взаимосвязи с жизнью, с говорящим – производителем речи [Солганик 2010].

Преподавателю важно суметь показать студентам первого курса, которые еще вчера были школьниками и обладают пока только правилами участия в образовательной коммуникации с точки зрения ведомого элемента, отличительные особенности речевого взаимодействия с группой обучающихся уже в роли коммуникативного лидера и помочь приступить к формированию своего индивидуального педагогического речевого почерка [Боброва 2013]. Еще одна задача, которую необходимо реализовать в ходе проведения учебных занятий, – помочь студентам научиться организовывать общение с обучающимися не только на вербально выраженном, но и невербальном уровне. А также сформировать отношение к уроку (с риторической точки зрения) как явления диалогического, полифонического, построенного на умелом перераспределении речевой инициативы.

Усиление практической значимости занятий по риторике и культуре речи в сфере образования – веяние времени: компетентностный подход в обучении продиктован теми требованиями работодателя, которые и определяют востребованность конкретного специалиста на рынке труда. Мы в нашей работе остановимся на некоторых риторических приемах, которые позволяют учителю держать в поле зрения всю классную аудиторию, а также помогают усилить внимание обучающихся к слову учителя.

К числу таких приемов можно отнести приемы построения урока как программируемого диалогического дидактического общения.

Зачастую можно наблюдать, как учителя образовательных организаций, организуя уроки согласно требованиям ФГОС, стараясь выстроить самостоятельную работу обучающихся, стремясь обучить школьников работе с информацией, забывают о том, что получение информации из аудиального источника – важное умение для ученика. И насыщая урок техническими и технологическими инновациями, опираясь на визуальные способы подачи материала, важно на уроках особое внимание уделить формированию устной речи. Об этом следует помнить и практикующему учителю и сегодняшнему студенту. Цепочку «обучение устной речи невозможно без обучения слушанию» – «организация обучения слушанию невозможна без моделирования на уроке диалогического пространства» – «слушание невозможно без говорения» – будущий педагог должен усвоить на занятиях по риторике и культуре речи, чтобы не забывать про нее на занятиях по методике русского языка и литературе. Межпредметная очевидность взаимосвязи обучения этим видам речевой деятельности как вопросу риторическому и методическому не нуждается в дополнительном доказательстве. Понятно, что отнюдь не случайны трудности, которые сегодня испытывает школьник при подготовке к устному экзамену по русскому языку или написанию изложения. Учебное пространство выстраивается таким образом, что основным источником информации становятся визуальные источники, сокращается время для устной монологической и диалогической речи, продуцируемой обучающимся. Учителя, ориентированные требованиями ФГОС на организацию самостоятельной работы обучающихся, перестают объяснять! Учитель не использует возможности организации речевого диалогического пространства урока. Между тем, учителю важно помнить, что объяснение нового материала – это не только пересказ имеющихся научных знаний, это еще и способ решения интеллектуальных задач, это обучение логическому мышлению: приемам анализа, систематизации, выявления характерных признаков и т. д. Поэтому нельзя лишать школьника возможности работы с аудиальной информацией. А значит, учителю рано прощаться с таким методическим приемом, каким является «слово учителя». При этом в век технического прогресса, когда учитель работает в информационно насыщенной среде,

педагогическая речь приобретает особое значение. [Боброва 2018]. И важным будет не только содержательная основа речи, но и ее интонационное богатство, лексический и синтаксический планы выразительности. В условиях информационно насыщенной среды обучения, как это ни странно, возрастает актуальность метафоричности речи. Пословицы, поговорки, афоризмы играют роль свернутых метафорических текстов, формируют поле «текста в тексте», придавая объемность линейно развивающейся фразе.

Особое внимание заслуживает педагогическая интонация, при некоторой спонтанности создаваемой педагогической речи интонация позволяет обнажить речевое намерение учителя. Педагог с помощью интонации не только дает образцы устной выразительности речи; не только проясняет смысл содержания, но и заявляет свои речевые намерения, подсказывая адресату речи (ученикам), какой ответной реакции ждет на то или иное словесное действие. [Ершов 1998].

Несомненно, важным будет и такое явление, как формирование учителем уровня общения. Учитель как коммуникативный лидер берет на себя роль построения уровня общения. Реализация гармонизирующего диалога [Михальская 2019] возможна при демократическом уровне общения, который формируется учителем. Демократический уровень общения формируется учителем в условиях психологического комфорта, в условиях педагогической заинтересованности в личностном развитии обучающихся. Обучая студентов педагогической эффективности, неизменно обращаемся к таким явлениям, как эмоциональность речи. Студентам важно обратить серьезное внимание на практические занятия по выразительному чтению, которые дают возможность не только отработать основные интонационные модели, но и освоить индивидуальные формы эмоциональности, этому способствует расширение читательских компетенций, читательского кругозора обучающихся [(Ходякова 2007)]. И внешнюю – артистизм, – проявляющуюся в мимической подвижности, выразительности жестов, адекватности интонации. И внутреннюю, которая проявляется через убежденность, то есть осознание учителем значимости, актуальности для обучающихся излагаемой педагогом учебной информации.

При организации работы со студентами на занятиях по культуре речи и риторике важны динамичные формы работы, их практическая ориентированность, даже игровая занимательность. Метафорический, образный характер приемов осуществления эффективного общения, таких как «эффект лошадки», визуальный контроль, «эффект линкора» и «утушка луговая» и т. д., вызывает интерес у студентов, игровая терминология помогает раскрепоститься и попробовать самостоятельно освоить и применить приемы общения в ходе речевой практики, снижают страх перед неудачей. Нам важна свобода и естественность поведения будущих учителей, их способность проявить себя в ситуации настоящего урока.

Анализ упражнений для формирования речевой успешности

Классическим приемом обучения риторическому мастерству является такой прием, как наблюдение. И в условиях недостаточного внимания современного учителя к объяснению нового материала, а поэтому и недостаточная подготовка студента к собственной устной эффективной педагогической речи, объектом наблюдения будут устные тексты, содержащие яркие образцы коммуникативной экспрессивности, а предметом речи – речевые приемы воздействующей, убеждающей и эмоциональной речи, которые можно перенести в сферу педагогического общения. Серия наблюдений под общим названием «Секрет великого рассказчика» даст студентам возможность увидеть, какие приемы побуждают слушателя внимательно воспринимать речь говорящего. При этом классические образцы хорошей речи (например, выступление И. Л. Андроникова «Первый раз на эстраде» [Андроников И.]) дают студенту возможность выявить такие значимые составляющие эффективной речи, как естественность мимики и жестов, перемещение рассказчика в пространстве, иллюстрирующий характер невербальных средств общения, которые проясняют речевые намерения и речевые послылы говорящего. Обучая студентов правилам хорошей речи, преподавателю важно обратить внимание студентов на отсутствие прямой и объективно существующей связи между вниманием слушателей к речи говорящего – априори, согласно речевой

ситуации – и статусом говорящего (учитель, вошедший в класс). Понимание студентами необходимости работать над восприятием речи слушателем и работать со слушателем во многом облегчает процесс последующего вхождения начинающего педагога в образовательную среду как коммуникативного лидера. Студент должен осознать необходимость своей работы над привлечением внимания слушателей, а также удержания их внимания на протяжении всей речи говорящего. Наблюдая за успешными речевыми практиками, студент делает вывод о значении эмоционального для усиления понимания речи. А также самой роли эмоциональных украшений в своей речи. Интересными для организации наблюдения могут стать лекции научно-популярной направленности, например, выступления Т. В.Черниговской [Черниговская 2018]. Если выступление И. Л.Андроникова можно считать образцом артистического выступления, который содержит элементы театрализации, образного перевоплощения, то в выступлениях Т. В.Черниговской на первый план выходит движение мысли говорящего. Образность речи, притягательность логических выкладок, доказательность, – все служит для того, чтобы держать внимание слушателей. И доставляет удовольствие слушателям от сопричастности движению мысли оратора. Студенты в ходе наблюдения и последующего аналитического обсуждения набирают приемы, которые затем смогут опробовать в ходе активного тренинга в постановочных или экспромтных выступлениях на заданную или произвольно выбранную темы, делают выводы о возможном применении выявленных приемов речевой выразительности и речевого воздействия в своей будущей педагогической деятельности.

Хорошие результаты дают аудиторные упражнения на речевое моделирование. Положительно встречают студенты, например, риторико-методические зарисовки «Разучиваем скороговорку». Упражнение можно считать комплексным: с одной стороны, – тренируем и совершенствуем артикуляционные навыки, а с другой, – делаем это в привязке к смоделированной педагогической ситуации. Цель этого упражнения выстроить ситуацию, при которой студент организует направленное речевое взаимодействие с группой своих сверстников. Важно, чтобы студент, инициирующий направленное речевое

взаимодействие с группой, и сама группа не «играли в поддавки». Не изображали нарочито подчеркнутые взаимоотношения между «якобы – учителем» и условными учениками, допустим, пятого класса. Такой подход приводит к ненатуральности, делает интонации фальшивыми, натянутыми, а самое главное, не воспроизводимыми в ситуации последующего речевого взаимодействия в условиях реальной школьной практики. А нам важно дать ученику опыт структурного, содержательного построения успешного взаимодействия.

Понятно, что для более простого запоминания мы и вырабатываем для студентов звонкие метафорические названия риторико-методическим приемам, о которых говорили выше, это облегчает и их понимание, и запоминание студентами, а также переводит формат обучения этим приемам в акт дидактической игры, что снимает зажатость, неуверенность, боязнь ошибки и иные факторы, затрудняющие обучение. Положительный результат в этой связи дает работа по речевому освоению художественного пространства [Колокольцев 2013].

Интересными будут и упражнения на интервьюирование. Задания на интервьюирование также идут на риторико-методической основе, то есть речевые практики формируются в ходе решения методических задач, свойственным данному предмету обучения в школе. Упражнение начинаем с введения. Начинаем традиционно с мотивационного блока, оговаривая со студентами цели и задачи умения организовать беседу с адресатом речи. Выявляем такие важные характеристики, как искренность, заинтересованность, поиск точек соприкосновения. Для успешного применения риторических приемов и риторического сопровождения методических действий очень важно показать студентам значимость ценностных установок говорящего. Правильный настрой поможет учителю из богатой копилки языка выбрать нужные и естественные для говорящего слова и языковые конструкции. Для успешного освоения студентами умения задавать вопросы важно не только моделировать дидактическое общения в учебной аудитории, но и дать обучающимся возможность попробовать себя в интервьюировании реальных интересных собеседников, выводя тем самым речевое умение в формат компетентностного освоения. Так, в нашем практическом случае, для студентов оказалась очень интересной

и полезной встреча с Уполномоченным по правам ребенка в Московской области Ксенией Мишоновой, а также с главным редактором – учредителем муниципальной молодежной газеты «Юные Химки» кандидатом филологических наук Ириной Гринёвой. Работа с реальными собеседниками позволила студентам прочувствовать и проанализировать свои ощущения в роли инициатора общения, выявить индивидуальные затруднения и личные успешные стратегии участия в беседе. Данные упражнения дают богатый материал для обсуждения и сами служат мотивационной базой для самостоятельного продолжения работы по изучению теоретических аспектов успешной речи и освоения новых приемов эффективной коммуникации. В ходе работы по интервьюированию студенты обратили внимание на такие важные детали, как направленность вопросов, установление контакта и выявление точек сближения собеседников. Возможность отработки уже найденных индивидуально ориентированных приемов речевого взаимодействия студенты могут получить в ходе организованной коммуникативной практики, которая в нашем случае осуществлялась в рамках волонтерского участия студентов в проекте «Басмания» (г. Москва), посвященном сохранению исторического, этнографического, культурного наследия, носителями которого являются граждане старшего поколения, жители указанного муниципального образования. Студенты смогли поучаствовать в направленной организованной коммуникации с целью получения информации в форме воспоминаний, рассуждений, бытовых зарисовок. успешность такого взаимодействия показала компетентное соответствие заявленных коммуникативных задач обучения риторике и культуре речи и практических навыков, продемонстрированных студентами. Важным следствием практических дидактически направленных и риторически выстроенных встреч с реальными людьми для студентов становится возможность перевода учебных умений и навыков в компетентностную готовность реализации собственных риторических моделей, успешных именно в их исполнении. Неигровое риторическое событие требует от студента не игровой же речевой реакции. Представляется, что такой подход и такой результат являются действенным ответом завтрашнего педагога на вызовы современной образовательной практики.

Умение держать собеседника (ребенка или взрослого) в постоянном поле зрения, готовность просчитать последствие выбранной речевой стратегии, конкретного наполнения лексических единиц, построения фразы, интонационной инструментовки свойственно в настоящий момент, к сожалению, не каждому опытному учителю. И подготовка студентов к пониманию довольно жесткой закономерности в проявлении ответной реакции слушателя на предложенный говорящим уровень общения дает завтрашнему учителю те конкурентные преимущества, которые позволят вчерашнему студенту продержаться в школе до того времени, когда он сможет успешно и осознанно применить методические знания, полученные на занятиях в вузе или колледже. Пожалуй, ни одна другая учебная дисциплина не готовит настолько студента к будущей профессиональной деятельности, как занятия по риторике и культуре речи.

Полученные результаты

Повышение качества обучения в современной школе напрямую зависит от речевых умений педагога. А это значит, что для обеспечения условий успешной работы учителя в современных социокультурных условиях с учетом информационно насыщенной среды обучения, предполагаемой ФГОС, необходимо научить студента осознанным приемам владения речью.

Этому будет способствовать система упражнений, которые обеспечивают реализацию компетентностного подхода к обучению.

Для успешного овладения студентами эффективными речевыми приемами необходимо:

- выстроить высокий уровень мотивации обучающихся;
- построить активную среду для речевого поиска, речевого опыта, речевого эксперимента; пробудить в слушателях удивление перед собственными интонационными возможностями; подвести к пониманию необходимости заниматься интонационным совершенствованием;
- важнейшим условием успешности речевых упражнений является высокий уровень личностной заинтересованности студента, опора на личный опыт, ведущими методами обучения должны стать личностно-ориентированное обучение.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, выстраивая модель подготовки будущего учителя, важно помнить, что методическая успешность будущего педагога идет рука об руку с его риторической успешностью. Яркая личность учителя, которая способна оказать воздействие на ученика, пробудить интерес к изучению преподаваемого предмета, проявляется через речь педагога. И от того насколько будущий учитель понимает закономерности построения эффективного общения, насколько он хорошо и продуманно своей речью владеет, во многом зависит успешность его первых педагогических шагов и становление будущего мастера, того педагога, который не только умеет учить, но у которого учиться хочется. И это неотъемлемое качество современного успешного учителя, которое можно и должно формировать в ходе обучения будущего педагога.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Боброва С. В.* Способы формирования языкового сознания на уроке русского языка в средней школе // Сборник научных трудов «Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий». Воронеж, 2003. С. 48–53.
- Боброва С. В., Мищерина М. А.* Русский язык и культура речи: учебное пособие по русскому языку и культуре речи для одаренных детей. – М.: ООО «Диона», 2013. – 448 с.
- Боброва С. В.* «Электронно-цифровая среда как средство развития языковых способностей одаренных школьников», статья / С. В. Боброва, Н. В. Будылкина, М. А. Мищерина. Сборник научных статей по итогам Всероссийской научно-практической конференции «Филологическое образование в условиях электронно-цифровой среды» г. Москва, 30 мая 2018 года; редкол.: Т. Г. Галактионова, Е. И. Казакова, В. Е. Пугач. – СПб.: ЛЕМА, 2018. – 105 с. С. 20–23.
- Ершов П. М., Ершова А. П., Букатов В. М.* «Общение на уроке и режиссура поведения учителя»-изд. 2-е перераб. и доп. – М.: Московский психолого-социальный институт. – Флинта, 1998. – 366 с.
- Колокольцев Е. Н.* Художественное произведение в аспекте речевого творчества школьника: учебное наглядное пособие / Е. Н. Колокольцев. – М.: ООО «Диона», 2013. – 110 с.

Михальская А. К. Риторика. М.: ИНФРА-М, 2019. 480 с.

Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи: Учебное пособие. – М.: Издательство Московского университета, 2010. С. 35.

Ходякова Л. А., Супрунова А. В. «Расширение фоновых культурных знаний в процессе работы с текстом путем активизации познавательной деятельности учащихся. / Русский язык в школе. 7–2007. С. 8–14.

Интернет – ресурсы:

1. <https://yandex.ru/video/preview?filmId=3156113369135677423&noreask=1&parent-reqid=1575658278782662-875763125889028624700128-man1-4242&path=wizard&text=%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2+%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%BA%D0%BB%D0%B8%D0%B9> Ираклий Андроников «Первый раз на эстраде» – YouTube. Music
2. https://www.youtube.com/watch?v=NvdjoE1c_Qw Черниговская Т. В. Откуда мысль берётся? Лекторий «Прямая речь» 22.11.2018.

REFERENCES

- Bobrova S. V.* Ways of forming language consciousness in a Russian language lesson in high school // Collection of scientific papers “Problems of studying the living Russian word at the turn of the Millennium”. Voronezh, 2003, pp. 48–53.
- Bobrova S. V., Misharina M. A.* Russian language and culture of speech: a textbook on the Russian language and culture of speech for gifted children. – Moscow: DIONA LLC, 2013. – 448 p.
- Bobrova S. V.* “Electronic-digital environment as a means of developing the language abilities of gifted students”, article / S. V. Bobrova, N. V. Budykina, M. A. Mishcherina. Collection of scientific articles on the results of the all-Russian scientific-practical conference “Philological education in an electronic-digital environment” Moscow, may 30, 2018; editorial Board.: T. G. Galaktionova, E. I. Kazakova, V. E. Pugach. – SPb.: LEM, 2018. – 105 p. Pp. 20–23.
- Yershov P. M., Yershova A. P., Bukatov V. M.*, “Communication in the classroom and directing the teacher’s behavior” – ed.2nd Rev. and add.-M.: Moscow psychological-social Institute. – Flint, 1998. – 366 p.
- Kolokoltsev, E. N.* A work of Art in the aspect of speech creativity of a school-boy: an educational visual aid/ E. N. Kolokoltsev. – Moscow: DIONA LLC, 2013. – 110 s.

Mikhalskaya A. K. Rhetoric. Moscow: INFRA-M, 2019. 480 p.

Solganik G. Ya. Fundamentals of speech linguistics: A textbook. – Moscow: Moscow University Press, 2010. P. 35.

Khodyakova L. A., Suprunova A.V. “ Expanding background cultural knowledge in the process of working with the text by activating the cognitive activity of students. \Russian language at school.7-2007. with. 8–14.

On-line resources:

1. <https://yandex.ru/video/preview?filmId=3156113369135677423&noreask=1&parent-reqid=1575658278782662-875763125889028624700128-man1-4242&path=wizard&text=%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2+%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%BA%D0%BB%D0%B8%D0%B9> Irakli Andronikov “First time on stage” – YouTube. Music
2. https://www.youtube.com/watch?v=NvdjoEic_Qw Chernihiv T. V. Where does the idea come from? Lecture hall “Direct speech” 22.11.2018.

УДК 81 (81-23)

Мусихина Наталья Евгеньевна

аспирант Башкирского государственного педагогического университета имени М. Акмуллы,

учитель русского языка и литературы Башкирской республиканской гимназии-интерната № 1 имени Рами Гарипова

natashahk@yandex.ru

ПОД ХЕШТЕГОМ ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ: КОНЦЕПТ ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ В ДИСКУРСЕ МАСС-МЕДИА

В центре данного исследования проблема вербализации концептов и проблема изменения картины мира под влиянием сферы масс-медиа. Основным методом исследования является метод концептуального анализа. Исследование проводилось на материалах из инстаграм-блогов. Методом сплошной выборки был создан корпус лексических единиц, репрезентирующих концепт ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ. В результате исследования выявлена и описана структура концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ. На основании исследованного материала мы отметили изменения в языковой картине мира представителей русской культуры.

Ключевые слова: концепт; культура; менталитет; репрезентация; дискурс; масс-медиа.

Musikhina Natalya Evgenievna

postgraduate Bashkir state pedagogical University named after M. Akmulla

teacher of Russian language and literature of the Bashkir Republican

boarding school № 1 named after Rami Garipov

natashahk@yandex.ru

UNDER THE HASHTAG INTELLIGENCE: THE CONCEPT INTELLIGENCE IN THE DISCOURSE OF THE MASS MEDIA

The focus of this investigation is the problem of verbalization of concepts and the problem of changing the picture of the world under the influence of mass media. The main method of research is the method of conceptual analysis. The research was conducted on materials from instagram blogs. The solid sampling method was used to create a corpus of lexical units representing the concept INTELLIGENCE. The study identified and described the structure of the concept INTELLIGENCE. Based on the material we have studied, we have noted changes in the linguistic picture of the world of representatives of Russian culture.

Keywords: concept; culture; mentality; representation; discourse; mass media.

ВВЕДЕНИЕ

По мнению З. Д. Поповой и И. А. Стернина, концепт представляет собой ментальное образование, обладающее упорядоченной внутренней структурой [Попова, Стернин 2010]. Как считает М. Влад. Пименова, структура концепта – это «совокупность обобщенных признаков и групп признаков, необходимых и достаточных для идентификации предмета или явления как фрагмента картины мира» [Пименова 2011, с. 114]. Для выявления структуры концепта необходимо исследовать весь языковой корпус, репрезентирующий концепт. Анализ средств, вербализующих концепт, позволяет описать национальную картину миру. Языковая картина мира со временем меняется, признаки концептов расширяются. З. Д. Попова, И. А. Стернин совокупность языковых средств, репрезентирующих концепт в определенный период развития общества, называют номинативным полем концепта.

Языковые средства, присущие публицистическим текстам, входят в номинативное поле концепта и раскрывают его содержание.

В современном обществе основным источником информации являются интернет-издания. Одной из центральных проблем междисциплинарных исследований сегодня является понятие «дискурс». Н.Д. Арутюнова под дискурсом понимает «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами», как «речь, погруженную в жизнь» [Арутюнова 1990]. Существует множество типов дискурса. Дискурс масс-медиа – это общепринятый тип поведения субъекта в сфере масс-медиа, детерминированный социально-историческими условиями. Данная сфера стремительно развивается и оказывает значительное влияние на сознание человека. Результатом этого влияния является изменение картины мира социума. Постепенно происходит смена менталитета. Этот факт констатируют психологи Е. А. Пронин и Е. А. Пронина. По их мнению, информационная среда сформировала новый психотип, человека «с иным мышлением, иным пониманием жизни» [Пронин, Пронина 2013].

Таким образом, анализ языковых средств дискурса масс-медиа, репрезентирующих концепт ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ, позволит выявить его признаки, характерные для данного периода развития общества.

**Семантическое поле, репрезентирующее концепт
ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ. Выявление понятийных признаков
на основе материалов из инстаграм-блогов**

В рамках исследования лексемы *интеллигентность* в дискурсе масс-медиа в качестве примеров мы используем материалы из инстаграм-блогов. Нами найдено 889 публикаций с хештегом *интеллигентность*. Исследуемый концепт часто используется в информационном обмене, т. е. обладает коммуникативной релевантностью [Попова, Стернин 2001, с. 16]. Понятие ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ служит предметом обсуждения в современном обществе.

Проведенный анализ позволил выявить следующие понятийные признаки концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ: «этикет», «воспитание», «манеры», «уважение», «поведение», «культура», «общение», «интеллект», «начитанность», «правила», «сдержанность», «леди», «отношение», «умение», «элегантность», «доброта», «внутреннее», «такт», «вежливость», «образование», «нравственность», «красота», «врожденное», «нормы», «доброжелательность», «спокойствие», «благодарность», «любовь», «мораль», «духовность», «мышление», «порядочность», «мелочи», «тихо», «интерес», «тон», «общество», «искусство», «идеал», «скромность», «душа», «дружелюбие», «внимание», «сила», «история», «сердце», «единство слова и дела», «джентльмен», «труд», «терпение», «понимание», «терпимость», «истина», «приличия», «проявления», «мир», «знания», «классика», «границы», «цельность», «деликатность», «уверенность», «умение слушать», «совесть», «внешний вид», «этика», «справедливость», «человечность», «сочетание», «душевность», «самоуважение», «помощь», «ценности», «искренность», «развитие», «физический», «изящный», «аристократизм», «самосовершенствование».

На основании проведенного исследования мы выявили конституирующие признаки концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ: «этикет», «воспитание», «манеры», «уважение», «поведение».

Основные значения понятия ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ в дискурсе масс-медиа: 1) этикет; 2) воспитание; 3) манеры 4) поведение; 5) культура; 6) общение; 7) ум; 8) начитанность; 9) сдержанность; 10) леди; 11) отношение; 12) умение; 13) элегантность; 14) доброта.

В структурной модели ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ можно выделить следующие компоненты: 1) *соответствие социальным нормам, правилам* (этикет, воспитание, манеры, поведение, культура, вежливость, такт, тон; приличия, цензура речи, адекватность); 2) *уважение* (включая самоуважение и самооценку); 3) *общение* (умение слушать); 4) *ум, интеллект* (разумность, разум, логика, суждения, самостоятельное мышление); 5) *образование* (начитанность, знания); 6) *отношение к людям и ко всему миру* (доброта, доброжелательность, любовь, интерес, внимание, дружелюбие, понимание, терпение, терпимость, деликатность, помощь, благодарность, сострадание, забота, прощение, полезный, благотворительность); 7) *качества характера* (порядочность, скромность, уверенность, совесть, цельность, справедливость, человечность, душевность, искренность, достоинство, благородство, спокойствие, честность, правдивость, верность, стыд, ответственность, надежность, проницательность, сила, целомудрие, юмор, гармония, трудолюбие, целеустремленность, индивидуальность); 8) *нормы морали, нравственные ценности* (этика, духовность); 9) *внешний вид* (элегантность, изящество, красота, одежда, осанка, походка, взгляд, женственность, ухоженность, вкус); 10) *речь* (правильность, словарный запас, красноречие, риторика, негромкая); 11) *развитие* (самосовершенствование, самовоспитание, саморазвитие, обучение, изучение); 12) *поступки* (дело, деятельность, труд); 13) *социальная принадлежность* (жители столицы, деревни, аристократы, провинциалы, высшее общество, королевы).

Одним из аспектов интеллигентности являются представления о том, как она формируется. В языковом сознании 82 % блогеров интеллигентность воспитывается семьей и самим человеком; 18 % блогеров отмечают, что интеллигентность является врожденной.

ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ имеет понятийные признаки «отношение», «умение», «качество», «способность», «образ жизни», «способ», «состояние», «чувство». Ключевым из них является «отношение». Интеллигентность проявляется в отношении человека к другим людям, животным, природе, ко всему миру. В одной из интернет-публикаций был отмечен предметный признак ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТИ «механизм». Мы относим данный признак к окказиональным.

Интеллигентность понимается как совокупность, сочетание определенных качеств. Одним из дискуссионных вопросов в дискурсе масс-медиа является вопрос о том, много ли в современном обществе людей, обладающих совокупностью этих качеств. Первое место занимает ответ «много» – 50 % блогеров. На второй позиции ответ «мало» – 40 % блогеров. Остальные 10 % считают, что интеллигентных людей не осталось.

Ставя вопрос о том, как проявляется интеллигентность, блогеры отмечают, что интеллигентность проявляется во всем, даже в мелочах.

Интеллигентность связана с уважением к другим людям и самоуважением. Интеллигентность вытекает из самооценки, уверенности в себе, самосознания человеком себя как личности.

Интеллигентность вызывает уважение, восхищение, любовь и любопытство окружающих. Некоторые блогеры отмечают, что интеллигентный человек является примером для подражания, идеалом.

В дискурсе масс-медиа ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ выражается через образные признаки «леди» и «джентльмен».

ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ в дискурсе масс-медиа наделяется признаками «классика» (67 % блогеров) и «новое» (33 % блогеров).

Интеллигентность связана с историей и искусством.

Понятие ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ выражается через гармонию материального и духовного.

Для концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ в дискурсе масс-медиа характерен признак «алкоголь». Интеллигентность выражается в выборе алкогольного напитка и в поведении во время его употребления. Интеллигентный человек выбирает вино, и под воздействием алкоголя он ведет себя в соответствии с социальными нормами, не нарушая комфорт окружающих людей.

Под хештегом *интеллигентность* из 889 публикаций 41 посвящена одежде, 6 – украшениям, 2 – парфюмерии, 3 – дизайну интерьера. Структура концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ включает признак «внешний вид». В представлении блогеров интеллигентность выражается во внешности, прежде всего, через одежду. Некоторые считают, что обязательный признак интеллигентности – очки. ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ

в сознании блогеров связана со вкусом и стилем. Понятие ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ имеет признаки «деловой стиль», «деловой дресс-код», что связано с соответствием нормам, правилам, принятым в определенном сообществе. Однако в структуре исследуемого концепта внутреннее преобладает над внешним.

Многие блогеры указывают на правильную, богатую речь как признак интеллигентности. В их языковом сознании общение с интеллигентным человеком связано с удовольствием. Интеллигентный человек говорит негромко и внимательно слушает. Под хештэгом *интеллигентность* публикуют свои посты ведущие мероприятий, для которых важным является ораторское мастерство, умение общаться с самой разной аудиторией.

Один из блогеров в качестве конституирующего признака интеллигентности не отметил цензурную речь: интеллигентный человек может использовать нецензурную лексику.

Среди анализируемого материала 35 публикаций под хештэгом *интеллигентность* посвящены Д. С. Лихачеву, с образом которого связаны представления блогеров об интеллигентности.

В 13 публикациях интеллигентностью наделяются животные.

В двух публикациях понятие ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ имеет признак «маска» и связано с лицемерием. За «маской» интеллигентности человек скрывает внутреннюю неполноценность, комплексы, ханжество, негатив, злобу, ненависть, гнев, страхи, и этим обманывает себя и окружающих. По мнению автора одной из этих публикаций, «маску» интеллигентности надевает человек, не желающий над собой работать. Образный признак интеллигентности «маска» мы относим к окказиональным признакам. В данном случае понимание интеллигентности сводится к формальному признаку «соответствие общественным нормам».

Следует отметить, что в инстаграм-блогах встречается и лексема *интеллигентный* в разных сочетаниях под хештэгом, например: *интеллигентный юмор, интеллигентный бар, интеллигентный фототур, интеллигентный мачо, интеллигентный ботокс, интеллигентный ведущий, интеллигентный пес, интеллигентный кот, интеллигентный Питер*.

Таким образом, основное значение понятия ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ в дискурсе масс-медиа – «соответствие общественным нормам и правилам». Ключевым элементом, определяющим интеллигентность, является признак «отношение». Интеллигентность выражается в отношениях со всем миром, формируется в процессе социализации личности через систему общественных отношений, воспитание и самовоспитание. Интеллигентность как совокупность качеств развивается, совершенствуется.

Сравнительный анализ понятийных признаков, выявленных на основе материалов из инстаграм-блогов и словарных дефиниций

В результате анализа словарных дефиниций были выявлены следующие конституирующие признаки интеллигентности: «культура», «образование», «интеллект», «воспитание». Они отличаются от конституирующих признаков, отмеченных блогерами: «этикет», «воспитание», «манеры», «уважение», «поведение».

На основании анализа материалов интернет-блогов мы выявили в структуре концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ признаки «интеллект» и «образование», однако конституирующими данные признаки не являются.

В сознание блогеров интеллигентность определяется как отношение человека к другим людям и ко всему, что его окружает. В словарях ключевым элементом, определяющим интеллигентность, является «качество». Однако при анализе словарных дефиниций выявлено, что интеллигентность выражается через отношение к людям, и в структуре концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ можно выделить признаки «мировой», «общечеловеческий».

Среди основных значений понятия ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ в дискурсе масс-медиа нами выявлено значение «элегантность», которое не обнаружено в результате анализа словарных дефиниций. Интеллигентность включает чувство вкуса и стиля. Однако признак «внешний вид» обнаружен в структуре концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ как при анализе словарных дефиниций, так и материалов из инстаграм-блогов.

На основании анализа словарных дефиниций в структурной модели ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ можно выделить следующие компоненты: 1) соответствие социальным нормам, правилам (соответствующий, воспитанный, культурный, цивилизованный, приличный, вежливый, с хорошими манерами, правила этикета, поведение); 2) соответствие моральным нормам (моральный, нравственный, благонравный, духовность); 3) образование (знания, начитанность, эрудированный); 4) ум, интеллект (разум, здравый смысл); 5) качества характера (мягкий, добрый, соvestливый, порядочный, справедливый, принципиальный); 7) отношение к другим людям (доброта, мягкость, такт, терпимость); 8) развитие (обучение, профессионализм); 9) внешний облик, эстетика (приятный, обаятельный, симпатичный); 10) речь (общение); 11) социальная принадлежность (группа, относящийся к интеллигенции).

Структурная модель ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ, выявленная в результате анализа материалов инстаграм-блогов, включает все указанные выше компоненты, кроме которых в данной структуре мы выделяем следующие: уважение, включающее самоуважение, и поступки. Это связано с определением в качестве конституирующего признака интеллигентности «отношение». В сознании инстаграм-блогеров интеллигентный человек, характеризуется тем, что не нарушает свои и чужие границы, делает жизнь окружающих людей комфортной и является полезным для них. Уважение интеллигентного человека по отношению к людям связано с его самооценкой и уверенностью в себе. Если человек уверен в себе и у него все в порядке с самооценкой, что является признаком интеллигентности, то он не станет унижать других людей, потому что, унижая других, он унижает самого себя.

С поступками в представлении блогеров об интеллигентности связаны и такие качества, как трудолюбие и целеустремленность. Таким образом, для них важнее не образование интеллигентного человека, которого у него может и не быть, а его отношение к людям и поступки. Блогеры отмечают соответствие слова и дела интеллигентного человека, его надежность и ответственность.

В представлении блогеров об интеллигентности входит чувство юмора.

Одним из аспектов интеллигентности является вопрос о ее формировании. Многие блогеры считают, что интеллигентность формируется в процессе самосовершенствования, самовоспитания и саморазвития. Человек сам учится быть интеллигентным. В результате анализа словарных дефиниций нами обнаружено, что интеллигентность формируется в процессе усвоения общественных норм под влиянием семьи, школы, среды.

Такой компонент, как социальная принадлежность в словарях и инстаграм-блогах имеет разное содержание. Структурная модель концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ, выявленная при анализе словарных дефиниций, включает принадлежность к интеллигенции как особой социальной группе. Модель, представляющая понятие *интеллигентность*, в сознании блогеров, включает принадлежность к разным социальным группам. Интеллигентным может быть как слесарь, так и профессор, артист. Интеллигенты – это и коренные жители столицы, и провинциалы, деревенские жители. Некоторые блогеры отмечают и аристократизм интеллигентных людей, принадлежность к высшему обществу, светскость, но по большей части это связано не с происхождением, а самовоспитанием. Один из блогеров в качестве признака интеллигентности отметил «аристократизм духа».

На основании анализа словарных дефиниций в структуре концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ было обнаружено, что понятие «духовное» превалирует над «материальным». В представлении блогеров духовное и материальное в интеллигентном человеке гармонично сочетается. Интеллигентный человек – это цельная личность. При анализе словарных дефиниций и материалов из инстаграм-блогов было выявлено, что интеллигентность включает такие личностные качества, как: совесть, порядочность, сострадание, доброта, терпимость, справедливость, духовность и душевность. Блогеры отмечают и другие качества: скромность, уверенность, искренность, благородство, спокойствие, честность, верность, ответственность, надежность, проницательность, сила, юмор, трудолюбие, целеустремленность.

При анализе словарных дефиниций выявлены признаки ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТИ «личность» и «индивид», при анализе материалов инстаграм-блогов – «личность» и «индивидуальность».

ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ актуализируется через признаки «душа» и «сердце». На основании анализа словарных дефиниций выделены признаки ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТИ «религиозность», «церковность». В языковом сознании блогеров интеллигентность не связана с религиозностью.

В результате анализа словарных дефиниций выявлен дименсиональный признак концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ, выраженный через высокую оценку качеств. Данный признак при анализе материалов инстаграм-блогов нами не обнаружен.

Анализ словарных дефиниций позволил выявить в структуре концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ признак «особенный», «отличный». При анализе текстов инстаграм-блогов этот признак не обнаружен. Однако в дикурсе масс-медиа отмечается редкость интеллигентности. Некоторые блогеры называют интеллигентность идеалом, к которому можно только стремиться, а интеллигентных людей считают примером для подражания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании исследования материалов инстаграм-блогов были выявлены следующие компоненты в структурной модели концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ: 1) *соответствие социальным нормам, правилам*; 2) *уважение*; 3) *общение*; 4) *ум, интеллект*; 5) *образование*; 6) *отношение к людям и ко всему миру*; 7) *качества характера*; 8) *нормы морали, нравственные ценности*; 9) *внешний вид*; 10) *речь*; 11) *развитие*; 12) *поступки*; 13) *социальная принадлежность*.

Основным значением понятия ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ в языковом сознании представителей русской культуры является «соответствие общепринятым нормам и правилам». Данное значение выявлено как при анализе материалов инстаграм-блогов, так и при анализе словарных дефиниций. При этом интеллигентный человек обладает индивидуальностью и самостоятельным мышлением.

Конституирующими признаками интеллигентности являются этикет и манеры. Интеллигентный человек умеет вести себя в обществе. Его поведение характеризуется сдержанностью.

Один из ключевых элементов, определяющих интеллигентность, – «отношение». Интеллигентность человека определяется отношением ко всему, что его окружает: к людям, природе, животным, ко всему миру. Это отношение основано, прежде всего, на уважении к самому себе и к другим. Интеллигентность – это уважение своих и чужих границ.

В сознании современного человека конституирующим признаком интеллигентности является элегантность. Интеллигентность связана со стилем одежды, характеризующимся элегантностью, изысканностью. Интеллигентный человек обладает безупречным чувством вкуса. На интеллигентность человека указывает его ухоженный внешний вид. Интеллигентность выражается в походке, осанке, жестах, отличающихся изяществом, грациозностью.

Показателем интеллигентности является общение. Блогеры отмечают, что интеллигентный человек – это приятный собеседник, умеющий не только хорошо говорить, но и внимательно слушать. Некоторые блогеры указывают на связь интеллигентности с ораторским искусством.

Такие признаки, как «интеллект» и «образование» входят в структуру концепта ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ, но не являются конституирующими. Под умом подразумеваются, в первую очередь, здравый смысл, мудрость как результат жизненного опыта. Образование как элемент интеллигентности предполагает, прежде всего, не высшее образование, а начитанность, знания, полученные в процессе самосовершенствования. Интеллигентность развивается, воспитывается, человек самостоятельно учится интеллигентности.

Интеллигентность представляет собой совокупность личностных качеств таких, как доброта, порядочность, надежность, скромность, уверенность, искренность, человечность, справедливость, благородство, честность, трудолюбие. Слово и дело интеллигентного человека едины.

Интеллигентность присуща представителям разных социальных групп и профессий.

Таким образом, интеллигентность является сложным, интегративным понятием, представляющим собой отношение к миру и совокуп-

ность качеств личности, формирующихся и развивающихся в процессе социализации и самосовершенствования.

Концепт ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ относится к числу базовых социальных и духовных концептов.

В результате проведенного исследования мы не обнаружили кардинальной смены менталитета представителей русской культуры, однако выявили изменения в языковой картине мире народа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арутюнова Н. Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
- Пименова М. В., Кондратьева О. Н.* Концептуальные исследования. Введение: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2011. 176 с.
- Попова З. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика. М.: Аст; Восток-Запад, 2010. 314 с.
- Попова З. Д., Стернин И. А.* Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2001. 192 с.
- Пронин Е. И., Пронина Е. Е.* Медиаспсихология: новейшие информационные технологии и феномен человека // Общественные науки и современность. М.: Наука, 2013, № 2 . С. 152–161.

REFERENCES

- Arutyunova N. D.* Diskurs // Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'. M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1990. S. 136–137.
- Pimenova M. V., Kondrat'eva O. N.* Kontseptual'nye issledovaniya. Vvedenie: ucheb. posobie. M.: Flinta; Nauka, 2011. 176 s.
- Popova Z. D., Sternin I. A.* Kognitivnaya lingvistika. M.: Ast; Vostok-Zapad, 2010. 314 s.
- Popova Z. D., Sternin I. A.* Ocherki po kognitivnoi lingvistike. Voronezh: Izd-vo Voronezh. un-ta, 2001. 192 s.
- Pronin E. I., Pronina E. E.* Mediapsikhologiya: noveishie informatsionnye tekhnologii i fenomen cheloveka // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. M.: Nauka, 2013, № 2. S.152–161.

УДК 811.111-26

Овшиева Неля Львовна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры германской филологии гуманитарного факультета,
Калмыцкого государственного университета
имени Б. Б. Городовикова
e-mail: novshieva@yandex.ru

О ПРАГМАТИКЕ ЭНТИМЕМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЛИТЕРАТУРНОМ ДИСКУРСЕ

Объектом исследования в статье является энтимема как один из риторических приемов, используемых с целью убеждения в англоязычном литературном дискурсе. Исследования в сфере риторики художественной прозы в большинстве своем рассматривают художественное произведение как диалог автора с читателем, рассматривая художественный текст как высказывание. Актуальность проведенного исследования обусловлена необходимостью изучения энтимемы как формы скрытого убеждения в англоязычном литературном дискурсе.

Ключевые слова: риторика, литературный дискурс, энтимема, убеждение

Ovshieva Nalya L'vovna,

PhD of Philology, Associate professor
Associate professor of Department of German Philology,
B. B. Gorodovikov Kalmyk State University, Elista,
Russian Federation
e-mail: novshieva@yandex.ru

ON PRAGMATICS OF ENTHYMEME IN ENGLISH LITERARY DISCOURSE

The object of research in the article is enthymeme as one of the rhetorical techniques of persuasion in English literary discourse. Studies in the field of rhetoric of fiction mostly consider a work of art as a dialogue between the author and the reader, regarding fiction text as an utterance. The relevance of the study is due to the need to study enthymeme as a form of implicit persuasion in English literary discourse.

Keywords: rhetoric, literary discourse, enthymeme, persuasion.

Объектом исследования в статье является энтимема как один из риторических приемов, используемых с целью убеждения в англоязычном литературном дискурсе. Актуальность проведенного исследования обусловлена тем, что именно исследование этого риторического приема может стать ключом к пониманию основной идеи автора художественного произведения.

Риторический анализ текстов художественной прозы осуществляется в двух направлениях: с одной стороны, анализ риторических жанров литературы и взаимоотношения между автором и читателями в триаде «Автор – текст – читатель» [Бахтин 1997; Booth 1983, с. 442], и, с другой стороны, интерес к двум основным качествам риторической речи: ориентации на убеждение и использованию различных лингвистических приемов, склоняющих читателя к точке зрения автора посредством «красноречия» [Young 2001].

По мнению М. М. Бахтина, вся художественная проза находится в теснейшем генетическом родстве с риторическими формами. И на протяжении всего дальнейшего развития текстов художественной прозы теснейшее взаимодействие их (как мирное, так и борьба) с живыми риторическими жанрами (публицистическими, моральными, философскими и др.) не прекращалось и было, может быть, не меньшим, чем взаимодействие его с художественными жанрами (эпическими, драматическими и лирическими). Но в этом непрерывном взаимодействии романное слово сохраняет свое качественное своеобразие и несводимо к риторическому слову [Бахтин 2012, с. 22]. Исследования в сфере риторики художественной прозы в большинстве своем рассматривают текст как высказывание [Бахтин 1997, с. 307], и, соответственно, художественное произведение в этой перспективе видется как диалог автора с читателем. У. Бут также отмечает, что конкретная история либо рассказывается «нам», читателям, либо у нее это не получается. То, что мы изучаем, когда мы изучаем художественную литературу как риторику, а риторику в художественной прозе – это все способы, которыми рассказам удается быть рассказанными: как авторы добиваются того, чтобы рассказы были в состоянии сделать это, и как нам, читателям, удается сыграть свою роль в этом спектакле [Booth 1983, с. 442].

С позиций теории неориторики, целью риторики является поиск оптимальных вариантов (наилучших алгоритмов) воздействия, общения, убеждения. Задачи риторики сводятся к двум направлениям. Первым направлением является логическое: убедительность, эффективность речи выступают преимущественными параметрами. Вторым представлено литературное направление: главенствующими аспектами являются пышность и красота слов. Учитывая объединение логического и литературного направления в современной риторике, в её задачи входит правильность, убедительность и целесообразность речи [Perelman, Olbrechts-Tyteca 1969].

В настоящей работе рассматривается энтимема как одна из риторических особенностей англоязычного литературного дискурса. В работе применяется риторический подход, в соответствии с которым энтимема рассматривается способ создания эффективного сообщения для воздействия на отношение, мнения и убеждения людей. Цель проводимого исследования состоит в выявлении роли энтимемы в литературном дискурсе. Для достижения поставленной цели в работе ставятся следующие задачи: 1. рассмотреть риторические особенности энтимемы; 2. рассмотреть способы реализации энтимемы в англоязычном литературном дискурсе.

Материалом исследования послужили короткие рассказы и романы английских и американских писателей XX века: У.С. Моэма, К. Мэнсфилд, Д. Г. Лоуренса, Дж. Джойса, В. Вулф и Ф. С. Фитцджералда.

В работе были использованы следующие методы: риторический подход, лингвопрагматический метод анализа, а также метод сплошной выборки материала. Методологической основой работы послужили работы ведущих ученых в области теории риторики (Аристотель, М. М. Бахтин, Х. Перельман, Дж. Ричардз) и энтимемы (М. Фор, Дж. Уокер и др).

Что такого особенного в риторике Аристотеля, и почему она занимает центральное место в теории риторики? Это прежде всего ее аргумент, что это искусство действительно ведет к знаниям, хотя и практического вида: того вида, который помогает нам разрешать споры и достигать соглашения и выяснять, что, вероятно, является

ся правдой. В связи с этим последним моментом Аристотель заслуживает похвалы за предоставление этому искусству логической основы; он исследует метод рассуждения, характерный для практикующих его лиц.

Аристотель предлагает, чтобы мы рассматривали риторику как искусство, имеющее как философскую, так и прагматическую цели, и определяет ее как «способность замечать в любом конкретном случае доступные средства убеждения» [Цит. по: Richards 2008, с. 20–21]. Это означает, что риторика помогает нам принимать решения, когда рассматриваемые вопросы являются неопределенными. С точки зрения Аристотеля, риторика является неотъемлемой частью как открытия, так и представления знаний, и это приближает ее к философской деятельности.

Когда мы думаем о риторике как об искусстве убеждения, мы обычно представляем ее форму выражения как публичную речь или политическую речь; но в риторической практике есть и литературный аспект. В частности, практика художественного чтения в классе, аргументов «за» и «против» по любому вопросу влияют на развитие народной литературы в шестнадцатом веке. Самым известным лицом, получившим такого рода риторическое обучение является Уильям Шекспир. Тем не менее, мы могли бы также описать как «риторические» те работы, на которые не повлияло формальное обучение риторике, но которые вовлекают своих читателей в процесс обсуждения с разных сторон [Loc. cit., с. 14].

Одним из наиболее широко используемых средств риторики и убеждения является энтимема. В качестве приема риторики и убеждения энтимема использовалась и анализировалась в течение по крайней мере 2 500 лет с тех пор, как ее признаки были впервые признаны и проанализированы в древней Греции.

Классическая энтимема, в частности риторический силлогизм Аристотеля, высоко ценилась древними риторическими теоретиками не только за ее убедительный потенциал и придание речи логичности, но также за ее эстетические и стилистические качества. В древнем Риме ее считали ценным словесным украшением. Ее использовали бесчисленные ораторы и авторы на протяжении всей истории, например,

от публичных и юридических дебатов в древней Греции и Риме и писем Святого Павла до сочинений Мартина Лютера Кинга, президентов США, оправдывающих свои действия, таких, как Кеннеди во время кубинского ракетного кризиса, Никсона о войне во Вьетнаме, Буша о нападении 11 сентября, бесчисленных парламентских и избирательных дебатов, бесчисленных политических речей, а также медицинских и рекламных кампаний современности.

Согласно Аристотелю, ораторы используют энтимемы в качестве демонстраций и доказательств, как один из наиболее эффективных инструментов риторики и убеждения, когда они взаимодействуют с аудиторией. Ученые в этой традиции, следуя риторике Аристотеля, рассматривают энтимему как усеченный силлогизм, и вместе с всевозможными силлогизмами она представляет диалектику в действии. Различие между этими типами силлогизмов объясняют тем, что в грамматическом плане энтимема является причинным утверждением, тогда как силлогизм является условным утверждением. По существу, энтимема – это аргумент, содержащий утверждение и причины для поддержки утверждения, силлогизм же – это демонстрация. В формальном плане энтимема – это психологический, эмпирически обоснованный вывод, в то время как силлогизм – логический, аналитически обоснованный вывод.

У энтимемы меньше пропозиций, чем у силлогизма, поскольку ораторы намеренно опускают некоторые предпосылки, потому что у аудитории уже есть эта информация. Если зрители не могут предоставить недостающую информацию, энтимемы не являются убедительными. Дискурс между оратором и самой аудиторией становится энтимематическим и объединяющим, когда у них есть определенные общие переживания, предположения и ассоциации. Ученые признают аристотелевскую энтимему как «сложную структуру интуитивного вывода и аффекта, которая составляет сущность аргумента» [цит. по: Faure 2010, с. 65]. Риторические аргументы, в которых используются такие энтимемы, в конечном итоге устремлены к вере, убеждению, и это предполагает как умственные способности, так и эмоции, требующие, чтобы энтимемы апеллировали к этосу (достоверности), логосу (логике) и пафосу (эмоциям). Таким образом, энтимема становится

целостным подходом к убеждению. Однако этос, логос и пафос как источники убеждения никогда не являются отдельными видами доказательств, они являются одновременно аспектами аристотелевской энтимемы. При таком взгляде энтимема становится основным инструментом для понимания «силы и стойкости практического разума в человеческих делах» в классической греческой традиции аристотелевской риторики [цит. по: Faure 2010, с. 66].

Читая рассказы, мы замечаем, что автор выдвигает свои убедительные аргументы. Писатель оставляет свои эллиптические аргументы незавершенными, потому что, как любой хороший риторик, он/а верит, что читатели заполнят тем, что необходимо. Теоретики-риторики называют такой аргумент энтимемой («разновидностью силлогизма»), имея в виду не только то, что ее можно оставить, чтобы зрители завершили ее, но и то, что она состоит, в частности, из обычных фактов, ценностей и убеждений, не ограниченных специализированными знаниями (*en-thymos* переводится как в «сердце» или «кишке»): Энтимематический пробел ... служит примером эллипсиса, которым пользуется риторика, исходя из правдоподобного психологического предположения о том, что зритель самостоятельно преодолет пропасть, и почти неизбежным движением ума убедит себя более эффективно, чем он мог бы быть кем-то другим, сам ритор просто использует собственный импульс зрителя [Jost 2010, с. 43].

В литературном дискурсе встретились как энтимемы, так и силлогизмы. Первый тип представлен классической энтимемой, в которой пропущена одна предпосылка, когда читателю предоставляется право делать выводы. В силлогизмах представлены как обе предпосылки, так и вывод. Рассмотрим примеры с энтимемами:

№ 1

Luckily he was engaged to a woman as old as himself, and therefore her father, who was steward of a neighbouring estate, would provide him with a job. **He would marry and go into harness. His life was over, he would be a subject animal now.**

(Lawrence. The Horse Dealer's Daughter, 120)

В данном примере пропущена главная предпосылка: Джо больше не владеет собственностью. Теперь он женится, и его запрягут в упряжь, он будет в подчинении, так как он будет работать по найму.

И далее:

№ 2

The doctor's house was just by the church. **Fergusson, being a mere hired assistant, was slave to the countryside.**

(Lawrence. The Horse Dealer's Daughter, 129)

Здесь также пропущена главная предпосылка: Фергуссон не владел собственностью, например клиникой. Он работал ассистентом врача по найму, а следовательно он был рабом округи.

№ 3

Pauline had money. But then what was Pauline's was Pauline's, and though she could give almost lavishly, still, one was always aware of having *a lovely and undeserved* present made to one: **presents are so much nicer when they are undeserved**, Aunt Pauline would say.

(Lawrence. The Lovely Lady, 170)

В этом примере тетушка Полин иронизирует по поводу подарков, которых от нее ждут сын и племянница: подарки приятно получать, так как за них не надо платить. По ее мнению, подарки надо заслужить, в чем проявляется скупость, скардность тетушки Полин. Таким образом, здесь пропущена главная предпосылка: за подарки надо платить.

Рассмотрим примеры, в которых читателю предоставляется право делать выводы:

№ 4

In my younger and more vulnerable years my father gave me some advice that I've been turning over in my mind ever since.

'Whenever you feel like criticizing anyone,' he told me, 'just remember that all the people in this world haven't had the advantages that you've had.'

(Fitzgerald. The Great Gatsby, 4)

Здесь пропущена главная предпосылка: людям свойственно крикливо к кому-либо. Поскольку у Ника Каррауэя было больше привилегий, чем у кого-нибудь, ему следует быть терпимым, сдержанным в своих суждениях

№ 5

At last she heard her mother calling. She started to her feet and ran to the banisters.

“Polly! Polly!”

“Yes, mamma?”

“Come down, dear. Mr. Doran wants to speak to you.”

Then she remembered what she had been waiting for.

(Joyce. The Boarding House, 120)

В этом примере Полли ждала результата переговоров своей матери со своим ухажером. Здесь пропущена главная предпосылка: Полли была уверена в том, что мать заставит мистера Дорана жениться на ней. Неудивительно, что в своих мечтах она забыла о том, что ждет решения мистера Дорана.

№ 6

‘By George, you’ve got courage.’

‘D’you think so? I’m heartbroken, you know. I suppose that’s what makes it easier for me. **Gerrard would have liked me to put a good face on it.** He would have appreciated the irony of the situation. It’s the sort of thing he always thought the French novelists described so well.’

(Maugham. The Social Sense, 205)

В этой ситуации Мэри Уортон, у которой умер ее любовник Джеррард Мэнсон, делится своим горем с давним другом, от лица которого и ведется повествование. Здесь пропущена главная предпосылка: именно в этой ситуации Мэри должна соблюдать приличия. Автор, таким образом, иронизирует по поводу адюльтера: хотя Мэри убита горем, это, тем не менее, облегчает положение дел.

№ 7

It was – really, it was absolutely – oh, the most – it was simply – in fact, from that moment Edna knew that life could never be the same. She drew her hand away from Jimmy’s, leaned back, and shut the chocolate box for ever. **This at last was love!**

(Mansfield. Taking the Veil, 96)

Во время спектакля Эдна принимает знаки любви со стороны своего жениха Джимми, например коробку с шоколадом. Здесь пропущена главная предпосылка: Эдна была в поисках «настоящей» любви, о которой она читала в книгах. Поэтому она влюбилась в актера во время спектакля, на который ее пригласил Джимми.

И далее:

№ 8

She jumped up, her heart beating. My darling! No, it’s not too late. It’s all been a mistake, a terrible dream. Oh, that white hair! How could she have done it. **She has not done it.** Oh, heavens! Oh, what happiness! She is free, young, and **nobody knows her secret. Everything is still possible for her and Jimmy.**

(Mansfield. Taking the Veil, 100)

Эдна, главная героиня рассказа, влюбилась в актера, наблюдая за ним во время спектакля. Однако, хотя Эдна изменила своему жениху в мыслях, это чувство к актеру осталось ее личным секретом. Здесь пропущена главная предпосылка: Эдна поняла, что на самом деле любит своего жениха Джимми.

№ 9

[...] her comment was: “I am quite certain now that he will be Prime Minister!” Well, if things had gone differently, it might have been so. He paused here to speculate upon what might have been. **Politics was a gamble, he reflected; but the game wasn’t over yet.** Not at fifty.

(Woolf. The Legacy, 200)

Джилберт Клэндон, член кабинета правительства, читает дневник своей покойной жены. Анджела, его жена, гордилась им, считая, что в будущем его ждет блестящая карьера. Джилберт Клэндон согласен с этим высказыванием жены о нем. Здесь пропущена главная предпосылка: Джилберт – самовлюбленный эгоист. Соответственно, игра еще не закончена, и у него до сих пор есть возможность стать премьер-министром.

Рассмотрим пример с силлогизмом:

№ 10

“Oh, you won’t. You’re too great a gentleman to hit a feller smaller than yourself.” Hardy had said these words mockingly, watching Robert, and quite ready to dodge if that great fist struck out; he was astounded at their effect. Robert sank back into his chair and unclenched his fist.

“You’re right. **But only a mean hound would trade on it.**”

(Maugham. The Lion’s Skin, 155)

Этот пример содержит в себе силлогизм. Здесь главная предпосылка: Роберт скрывает, что в прошлом был мойщиком машин в гараже. Второстепенная предпосылка: Фред Харди знает об этом. Соответственно, Роберт делает вывод: только подлый негодяй извлекал бы выгоду из этого факта.

Итак, в отличие от силлогизмов, в случае с энтимемами делать выводы предоставляется читателю. Дискурс между автором художественного произведения и читателем становится энтимематическим и объединяющим, поскольку у них есть определенные общие переживания, предположения и ассоциации. Именно исследование этого риторического приема может стать ключом к пониманию основной идеи автора художественного произведения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бахтин М. М. Собрание сочинений в семи томах. Т. 3 Теория романа (1930–1961 гг.). Языки славянских культур, 2012. 880 с.

- Бахтин М. М.* Проблема текста // Собрание сочинений. Т. 5: Работы 1940-х – начала 1960-х годов. – М.: Русские словари, 1997.
- Booth W. C.* The Rhetoric of Fiction. Sec. ed. The University of Chicago Press: Chicago & London, 1983. 520 pp.
- Faure, M.* Rhetoric and persuasion: Understanding enthymemes in the public sphere. *Acta Academica*, 2010. 42. 61–96.
- Jost, W.* Philosophy and Literature – and Rhetoric: Adventures in Polytopia // A companion to the philosophy of literature / edited by Garry L. Hagberg and Walter Jost. – (Blackwell companions to philosophy). Blackwell Publishing Ltd, 2010, Ch. 3, p. 38–51.
- Perelman, Ch. , L. Olbrechts-Tyteca, John Wilkinson (Translator), Purcell Weaver (Translator).* The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation. University of Notre Dame Press, 1969. 566 pp.
- Richards, J.* Rhetoric. Routledge: London and New York, 2008. 198 pp.
- Young, I. M.* Inclusion and Democracy. New York: Oxford UP, 2001. 304 pp.

REFERENCES

- Fitzgerald, F. S.* The Great Gatsby. М.: Izdatel'stvo «Menedzher», 2000. 208 pp. [In English].
- Joyce, J.* The Boarding House // *Angliiskii rasskaz XX veka. Sbornik 3. Na angl. yaz. / Sostavitel' N.A. Samuel'yan.* [English story of XX century. Volume 3. In English. – Collector N.A. Samuel'yan] – М.: Izdatel'stvo «Menedzher», 2000. – pp. 121–130 [In English].
- Lawrence, D. H.* The Horse Dealer's Daughter // *Angliiskii rasskaz XX veka. Sbornik 2. Na angl.yaz. / Sostavitel' N. A. Samuel'yan.* [English story of XX century. Volume 2. In English. – Collector N.A. Samuel'yan] – М.: Izdatel'stvo «Menedzher», 2000. – pp. 118–142 [In English].
- Lawrence, D. H.* The Lovely Lady // *Angliiskii rasskaz XX veka. Sbornik 2. Na angl. yaz. / Sostavitel' N. A. Samuel'yan.* [English story of XX century. Volume 2. In English. – Collector N.A. Samuel'yan] – М.: Izdatel'stvo «Menedzher», 2000. – pp. 168–194 [In English].
- Mansfield, K.* Taking the Veil // *Angliiskii rasskaz XX veka. Sbornik 1. Na angl. yaz. / Sostavitel' N.A. Samuel'yan.* [English story of XX century. Volume 1. In English. – Collector N.A. Samuel'yan] – М.: Izdatel'stvo «Menedzher», 1999. – pp. 94–100 [In English].
- Maugham, W. S.* The Lion's Skin // *Rain and Other Short Stories.* М.: Izdatel'stvo «Progress», 1977. pp. 129–164. [In English].

- Maugham, W. S.* The Social Sense // Izbrannaya proza. Sbornik. Na angl.yaz. Izd. 4-e / Sostavitel' N.A. Samuel'yan. In English. Collector N.A. Samuel'yan–M.: Izdatel'stvo «Menedzher», 2004. – pp. 194–205 [In English].
- Woolf, V.* The Legacy // Angliiskii rasskaz XX veka. Sbornik 2. Na angl.yaz. / Sostavitel' N. A. Samuel'yan. [English story of XX century. Volume 2. In English. – Collector N.A. Samuel'yan] – M.: Izdatel'stvo «Menedzher», 2000. – pp. 195–205 [In English].

УДК 159.923.2

Пашукова Татьяна Ивановна

доктор психологических наук, доцент,
профессор кафедры психологии и педагогической антропологии
Института гуманитарных и прикладных наук
Московского государственного лингвистического университета;
e-mail: tpashukova@yahoo.com

ЭГОТИЗМ В РЕЧИ ВЕДУЩИХ И УЧАСТНИКОВ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПЕРЕДАЧ

В статье представлены результаты контент-анализа эготизма как речевой формы проявления эгоцентризма личности ведущих и участников телевизионных передач. Эгоцентризм в речи выражается в стремлении человека говорить о себе. Показывается, что эготизм выполняет функции самопрезентации и зависит от функции телепередачи, коммуникативной роли, возраста и профессии ее участников. Он связан с особенностями личности коммуникатора и его намерением представить себя зрителям либо привлечь их внимание.

Ключевые слова: коммуникатор; эгоцентризм; эготизм; самопрезентация; социальные функции телепередач.

Pashukova Tatyana Ivanovna

Doctor of Psychology, Professor of the Psychology and Pedagogical
Anthropology Department, Institute of Humanities and Applied Sciences,
Moscow state linguistic University
e-mail: tpashukova@yahoo.com

EGOTISM IN SPEECH AT PRESENTERS AND PARTICIPANTS OF TELEVISION PROGRAMS

The article presents the results of content analysis of egotism as a speech referent of personality egocentrism among presenters and participants in television broadcasts. Egocentrism in speech is expressed in egotism as the desire of a person to talk about himself. It is proved that egotism performs the functions of self-presentation and depends on the function of the television show, communicative role, age and profession of the participants. It is related to the personality characteristics of the communicator and his intention to present himself to the audience or to attract their attention.

Keywords: communicator; egocentrism; egotism; self-presentation; TV broadcast social functions.

ВВЕДЕНИЕ

Эготизм является одним из феноменов эгоцентризма. Под эготизмом (от лат. *ego* – я и английского – *egotism* – эготизм, самомнение) понимается самовлюбленность, преувеличенное мнение о себе, своих достоинствах и значении [Пашукова 2015, с. 163]. Он проявляется в речи и выражается в стремлении личности говорить о себе. Несмотря на заметность феномена в общении, в психологии он остается еще недостаточно изученным.

В ряде случаев эготизм провоцируется конкретной ситуацией общения, взаимодействия и отношениями людей. В определенных условиях публичного выступления или во время делового общения он может выполнять функции самопрезентации.

Феномен самопрезентации впервые был описан в книге американского социолога И. Гоффмана «Представление себя другим в повседневной жизни» [Goffman 1959]. В ней он указывает, что на степень актуальности самопрезентации влияют личностные и ситуационные факторы. Исследователи самопрезентации выделяют вербальные и невербальные ее техники [Михайлова 2007]. Вербальные техники самопрезентации считаются прямыми, если человек сообщает собеседнику информацию о себе, и непрямыми, если он использует информацию о людях и явлениях, с которыми он может быть ассоциирован. К невербальным техникам относятся: внешний вид, одежда, манера речи или манера держаться, обстановка, позы, мимика, жесты, поведенческие приемы и др.

Эготизм отличается состоянием повышенного внимания индивида к себе и может быть связан с озабоченностью своей персоной. Проявлениями и показателями эготизма являются частые высказывания человека о себе, подчеркивание своего мнения, точки зрения. Величины показателей определяются по употреблению местоимений первого лица единственного числа [Пашукова 2001]. В этом случае высказывания отличаются рефлексией, стремлением к благоприятному впечатлению, намерением показать свою коммуникативную открытость.

Редкое употребление указанных местоимений при наличии соответствующих им глагольных окончаний и отсутствие маркеров эготизма может скрывать неуверенность или боязнь самораскрытия.

В психологии существуют отличающиеся мнения о природе и функциях эголизма. Согласно И. Гофману, эголизм рассматривается как маска, которую надевает на себя человек, чтобы преувеличить свои способности, возможности и значимость [Goffman 1959].

Следствием эголизма становится недостаточность внимания к собеседнику, что не способствует взаимопониманию и доброжелательности отношений. Люди много говорящие о себе перестают объективно себя оценивать, они часто критикуют других людей, могут демонстрировать высокомерие и т. п. Поэтому ряд исследователей оценивает эголизм негативно. В отечественной культуре общения он к тому же связывается с так называемым «яканием» и осуждается. Зато в американской культуре частое употребление местоимения «я» типично.

Эголизм может оцениваться и положительно, поскольку он связан с рефлексией и правом быть услышанным. Действительно, в процессе коммуникации эголизм позволяет личности поддержать собственное отличие и идентичность, но одновременно он мешает индивиду осознавать свое окружение и соответственно реагировать на него [Россохин, Петровская 2001]. Кроме того, в современных исследованиях достаточно высоко оцениваются проявления эголизма как способа демонстрации личностью самоуважения и сохранения собственного достоинства.

В теориях гештальт-терапии эголизм определяется как разновидность «сопротивления». Здесь ему отводится функция установления персональной границы с окружающими. При этом он считается гипертрофией *ego*-функции, усиливающей нарциссизм и автономию.

Термин «эголизм» связывают со свойствами личности или чертами характера такими, как самодовольство, самовлюбленность, надменность и т. п., а для обозначения патологической озабоченности индивида самим собой психологи применяют термин «эгомания» [Woolsey 1987].

Следует обратить внимание на функции эголизма в системе общения и взаимоотношений с другими людьми. В одних случаях эголизм позволяет человеку скрыть волнение во время выступления перед аудиторией, а в других – утвердить свое право на общение с ранее

незнакомым значимым партнером. Его целью может оказаться и стремление доминировать.

Для понимания роли эготизма важно учитывать измерения общения. В общении выделяют тематическое, структурное и событийное измерения. В конструкционизме, как направлении исследований, тематическое измерение межличностной коммуникации характеризуют как то, что передается или обсуждается. Структурное измерение отражает организацию коммуникации, а событийное – обстоятельства, в которых эта тематическая и структурная определенность коммуникации реализуется [Казаринова 2006]. Онтологически эти измерения и адекватность их восприятия у партнеров по коммуникации неодинаковы и любое из них может способствовать эготизму.

Межличностная коммуникация связывает общающихся определенным отношением друг к другу и в ее уровневую организацию входят уровень содержаний и уровень отношений. В результате происходящего тематического сдвига с уровня содержания на уровень отношений происходит трансформация общения в сторону его межличностного уровня [Богомолова 2008, с. 4].

В ситуации социальной встречи для обеспечения желательной реакции и формирования позитивного отношения к себе участники должны осуществить самопредъявление [Федорова 2006]. Это касается и общения опосредованного СМИ, среди которых особо значимым для населения остается телевидение.

Исследование эготизма речи у ведущих и участников телепередач

Роль самопредъявления в СМИ имеет особое значение, поскольку от его успешности зависят симпатия и доверие аудитории к коммуникатору. Ведущие телепередач стремятся обратить на себя внимание зрителей, запомниться. Однако, в телевизионных передачах, которые выполняют функции информирования, просвещения и развлечения, условия самопрезентации отличаются [Богомолова 2008]. Они во многом определяют характер подачи коммуникаторами сообщений. Поэтому в нашем исследовании мы выдвинули гипотезы о том, что проявление эготизма зависит от функции передачи, от типа общения,

от роли коммуникатора как ведущего или участника в передаче и о гендерных различий.

Методика исследования эготизма

Для выяснения величины и степени выраженности эготизма у ведущих и участников мы провели исследование их речи. Устные сообщения и все высказывания мы переводили в письменный текст, в котором затем, с помощью методики контент-анализа, выделяли единицы эготизма и подсчитывали их коэффициенты.

За единицу эготизма принимались предложения, в которых испытуемый говорит о себе, применяя местоимения «я», «мой» и т. п. или соответствующие им глагольные окончания. Примерами эготизма являются предложения типа: «Я хочу вам сообщить», «Мое мнение совершенно иное» и т. п. Коэффициент эготизма в каждом случае высчитывается путем деления количества предложений, содержащих упоминание индивида о себе, на общее количество предложений, составивших его речь.

В ходе данного исследования эготизм изучался как речевая форма эгоцентризма в передачах, отличающихся социальными функциями и типом общения, учитывался возраст и пол участников и ведущих телепередач.

У телеведущих общение с телезрителями и участниками передач может быть монологическим или диалогическим. При монологическом типе телеведущий говорит сам, примером чему могут служить авторские передачи, спортивные трансляции и т. п. В диалогических же передачах налицо обмен информацией и мнениями между ведущими и участниками, даже если ведущий предлагает тему, задает вопросы, а участник отвечает. Это типично для интервью, ток-шоу и др.

Эготизм у ведущих и участников телевизионных передач мы исследовали вместе со студентами МГЛУ, изучавшими курс «Психология массовой коммуникации», а также студентами, выполнявшими выпускные работы под нашим руководством [Безденежных 2007; Веселкова 2011].

Материалами исследования служили видеозаписи передач российского телевидения. Нами были просмотрены телепередачи разного

содержания, выполняющие различные социальные функции и отличающиеся по количеству участников. Они транслировались на телеканалах ОРТ, РТР, НТВ, Культура, Спорт, СТС, Рен-ТВ, Домашний и др. Исследование проводилось на протяжении 2007–2019 гг.

В качестве «объекта» наблюдения выступали телеведущие, комментаторы, приглашенные на телепередачи гости. Среди них были политики, актеры, журналисты, режиссеры, композиторы, певцы, ученые, переводчики, стилисты, преподаватели.

Длительность передач варьировалась от 30 до 60 мин. Их анализ показал, что активная самопрезентация происходит в течение первых 20 мин.

Для исследования эготизма у коммуникаторов СМИ были выбраны 116 человек: 5 комментаторов, 59 телеведущих и 52 участника телепередач. В число лиц, чью речь мы изучали попали такие известные телеведущие, как Е. Андреева, Т. Канделаки, Т. Кеосаян, К. Клеймёнов, А. Малахов, Л. Милявская, В. Соловьев, Т. Толстая и участницы – Н. Дроздов, Г. Зюганов, В. Жириновский, А. Проханов и др.

Результаты исследования и их анализ

Сравнение показателей эготизма ведущих и участников, установленных в ряде телепередач, позволяет считать его, прежде всего, проявлением их индивидуально-психологических качеств. Неслучайно обнаружены стабильно высокие коэффициенты эготизма речи в целом ряде передач у Л. Милявской, Е. Плющенко и др., но и у них определенные условия общения способствовали эготизму.

Среднеарифметические показатели эготизма в группах у ведущих телепередач, которые выполняют преимущественно социальные функции информирования, просвещения или развлечения отличаются. В таблице приведены показатели средних арифметических величин (\bar{x}) и среднеквадратичных отклонений (σ_{n-1}) эготизма у участников телевизионных передач, выполняющих функции информирования, просвещения и развлечения, а знак «*n*» – количество коммуникаторов в каждой группе (см. табл. 1).

Таблица 1

**Эготизм у участников телевизионных передач,
выполняющих функции информирования,
просвещения и развлечения**

Функции Участники	Развлечение			Просвещение			Информирование		
	<i>n</i>	\bar{x}	σ_{n-1}	<i>n</i>	\bar{x}	σ_{n-1}	<i>n</i>	\bar{x}	σ_{n-1}
Мужчины	9	0,35	0,17	21	0,18	0,10	13	0,16	0,12
Женщины	8	0,26	0,19	9	0,25	0,11	0		
Всего человек	17	0,31	0,17	30	0,2	0,11	13	0,16	0,12

В информационных телепередачах эготизм речи коммуникаторов наименьший, в развлекательных – наибольший. При этом у мужчин он больше, чем у женщин (0,35 и 0,26).

В передачах, выполняющих функции просвещения, эготизм сильнее выражен у женщин, чем у мужчин (0,25 и 0,18 в соответствующих группах). Статистически значимые различия по t-критерию Стьюдента установлены в показателях эготизма у ведущих передач, выполняющих функции развлечения и просвещения ($t = 2,6$ при $p = 0,05$), а также у ведущих развлекательные передачи по сравнению с информационными ($t = 2,7$ при $p = 0,05$).

Сравнение статистических показателей эготизма в выборках телеведущих женщин и мужчин показало, что у мужчин различия в эготизме значимы в развлекательных и просветительских передачах ($t = 3,5$, при $p = 0,01$) и в передачах, выполняющих функции развлечения по сравнению с передачами, выполняющими функцию и информирования ($t = 3,26$ при $p = 0,01$). У женщин различия статистически незначимы.

Как и предполагалось, эготизм зависит от типа общения. В следующей таблице представлены среднеарифметические показатели эготизма участников передач, построенных в форме монолога и диалога (см. табл. 2).

Таблица 2

**Эготизм у участников телевизионных передач
с монологической и диалогическим типом общения**

Пол	Показатели эготизма и тип общения					
	монологический			диалогический		
	n	\bar{x}	σ_{n-1}	n	\bar{x}	σ_{n-1}
Мужчины	6	0,15	0,14	21	0,27	0,15
Женщины	0	–	–	13	0,29	0,15
Всего	6	0,15	0,14	34	0,28	0,15

В группе участников передач наибольший показатель эготизма установлен в ситуациях диалога. В группе женщин он выше, чем в группе мужчин (0,29 по сравнению с 0,27). Диалогическое общение участников позволяет им чувствовать свое относительное равноправие с ведущими и благоприятствует самовыражению. В монологах, вопреки нашим ожиданиям, эготизм у мужчин оказался относительно невысоким ($\bar{x} = 0,15$).

Обращение к Интернет-ресурсам позволило нам установить возраст известных лиц, участвовавших в телепередачах, что дало возможность выделить три группы коммуникаторов СМИ: до 30 лет, от 30 до 50 лет, от 50 лет и старше.

Оказалось, что эготизм зависит от возраста участников (см. табл. 3).

Таблица 3

**Возрастные различия эготизма
у участников телевизионных передач**

Пол \ Возраст	Менее 30 лет			От 30 до 50 лет			Более 50 лет		
	n	\bar{x}	σ_{n-1}	n	\bar{x}	σ_{n-1}	N	\bar{x}	σ_{n-1}
Мужчины	9	0,23	0,15	17	0,24	0,13	17	0,17	0,14
Женщины	3	0,40	0,04	8	0,28	0,17	6	0,13	0,07
Всего	12	0,27	0,15	25	0,25	0,14	23	0,16	0,12

Зависимость эготизма от возраста оказалась статистически значимой. Наибольшие величины эготизма обнаружены у участников телепередач моложе 30 лет. Вероятно, это вызвано потребностью молодых в самоутверждении и недостаточностью контроля и умений, необходимых для самопредъявления. У женщин в возрастной группе моложе 30 лет показатель эготизма $\bar{x} = 0,40$, а у мужчин он несколько меньше $\bar{x} = 0,23$.

В возрастной группе от 30 до 50 лет эготизм также более выражен у женщин и составляет $\bar{x} = 0,28$, по сравнению с мужчинами, у которых показатель $\bar{x} = 0,24$. Наименьшие показатели величин эготизма оказалась в старшей возрастной группе, причем они ниже в группе женщин. Однако статистические различия значимы у участников телепередач младше 30 лет по сравнению с теми, кто старше 50 лет ($t = 2,6$ при $p = 0,05$), а также в этих группах женщин ($t = 5,48$ при $p = 0,05$).

Имеются отличия эготизма, которые определяются коммуникативной ролью ведущего и участника, т. е. приглашенного на телепередачу человека (данные табл. 4).

Таблица 4

**Эготизм у ведущих и участников
телевизионных передач**

Роль Пол	Показатели эготизма					
	Ведущие			Участники		
	n	\bar{x}	σ_n, σ_{n-1}	n	\bar{x}	σ_n, σ_{n-1}
Мужчины	42	0,17	0,18	30	0,23	0,15
Женщины	17	0,22	0,15	12	0,31	0,15
Всего	59	0,22	0,15	52	0,25	0,16

В группе участников телевизионных передач среднеарифметические величины эготизма больше, чем у ведущих. У участников он составляет $\bar{x} = 0,25$, а у телеведущих $\bar{x} = 0,22$. Показатель эготизма в группе мужчин-участников $\bar{x} = 0,23$, а у мужчин-телеведущих –

$\bar{x} = 0,17$. У женщин-участников $\bar{x} = 0,31$ и женщин-телеведущих – $\bar{x} = 0,22$. По t-критерию Стьюдента различия значимы между группой ведущих и участников на уровне $p = 0,05$.

Интересны результаты сравнения эготизма у политиков с одной стороны, у актеров, композиторов и певцов – с другой, и у журналистов и ученых – с третьей.

Большие величины коэффициентов эготизма обнаружены у лиц творческих профессий, т. е. актеров, композиторов, режиссеров. У актеров и журналистов уровень эготизма выше, чем у политиков и ученых, что связано со спецификой их профессии и при этом они умеют подавать себя аудитории.

У женщин журналисток и телеведущих более высокие показатели коэффициента эготизма ($\bar{x} = 0,33$) по сравнению с женщинами, занятыми другими профессиями.

Самые низкие показатели эготизма в группе ученых ($\bar{x} = 0,15$). Небольшие показатели эготизма объясняются их увлеченностью научной деятельностью, поглощенностью научным поиском и желанием рассказывать о проблемах и научных результатах, а не о себе.

Значимые различия эготизма установлены при сравнении групп «политики» и «актеры» ($t = 2,17$, при $p = 0,05$). Также статистически достоверно различаются показатели в группах «актеры» и «ученые» ($t = 2,53$, при $p = 0,05$).

Политики, попавшие в поле зрения наших исследований, говорят от имени партии, представителями которой они являются. Они часто употребляют местоимение «мы», а кроме того умеют правильно подавать себя публике, что важно в сфере их общественной деятельности.

ВЫВОДЫ

Таким образом, эготизм является феноменом, который может быть зафиксирован в речи человека. В условиях общения в СМИ эготизм зависит не только от индивидуальных особенностей личности ведущих и участников, но и от социальных функций телепередач. В ситуации информирования эготизм у коммуникаторов ниже, чем в передачах, выполняющих функции просвещения и развлечения.

Проявления эготизма отличаются в разных типах общения. На эготизм влияет возраст и коммуникативная роль ведущего либо участника. Эготизм во многом обусловлен профессией участника передачи. Кроме того, величина эготизма определяется ситуативной необходимостью в самопрезентации, возможностями высказать свое мнение и взаимоотношениями собеседников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Безденежных Т. П.* Эготизм в условиях непосредственного межличностного общения и общения, опосредованного СМИ: Дипл. работа. Научн. рук. Т. И. Пашукова. М. : МГЛУ, 2007. 66 с. (рукопис.)
- Богомолова Н. Н.* Социальная психология массовой коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2008. 191 с.
- Веселкова А. А.* Влияние эготизма на имидж телеведущего. Дипл. работа. Научн. рук. Т. И. Пашукова. М.: МГЛУ, 2011. 53 с.
- Казаринова Н. В.* Определение межличностной коммуникации: социально-конструкционистский подход // Общение – 2006: на пути к энциклопедическому знанию: Материалы конференции. Психологический институт РАО. М. : Академия имиджологии, 2006. С. 40–48.
- Михайлова Е. В.* Обучение самопрезентации: учеб. пособие 2-е изд. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. 167 с.
- Пашукова Т. И.* Измерение эготизма как формы эгоцентризма в коммуникативном процессе // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: Збірник наукових праць. Вип. 3. Київ: Інформ.-вид. центр Т-ва «Знання» України, 2001. С. 259–262.
- Пашукова Т. И.* Эготизм // Психология общения. Энциклопедический словарь / под общ. ред. А. А. Бодалева. М. : Изд-во «Когито-Центр», 2015. С. 163.
- Россохин А. В., Петровская М. Б.* Имплицитные содержания психоаналитического диалога: экспертные возможности компьютерной психолингвистики // Психологический журнал РАН. 2001. № 6. С. 77–86.
- Федорова Н. А.* Термин детерминации самопрезентации: личность или ситуация? // Общение – 2006: на пути к энциклопедическому знанию: Материалы конференции 19–21 октября 2006. Психологический институт РАО. М. : Академия имиджологии, 2006. С. 133–139.

-
-
- Goffman E.* The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday, 1959. P. 208–212.
- Woolsey L.K.* Egomania Rageosis: a Proposed new Syndrome for the Diagnostic and Statistical manual of Mental disorders (V) // Canadian Psychology / Psychologie canadienne. October 1987. Vol. 28. No. 4. P. 338–341.

REFERENCES

- Bezdenzhnykh T. P.* Egotizm v usloviyakh neposredstvennogo mezhlichnostnogo obshcheniya i obshcheniya, oposredovannogo SMI: Dipl. rabota. Nauchn. ruk. T.I. Pashukova. M. : MGLU, 2007. 66 s. (rukopis.)
- Bogomolova N. N.* Sotsial'naya psikhologiya massovoi kommunikatsii. M.: Aspekt Press, 2008. 191 s.
- Veselkova A. A.* Vliyaniye egotizma na imidzh televedushchego. Dipl. rabota. Nauchn. ruk. T.I. Pashukova. M.: MGLU, 2011. 53 s.
- Kazarinova N. V.* Opredeleniye mezhlichnostnoi kommunikatsii: sotsial'no-konstruktsionistskii podkhod // Obshcheniye – 2006: na puti k entsiklopedicheskomu znaniyu: Materialy konferentsii. Psikhologicheskii institut RAO. M. : Akademiya imidzhelologii, 2006. S. 40–48.
- Mikhailova E. V.* Obuchenie samoprezentatsii: ucheb. posobie 2-e izd. M. : Izd. dom GU VShE, 2007. 167 s.
- Pashukova T. I.* Izmereniye egotizma kak formy egotsentrizma v kommunikativnom protsesse // Problemi politichnoi psikhologii ta ii rol' u stanovlenni gromadyanina Ukrain'skoi derzhavi: Zbirnik naukovikh prats'. Vip. 3. Kiiv: Inform.-vid. tsentr T-va «Znannya» Ukraini, 2001. S. 259–262.7
- Pashukova T. I.* Egotizm // Psikhologiya obshcheniya. Entsiklopedicheskii slovar' / pod obshch. red. A.A.Bodaleva. M. : Izd-vo «Kogito-Tsentr», 2015. S. 163.
- Rossokhin A. V., Petrovskaya M. B.* Implitsitnye sodержaniya psikhoanaliticheskogo dialoga: ekspertnye vozmozhnosti komp'yuternoi psikhologingvistiki // Psikhologicheskii zhurnal RAN. 2001. № 6. S. 77–86.
- Fedorova N. A.* Termin determinatsii samoprezentatsii: lichnost' ili situatsiya? // Obshcheniye – 2006: na puti k entsiklopedicheskomu znaniyu: Materialy konferentsii 19–21 oktyabrya 2006. Psikhologicheskii institut RAO. M. : Akademiya imidzhelologii, 2006. S. 133–139.
- Goffman E.* The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday, 1959. P. 208–212.
- Woolsey L.K.* Egomania Rageosis: a Proposed new Syndrome for the Diagnostic and Statistical manual of Mental disorders (V) // Canadian Psychology / Psychologie canadienne. October 1987. Vol. 28. No. 4. P. 338–341.

УДК 1751.80

**Причина Алина Андреевна
Романова Ульяна Павловна**

студенты третьего курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения
prichinalina@gmail.com,
ulyanaromanova3@gmail.com

Тенекова Александра Михайловна

Научный руководитель: кандидат педагогических наук,
доцент, доцент кафедры медиакоммуникационных технологий
Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения
t-sasha@inbox.ru

РИТОРИКА ДИАЛОГА В ФИЛЬМАХ КВЕНТИНА ТАРАНТИНО

Статья посвящена рассмотрению риторических средств и приемов создания диалогов между героями художественных фильмов Квентина Тарантино. Авторами проводится анализ реплик персонажей на наличие риторических составляющих, способных сделать восприятие речи более образным и запоминающимся. Выявляются риторические приемы, на которых строится концепция диалогов в фильме: рекламный крючок, обещание, подтекст, саспенс, юмор, невербальные средства общения.

Ключевые слова: диалог; риторический прием; восприятие; анализ фильмов К. Тарантино.

**Prichina Alina Andreevna
Romanova Ulyana Pavlovna**

third year students directions of preparation "Advertising and public relations",
St. Petersburg State Institute of Film and Television
prichinalina@gmail.com,
ulyanaromanova3@gmail.com

Tenkova A. M.

Academic advisor: PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Associate Professor Department of Media and Communication Technologies
at St. Petersburg State Institute of Film and Television Tenkova A. M.
t-sasha@inbox.ru

DIALOGUE RHETORIC IN QUENTIN TARANTINO FILMS

The article is devoted to the consideration of rhetorical means and methods of creating dialogs between the characters of Quentin Tarantino's feature films. The authors analyze the replicas of the characters for the presence of rhetorical components that can make speech perception more imaginative and memorable. The rhetorical techniques on which the

concept of dialogue in the film is built are revealed: advertising hook, promise, subtext, suspense, humor, non-verbal means of communication.

Keywords: dialogue, rhetorical device, perception, analysis.

ВВЕДЕНИЕ

Общеизвестно, что современная коммуникация становится дистантной, общение – направленным на внутреннюю речь, а диалоги – менее искренними и душевными. Нами предпринята попытка на примере художественных фильмов К. Тарантино выявить риторическую составляющую диалогов героев, то есть рассмотреть средства и приемы формирования зрительского интереса через общение персонажей кино.

Диалоги Квентина Тарантино можно охарактеризовать как «словесные американские горки» [Генри 1996, с. 58-64]. Они способны заставить зрителей смеяться, плакать, удивляться, «задохнуться». Фильмы режиссера забавные и напряженные, но еще и невероятно многословные. В них используются развернутые диалоги. В статье представлены результаты эмпирического исследования риторических средств и приемов создания диалогов героев фильмов К. Тарантино. Обратимся к их характеристике.

1. Алогизм в диалогах

Как нам удалось выяснить, Квентин Тарантино часто использует в своих сценариях прием рекламного крючка, привлекающий внимание зрителя и формирующий дальнейший интерес к мизансцене. Например, в фильме «Криминальное чтиво» («Криминальное чтиво» («Pulp Fiction»), реж. К. Тарантино, 1995), за столом в закусочной Тыковка и Сладкая зайчишка звучит высказывание: «Забудь об этом. Это слишком рискованно». Эта фраза сразу овладевает вниманием зрителя. Что слишком рискованно? Какой план? Это плохо? Это опасно? Кто эти люди и что они собираются делать? В диалоге используется короткая реплика, состоящая из пяти слов. Аудитория быстро вовлекается в диалог и следит за каждым словом героя фильма, потому что предполагает, что должно что-то произойти. Известный режиссер

дает аудитории обещание. Рассмотрим еще один пример. В барной сцене «Бесславных ублюдков» (2009, США) демонстрируется операция «под прикрытием». С самого начала используется прием аллюзии: все идет не по плану. Зрителям становится интересно следить за тем, что произойдет с героями. А Тарантино намекает на отрицательный исход.

«Сержант Донни. Нам нужно уходить.

Бриджет фон Хаммерсмарк. Нет, мы останемся. Выпьем по одной, я ведь ждала вас почти час. Если мы уйдем сразу, это покажется странным.

Лейтенант Хикокс. Да. Она права. Не горячись и смакуй виски». («Криминальное чтиво» («Pulp Fiction»), реж. К. Тарантино, 1995).

Когда нацистский солдат присоединяется к главным героям для игры, сцена расширяется. Он замечает подозрительный акцент у одного из сидящих за столом и начинает спрашивать, откуда тот родом. Зрители чувствуют себя обязанными наблюдать за развитием мизансцены, чтобы узнать, раскроется или нет план персонажей.

«Майор Хеллстром. Так вот откуда ваш странный акцент. Удивительно. Что Вы здесь делаете?

Лейтенант Хикокс. Кроме того, что выпиваю с очаровательной фройлен?

Майор Хеллстром. Тут все ясно без лишних объяснений. Я имел в виду в этой стране. Вы не расквартированы во Франции, иначе я бы знал, кто Вы.

Лейтенант Хикокс. Вы знаете каждого немца во Франции?

Майор Хеллстром. Кого стоит знать.

Лейтенант Хикокс. Ясно. Да, в этом-то и загвоздка. Мы не утверждаем, что нас стоит знать.

Майор Хеллстром. Шутки в сторону, что вы делаете во Франции?

Лейтенант Хикокс. Мы сопровождаем даму на премьеру фильма министра Гиббельса.

Майор Хеллстром. Ах, вы кавалер фройлен фон Хаммерсмарк?

Лейтенант Хикокс. Кто-то ведь должен носить ее зажималку. (Смеются)». («Криминальное чтиво» («Pulp Fiction»), реж. К. Тарантино, 1995).

Обещанная интрига поддерживает интерес аудитории, хотя сам по себе диалог не имеет большого значения в общей схеме фильма.

2. Подтекст как прием диалогизации

Еще одним риторическим приемом диалогизации является подтекст. Н. В. Пушкарева раскрывает данное понятие с точки зрения одного из приемов выражения содержания: «Семантическая категория текста, комплекс скрытых, неявно выраженных смыслов текста, возникающий на основе сочетания и взаимодействия явно (эксплицитно) выраженных единиц разных языковых уровней <...> и показывающий отношение говорящего (пишущего) к описываемому им» [Пушкарева URL]. Анализ сцены трапезы из фильма «Бесславные ублюдки» («Бесславные ублюдки» («Inglourious Basterds»), реж. К. Тарантино, 2004) свидетельствует об информативной функции подтекста. Ганс Ланда заказывает Шошанне молоко, учитывая, что она сбежала от него на молочной ферме Ля Падита. Вместо возможных слов Ланды: «Эй, я знаю, что ты сбежала от меня с молочной фермы Ля Падита!» («Бесславные ублюдки» («Inglourious Basterds»), реж. К. Тарантино, 2004), Тарантино использует раздражающие зрителя звуки разрывающихся из дробовика снарядов.

Многие сценарии написаны известным режиссером в процессе кинопроизводства, и поэтому решения о диалоге основаны на том, что уже произошло. Квентин Тарантино выясняет, какие детали аудитория должна знать на каждом этапе просмотра фильма, чтобы эмоциональное восприятие речи было ярким и образным. С этой целью он опускает ненужные подробные детали и структурирует фильм таким образом, чтобы максимизировать интерес аудитории. Этот прием поддерживает внимание зрителей и через общение персонажей, рассказывающих абсолютно автономные от общей фабулы истории. Таким образом фильмы Тарантино становятся историями внутри историй. Использование жанра «случай из жизни» в качестве внутреннего и «рамочного» усиливает воздействие на адресата. Именно поэтому, на наш взгляд, герои часто говорят о прошлом или гипотетическом будущем. Обратимся к характеристике примера, взятого из фильма «Криминальное чтиво» (1994 года, США). Автор использует искус-

ственную композицию сценария: в коротких сценах, почти не зависящих друг от друга, содержатся важные для понимания всего фильма детали. Мыслительная деятельность адресата активизируется за счет поиска и соединения деталей, важных для понимания фабулы. Здесь зритель уже знает, что Винсент и Джулс работают на Марселласа, но информации о нем мало. Этот разговор служит введением к более поздней сцене, где аудитория впервые встречается с героем.

«Винсент. Так что он сделал?»

Джулс. Ступни массирувал.

Винсент. Массаж ног?

Джулс кивает головой: Да.

Винсент. И только?

Джулс кивает головой: Да.

Винсент. И что Марселлас с ним сделал?

Джулс. Да послал к нему пару горилл. Те зашли в его квартиру, скинули его с балкона. Ниггер летел четыре этажа, а внизу был маленький садик под стеклом, типа парничка. Ниггер пролетел его насквозь, так что теперь у него проблемы с речью». («Криминальное чтиво» («Pulp Fiction»), реж. К. Тарантино, 1995).

Здесь Тарантино формирует представление о персонаже без необходимости тратить целую сцену на его характеристику. Также этот диалог устанавливает взаимоотношения некоторых важных персонажей. Разговор, казалось бы «ни о чем», характеризует героев как глубоких и пронизательных личностей. Тарантино использует беседу о чизбургерах и массаже ног, чтобы раскрыть характер главных героев фильма, одновременно устанавливая будущие темы и сюжетные моменты. Эти диалоги выглядят просто, но на деле продуманы и требуют таланта.

3. Саспенс – художественное средство речевого воздействия

Еще одним эффективным риторическим приемом, которым пользуется Тарантино для создания великолепных диалогов, является саспенс – это такой прием художественной и кинематографической выразительности, который вызывает у адресата речи тревожный

эмоционально-чувственный эффект. Франсуа Трюффо определял саспенс как «нарастание напряженного ожидания» перед каким-либо важным событием. Он обеспечивается комплексом драматургических, визуальных и звуковых средств. Феномен данного приема заключается в способности телеэкрана завораживать зрителя, оказывать на него суггестивное воздействие. В результате у адресата возникает способность не просто сопереживать герою, но и ассоциировать себя с ним, сопереживать. «Саспенс без эмоции немислим» [Орлов URL]. Этот метод используется в нескольких сценах «Криминального Чтива». Например, в монологе Джулса «Иезекииль 25:17» или в сцене разговора между ним и Тыквой в закуской. «Бесславные ублюдки» – яркий пример того, как Тарантино заставляет свою аудиторию смотреть, когда секундомер дойдет до нуля и взорвется брошенная бомба. В сцене паба, где за стол к банде подсаживается Лейтенант Арчи Хикокс, британский шпион, изображающий немецкого офицера, заказывает три бокала виски, подняв указательный, средний и безымянный пальцы. Майор Хеллстром замечает, что это не традиционная немецкая манера при подсчете, что, конечно, означает «игра окончена, и он разоблачил шпиона». Зрители знают, что Хеллстром раскрыл Хикокса, но никто из героев этого не понимает. Это создает невероятную напряженность, которая длится вплоть до кровавой бойни.

Безусловно, персонажи фильмов Тарантино умны и находчивы. Аудитории сложно предугадать их слова или действия. Поскольку Тарантино обеспечивает ловкость во всех своих диалогах, аудитория с большей вероятностью примет к сведению все сказанные фразы. Одна из причин этого заключается в том, что часто зрители пытаются выяснить, что происходит. Как писатель Тарантино часто на шаг или два впереди своей аудитории. В первой сцене «Омерзительной восьмерки» («Омерзительная восьмерка» («Hateful Eight»), реж. К. Тарантино, 2016) через диалог Тарантино знакомит с персонажами, раскрывая спец и фику их личностей и опыта.

«Майор Маркиз Уоррен. Есть еще местечко?»

Кучер. А ты кто такой? И что это с ними?»

Майор Маркиз Уоррен. Я майор Маркиз Уоррен, бывший кавалерист, ныне судебный служащий. Пытаюсь доставить несколько беззаконников в город. Все бумаги на них в кармане.

Кучер. Ты тащишь их в Ред Рок?

Майор Маркиз Уоррен. Ты ведь туда едешь, да?

Кучер. Эта чертова пурга преследует нас последние три часа. Мы не успеем добраться до Ред Рока. Она нас настигнет.

Майор Маркиз Уоррен. Значит, переждешь на полпути в «Галан-терее Минни»?

Кучер. Не сомневайся.

Майор Маркиз Уоррен. Возьмешь меня?

Кучер. Ну, чернявый, если бы это зависело от меня, взял бы. Но это зависит не от меня.

Майор Маркиз Уоррен. От кого зависит?

Кучер. От того, кто в повозке.

Майор Маркиз Уоррен. Он что, против компании?

Кучер. Он заплатил за частную поездку, и я тебе скажу: заплатил он за это порядочно. Так что, если ты так хочешь поехать к Минни с нами, тебе придется поговорить с ним.

Майор Маркиз Уоррен. Что ж, поговорю». («Омерзительная восьмерка» («Hateful Eight»), реж. К. Тарантино, 2016).

Из разговора персонажей зритель узнает о том, чем занимается майор Уоррен. Контакт между героями установлен в холодном, унылом Вайоминге. В мрачной сельской местности, по замыслу кинорежиссера, контакты между людьми устанавливаются сложно. Поэтому в общении героев закономерен конфликт, поскольку Уоррен, похоже, отчаянно нуждается в том, чтобы доехать до назначенного места, а человек, способный обеспечить это, не желает этого делать.

4. Юмористические приемы в диалогах Тарантино

Кроме того, в диалогах Тарантино используется авторский юмор. К примеру, в фильме «Настоящая любовь» (1993, США) юмор придает динамичность диалогам героев [Павлов URL]. Тарантино создал по-настоящему красивую историю любви, которая разворачивается в криминальном измерении Соединенных Штатов, и юмор выражается не в шутках, а через уникальность персонажей.

«Люси: Ты меня приглашаешь в кино на фильм с кунг-фу?

Кларенс: Три фильма с кунг-фу!

Кларенс: Прошлая неделя показала, что лучше: если пистолет есть, когда он тебе не нужен, чем если он тебе нужен, а у тебя его нет?

Ли: Это сиквел к «Мешку для мертвых». Названия пока нет, но... Чего там Джо предложил?

Эллиот: «Мешок для мертвых-2» («Настоящая любовь» («True Love»), реж. Т. Скотт, 1993).

Подобные диалоги непринужденностью, беспечностью, чрезмерной искренностью и некой развязностью смягчают жестокость криминала и насилия в фильме. Они показывают, что при любых обстоятельствах герои не теряют вкуса к жизни и сохраняют свою индивидуальность.

Использование юмористических приемов предполагает наличие насмешки над отрицательным персонажем. Примером служит фильм «Джанго освобожденный» (2012, США). Использование юмора в фильме не предназначено скрыть ужасающее насилие над черными рабами. Рассмотрим одну из комических сцен. Орда всадников в масках прыгает ночью по холмам с пылающими факелами, а затем на секунду останавливается, чтобы пересмотреть свой план убийства Джанго и наказания его напарника. Ирония в том, что все они отвлекаются на нелепый вид своих мешков на головах, которые служат масками.

«1 всадник. Ладно, я запутался... Надевать мешок или нет?!

2 всадник. Я думаю, и все согласятся, что мешки – это хорошая идея. Не хочу ни в кого тыкать пальцем, но сшить можно было и лучше. Что если снять их на этот раз, а в следующий подготовиться получше и выступить, ну как положено?

Спенсер Беннет. Погодите минуту, я не велел снимать их.

1 всадник. Но в них ничего не видно!

Спенсер Беннет. И что!?

1 всадник. А хотелось бы видеть.

Спенсер Беннет. Черт подери! Ведь это налет! Я не вижу, вы не видите – и что?! Главное, что чертова лошадь видит! Это налет!» («Джанго освобожденный» («Django Unchained»), реж. К. Тарантино, 2012).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Тарантино использует в своих фильмах и яркие невербальные средства общения. Например, в начале фильма «Джеки Браун» показывают девушку, идущую по аэропорту. Сцена раскрывает зрителю все, что формирует представление о главной героине, прежде чем она скажет слово. По ее походке, по выражению лица становится все понятным и без слов. Перед зрителем уверенная, деловая, эффектная девушка, которая способна на многое.

Порой фильмы известного режиссера перегружены диалогами. Это создает ощущение противоречивости главной заповеди кинематографа: не рассказывай, а показывай. Сам же Квентин утверждает: «Диалоги – это моя фишка. Это то, чем я занимаюсь! Нельзя быть моим поклонником и не любить моих диалогов. Между прочим, каждый мой фильм критиковали за то, что в них долгие и скучные диалоги. Кроме разве что первой части «Убить Билла» (2003, США)» [Нокс URL].

Подведем итог. Фильмы Тарантино длинные по метражу, насыщены богатыми диалогами, при помощи которых он строит историю персонажей так же плодотворно, как это происходит в коммуникативно совершенном тексте в условиях эффективного общения. Однако режиссер нарушает привычные нормы построения классического диалога, используя риторические приемы привлечения внимания аудитории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Генри А.* Беглец культуры: раса, насилие и молодежь // Routledge, 1996. с. 58–64.
- Нокс М.* Диалоги – моя фишка. Черные заповеди Тарантино / М. Нокс., 2016. URL: <https://www.litres.ru/kollektiv-avtorov/dialogi-moya-fishka-chernye-zapovedi-tarantino/> (Дата обращения: 09.12.2019).
- Орлов П.* Приемы: саспенс // URL: <https://tvkinoradio.ru/article/article10128-priemi-saspens> (Дата обращения: 09.12.2019).
- Павлов А.* Бесславные ублюдки, бешеные псы. Вселенная Квентина Тарантино // URL: <https://www.litres.ru/aleksandr-pavlov-150/besslavnye-ubludki-beshenye-psy-vseennaya-kventina-t/chitat-onlayn/> (Дата обращения: 09.12.2019).

Пушкарева Н. В. Языковое выражение подтекстовых смыслов в прозаическом тексте / Н. В. Пушкарева. СПб.: 2013. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/podtekst-kak-sredstvo-uglubleniya-smyslovo-y-perspektivy-prozaicheskogo-teksta> (дата обращения: 10 января 2020 г.)

REFERENCES

- Henry A. Runaway Culture: Race, Violence, and Youth // Routledge, 1996. Pp. 58–64.
- Knox M. Dialogs are my thing. The Black Commandments of Tarantino / M. Knox., 2016. URL: <https://www.litres.ru/kollektiv-avtorov/dialogi-moya-fishka-chemnye-zapovedi-tarantino/> (Date of access: 09.12.2019).
- Orlov P. Receptions: Suspens // URL: <https://tvkinoradio.ru/article/article10128-priemi-saspens> (Date of treatment: 09.12.2019).
- Pavlov A. Inglourious Basterds, rabid dogs. Quentin Tarantino Universe // URL: <https://www.litres.ru/aleksandr-pavlov-150/besslavnye-ubludki-beshenye-psy-vseennaya-kventina-t/chitat-onlayn/> (Date accessed: 12/9/2019).
- Pushkareva N. V. Linguistic expression of subtext meanings in a prosaic text / N. V. Pushkarev. SPb: 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podtekst-kak-sredstvo-uglubleniya-smyslovo-y-perspektivy-prozaicheskogo-teksta> (accessed January 10, 2020).

УДК 81.271

Стародубова Ольга Юрьевна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры русского языка как иностранного

Института международных образовательных программ

Московского государственного лингвистического университета

e-mail: oystarodubova@mail.ru

РИТОРИКА МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

Статья посвящена рассмотрению риторического аспекта медийного дискурса, который в 21-м веке становится средством формирования новой когнитивной парадигмы. Текст СМИ представляет собой способ лингвокогнитивного моделирования национальных, культурных, нравственных констант. Отражая определенный событийный сегмент действительности, медийный дискурс транслирует и тиражирует не объективный факт, а его интерпретацию в заданном автором направлении, воздействуя тем самым на формирование общественного сознания. Основным лингвистическим механизмом моделирования новой картины мира становится прецедентность (от имени до ситуации).

Ключевые слова: медийный дискурс, риторический аспект, прецедентный феномен, картина мира, базовые ценности нации, когнитивная парадигма.

Starodubova Olga Yurievna

PhD in Philological sciences,

Assistant Professor of the department of Russian as a foreign language Institute of International Educational Programs, Moscow State Linguistic University

e-mail: oystarodubova@mail.ru

RHETORIC OF MEDIA DISCOURSE

The article is devoted to the consideration of the rhetorical aspect of media discourse, which in the 21st century becomes a means of forming a new cognitive paradigm. The text of the media is a way of linguistic-cognitive modeling of national, cultural, moral constants. Reflecting a certain event segment of reality, media discourse does not translate an objective fact, but its interpretation in the direction set by the author, thereby affecting the formation of public consciousness. The main linguistic mechanism for the formation of a new picture of the world becomes precedent (from name to situation).

Keywords: media discourse, rhetorical potential (aspect), precedent phenomenon, picture of the world, basic values of a nation, cognitive paradigm.

ВВЕДЕНИЕ

В эпоху антропоцентризма, глобализации и цифровизации происходят значительные изменения во всех сферах жизни. Следствием этого и одновременно первопричиной является новая когнитивная парадигма, находящая отражение в тексте, который, ориентируясь на базовые принципы когнитивной лингвистики, следует воспринимать как вербализованную модель действительности, подводящую «итоги особого периода в концептуализации и категоризации выбранного в нем фрагмента мира» [Кубрякова 2009, с. 23]. В тексте (дискурсе) происходит концептуализация мира, представляющая новую парадигму мышления. Таким образом, медийный текст становится лингвокультурным маркером новой языковой личности, отражающей историкокультурную, национальную, гендерную, социальную и другие виды идентичности, которые также претерпевают изменения. Коммуникативные и прагматические аспекты культуры речи иллюстрируют значительные парадигмальные смещения в организации диалога автора и реципиента текста, основным атрибутом которого на современном этапе становится интертекстуальность, проявляющаяся в прецедентности.

Исследование опирается на теоретическую базу, основы которой были заложены в трудах М. Бахтина, выдвинувшего положение о диалогичности текста и возможности его понимания только на фоне соотнесенности с другими. Указанная гипотеза рассматривается также в работах Р. Барта, Ю. Кристевой (термин *интертекстуальность*), Б. М. Гаспарова, Н. А. Кузьминой, Е. А. Баженовой и др. «Ныне мы знаем, что текст представляет собой не линейную цепочку слов <...>, но многомерное пространство, где сочетаются и спорят друг с другом различные виды письма, ни один из которых не является исходным; текст соткан из цитат, отсылающих к тысячам культурных источников» [Барт 1989, с. 388] «Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, фрагменты социальных идиом и т. д. – все они поглощены текстом и перемешаны в нем, поскольку всегда до текста и вокруг него существует язык» [Барт 1989, с. 428].

Прецедентный феномен рассматривается в трудах Ю. Н. Караулова, В. В. Красных, Г. Г. Слышкина, О. В. Лисоченко, Д. Б. Гудкова, Е. А. Земской и др.

В ходе анализа собранного материала в связи с междисциплинарным характером исследования и лингвокогнитивным подходом в риторическом осмыслении медиакартины мира были использованы контекстно-ситуативный, риторический, когнитивно-прагматический и другие методы.

Лингвокогнитивное моделирование в медийном дискурсе и прецедентность

«Реальная действительность презентуется в ментальной деятельности индивида как система концептов», в то время как «функциональную деятельность по становлению и интерпретации смысла» [Пищальникова 2003, с.118] активизирует слово, в частности вмонтированный автором в текст прецедентный феномен, который становится показателем культуры мышления пишущего и одновременно механизмом формирования когнитивной и коммуникативной грамотности реципиента. «Однодневная» журналистика оказывается все более «вечной» по своему влиянию на умы людей, а следовательно, по тому месту, которое она занимает в формировании новой системы ценностей» [Анненкова 2006, с.149].

В связи с доминантной ролью СМИ становятся не столько средством интерпретации реальности, сколько новой реальностью. Дескриптивная функция медийного дискурса вытесняется прескриптивной, императивной, предписывающей поведенческие модели *Я-центризма* и потребительской психологии (черные пятницы как реальность современной действительности).

Прагматика текста диктует необходимость выстраивания отношений адресанта и адресата, суть стратегии основана на явлении прецедентности. Эксплицированные языковые модели, реализуемые скриптором (в терминологии Р. Барта) через ПФ на фоне процессов глобализации становятся амбивалентным средством *критической интерпретации* разных аспектов внутри- и внешнеполитической сфер действительности и *механизмом национально-культурной идентификации*.

Стратегии интерпретации и источники прецедентности

Аналогия и абстрагирование. Интерпретации подвергается не столько конкретный факт, сколько концепт, таким образом происходит абстрагирование от событийной основы и перенесение модели восприятия на аналогичные сюжеты. При этом необходимо помнить о том, что *новый дивный мир* встраивается в когнитивные модели сознания, формируя картину мира поколения, которое будет активно перестраивать существующую модель в связи с заложенными тенденциями. Важно сохранить при этом национальную и генетическую идентичность, не утратить геном Гомера [Стародубова 2018, с. 197], поскольку часто *Субъект* новостей или рекламы, пройдя концептуальную стадию (категоризацию) потребителя (вспомним, что *черные пятницы* становятся привычным атрибутом нашей действительности), превращается в *объект*.

ПФ становится в терминах риторики общим местом – *топосом*. Эпоха культуры готового слова (раскавыченного) выводит на новый уровень интерпретацию факта [Солганик 1997, с. 34], формирует особую модель национально-культурных стереотипов, когнитивную и нравственную парадигму.

Источники ПФ как механизмы интерпретации факта. В современных российских СМИ журналисты обращаются к фольклору как концептуальному национальному наследию (*от всего серба, наш Борька – бабник*), текстам советской эпохи (*союз нерушимый*), актуализирующим концепт единения народа, а также постсоветской – в рамках критического восприятия фактов современности (*американские горки советского рубля, американские горки или пандус для инвалидов*), художественной отечественной (*герой нашего времени*) и зарубежной литературе (*Рублевка – life от Голсуорси*). Наиболее частотным, например, в российском медиадискурсе является обращение к золотому фонду литературы – наследию А. С. Пушкина, А. П. Чехова, А. С. Грибоедова, М. Ю. Лермонтова, Е. Баратынского, А. Блока и т. д., что свидетельствует о стабильности нравственных констант современного общества.

Пейоративация и десакрализация. В ходе интерпретации событийности на фоне ПФ может происходить пейоративация исходного смысла, которая часто сопровождается *мнимой толерантностью*

(как побочный эффект глобализации), вследствие чего формируется *потребительская модель мира*. При этом категория *универсального* в расширенной оппозиции *своего* и *чужого* нейтрализует национальный компонент. Даже реклама детского сада на центральных российских каналах содержит угрозу национальной безопасности, выраженную лингвистическими ресурсами «*Мои дети раньше ходили в обычный детский сад..., а теперь мы пошли в наш, круглый, ... там даже физкультура на английском*». В этом фрагменте текста через антитезу ПФ *обычный* (читаем: советский, российский) и *наш* (европейский или американский) очевидна пейоративация отечественной системы ценностей как непристижной (возврат к проблематике грибоедовской эпохи, который демонстрирует диахронный диалог эпох и культур), возникающая на фоне оппозиции *свое* – *чужое*. Степень конфликтности таких текстов весьма высока, а сама ситуация представляет открытую угрозу национальной безопасности – девальвация отечественной системы ценностей.

При помещении ПФ в новый событийный контекст может происходить и десакрализация исходного концепта, что иллюстрирует следующий пример использования готового слова: *Что ищет он в краю далеком?* – ПФ, вынесенный в заголовок новости о проблемах в лагерях для беженцев (телеканал РенТВ, август 2019) смещает вектор интерпретации трагедии глобального масштаба в ироническое русло, что способствует, во-первых, формированию в сознании потребителя за счет лингвоцинизмов новой нравственной нормы: эмпатия становится отчужденным фрагментом восприятия событийности. При этом доминирует *стратегия подмены, вытеснения, умалчивания*. Ирония как тип оценки отвлекает внимание от истинной событийности и ее масштаба, переводя новостной сегмент в *развлекательную* сферу. Во-вторых, сам источник ПФ – национальная классическая литература – стихотворение М. Ю. Лермонтова «Парус» и его концептуальный смысл подвергаются *пейоративации* на фоне нового контекста: вопросы поиска смысла жизни, страдания романтического героя-одиночки смещаются в секулярную сферу, ограничиваясь потребительской психологией восприятия. Риторическая доминанта медийного дискурса на фоне массовости аудитории и использования указанных приемов становится очевидной реальностью.

Аналогичные процессы – *нейоративация* и *десакрализация* исходного смысла и базовых ценностей, носителем которых является ПФ, и переформатирование восприятия определенных сегментов действительности за счет лингвоцинизмов, тактики вытеснения и подмены иллюстрируют следующие примеры: ПФ, используемые в рекламе и новостных заголовках. *Вязанка – вот что нас связывает* – реклама колбасы, в которой используется тактика *подмены* духовных ценностей потребительской корзиной, и в системе коммуникации *человек – человек* появляется промежуточное звено – вещь, продукт питания, вытесняющий ядро исходного ПФ – духовную связь между людьми, вследствие чего происходит минимизация концепта семьи, межличностных отношений.

Актуализация. В то же время существуют и другие тексты. Например, реклама фильма «Спасти Ленинград», посвященного годовщине снятия блокады: «*Сегодняшним аришином не измерить подвиг ленинградцев*». ПФ узнаваем – строки из стихотворения Ф. И. Тютчева «Умом Россию не понять, *аршином обцим не измерить*» – и в данном случае является лингвистическим механизмом стабилизации системы ценностных констант (патриотизма, исторической памяти, преемственности поколений), которые укрепляют национальную идентичность и безопасность.

Поэтому в современных исследованиях должны учитываться актуальность и необходимость выявления механизмов коррекции когнитивных процессов современной языковой личности в эпоху глокализации, которые в диалоге разных культурных кодов позволяют сохранить национальную идентичность и в то же время избежать межкультурных конфликтов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ПФ затрагивает фактически все значимые концепты картины мира: внешняя и внутренняя политика, экономика и финансы, социальные отношения (пенсионная реформа, спорт, туризм), бытовой аспект, гендерный, сферу природы, семейные ценности, патриотические, историческое наследие и т. д.

Интерпретируя современную действительность (или первичный текст) сквозь призму прецедентности, пишущий (автор или скриптор)

намеренно или нет повышает ценность, значимость этих феноменов в сознании адресата (реципиента, читателя). Доминанта прецедентности как средства интерпретации над собственно творчеством – примета времени, естественная эволюция общества, важно при этом критически (аналитически) воспринимать агрессию формы и учитывать пресуппозицию, в противном случае мы получаем новую информационную когнитивную парадигму, и ее атрибутом станет десакрализация ценностей.

Эволюция культуры – явление, несомненно, естественное, но если оно проходит в пределах нормы: «Даже в периоды скачков <...> старые ценности, выработанные многовековым народным опытом, только оттесняются на задний план, но не покидают «вечного града». Об этом следует помнить». [Панченко 2000, с. 262–263].

Таким образом, ПТ становится вмонтированным смыслом, сквозь призму которого вектор читательских (потребительских) усилий перенаправляется умелым автором в нужную сторону. При этом «Фигура говорящего\наблюдателя с ее меняющейся пространственно-временной позицией, способами познания и коммуникативными намерениями, с богатством оценок и реакций, освещает внутренний мир текста...». [Золотова 2001, с. 110]. Ведь еще в Древней Греции риториками было отмечено, что слово находится «целиком во власти им пользующегося» [Михайлов 1997, с. 510]

При интерпретации факта, события ПФ становится универсальным механизмом, способным формировать ценностные установки. На этом фоне автор выступает в роли транслятора ценностей, в результате чего выстраивается конструкт (структура), который на языке современной лингвистики укладывается в систему устойчивых фреймов, сценариев, формирующих новые стереотипы. В риторической традиции такой автор называется *коммуникатором*.

Эпоха культуры готового слова (раскавыченного) выводит на новый уровень интерпретацию факта, формирует особую модель национально-культурных стереотипов, когнитивную и нравственную парадигму. Интерпретации подвергается не столько факт, сколько концепт, при этом необходимо помнить о том, что новый дивный мир встраивается в когнитивные модели сознания: субъект рекламы, пройдя

концептуальную стадию (категоризацию) потребителя, превращается в объект. Мы получаем новую информационную парадигму, и ее атрибутом становится десакрализация ценностей, низведение до уровня материальной доминанты. Так происходит «переключение» народов.

На фоне глобализации формируется единое информационное пространство. В то же время происходит унификация сознания, которая предполагает его стандартизацию и создает условия для частичной утраты национального компонента. При этом ПФ становится одним из ведущих способов интерпретации действительности, а СМИ «обладая монополией на информацию, ... задают приоритеты событий, интерпретируют эти события, осуществляя социально преобразующую репрезентацию реальности» [Клушина 2008, с. 34]. Именно поэтому риторический аспект современной лингвокультурной ситуации становится объектом пристального внимания ученых.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анненкова И. В.* Риторика для журналистов. Историко-культурный, теоретический и практический аспекты: Учебное пособие с приложениями. М.: МедиаМир, 2006. 164 с.
- Баженова Е. А.* Прецедентные единицы в научном тексте // Вестник Пермского университета. Вып. 3 (9). Пермь, 2010. С. 32–36.
- Барт Р.* Избранные труды: семиотика. Поэтика: пер. с фр. / сост., общ. ред. Г. К. Косикова. М., 1989. 616 с.
- Валгина Н. С.* Теория текста. М.: Логос, 2004. – 280 с.
- Гудков Д. Б.* Прецедентное имя и проблемы прецедентности. Москва, 1999. 150 с.
- Журавлева Е. А.* Прецедентные тексты начала XXI века. Москва, 2007. 255 с.
- Золотова Г. А.* Грамматика как наука о человеке // Русский язык в научном освещении. №1. Москва, 2001. С. 107–113.
- Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность. Москва, 2007. 264 с.
- Красных В. В.* Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник МГУ. Сер. 9, № 3. Москва, 1997. С. 62–75.
- Клушина Н. И.* Стилистика публицистического текста. М.: Медиа-Мир: Фак. Журналистики МГУ, 2008. 242 с.

- Кубрякова Е. С.* В поисках сущности языка: вместо введения // Когнитивные исследования языка. Вып. IV. Концептуализация мира в языке М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2009. С. 11–24.
- Лисоченко О. В.* Риторика для журналистов: прецедентность в языке и речи. Ростов-на-Дону, 2007. 318 с.
- Михайлов А. В.* Античность как идеал и культурная реальность XVIII–XIX веков. Москва, 1997. 912 с.
- Панченко А. М.* О русской истории и культуре. СПб, 2000. 464 с.
- Пицальникова В. А.* Эмоциональная доминанта текста: переводческий аспект // Эмотивный код языка и его реализация. Волгоград: Перемена, 2003. С. 117–120.
- Слышкин Г. Г.* Лингвокультурные концепты прецедентных текстов. Москва, 2000. 139 с.
- Солганик Г. Я.* Без кавычек. Об одном новом явлении в языке газеты // Журналистика и культура русской речи. Вып. 4. Москва, 1997. С. 32–34.
- Стародубова О. Ю.* Геном Гомера как механизм преодоления барьера в межкультурной коммуникации. // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып.10 (803). С.194–205.

REFERENCES

- Annenkova I. V.* Rhetoric for journalists. Historical and cultural, theoretical and practical aspects: A textbook with applications. Moscow: Mediamir, 2006. 164 с.
- Bazhenova E. A.* Precedent units in the scientific text // Bulletin of the Perm University. Vol. 3 (9). Perm, 2010. Pp. 32–36.
- Bart R.* Selected works: semiotics. Poetics: per. with FR. / comp., General ed. Moscow, 1989. 616 pp.
- Valgina N. S.* Theory of the text. Moscow: Logos, 2004. – 280 s.
- Gudkov D. B.* the case-the name and the problem of precedent. Moscow, 1999. 150 p.
- Zhuravleva E. A.* Precedent texts of the beginning of the XXI century. Moscow, 2007. 255 pp.
- Zolotova G. A.* Grammar as a science about a person // Russian language in scientific coverage. No. 1. Moscow, 2001. Pp. 107–113.
- Karaulov Yu. N.* Russian language and language personality. Moscow, 2007. 264 pp.
- Red V.* Cognitive base and precedent phenomena in the system of other units and in communication // Vestnik MGU. Ser. 9, No. 3. Moscow, 1997. Pp. 62–75.

- Klushina N. I.* Stylistics of the journalistic text. Moscow: Media World: FAC. Moscow state University journalism, 2008. 242 pp.
- Kubryakova E. S.* In search of the essence of language: instead of introduction // Cognitive studies of language. Vol. IV. Conceptualization of the world in the language of Moscow: Institute of linguistics of the Russian Academy of Sciences; Tambov: Publishing house of TSU. G. R. Derzhavina, 2009. Pp. 11–24.
- Lisachenko O. V.* Rhetoric for journalists: case in language and speech. Rostov-on-don, 2007. 318 pp.
- Mikhailov A. V.* Antiquity as an ideal and cultural reality of the XVIII–XIX centuries. Moscow, 1997. 912 pp.
- Panchenko A. M.* About Russian history and culture. St. Petersburg, 2000. 464 c.
- Pishchalnikova V. A.* Emotional dominant of the text: translation aspect // Emotive code of the language and its implementation. Volgograd: Peremena, 2003. Pp. 117–120.
- Slyshkin G. G.* linguistic and Cultural concepts of precedent texts. Moscow, 2000. 139 pp.
- Solganik G. Ya.* Without quotes. About a new phenomenon in the language of the newspaper // Journalism and culture of Russian speech. Vol. 4. Moscow, 1997. Pp. 32–34. O. Starodubov, Y. Genome of Homer as a mechanism of overcoming a barrier in intercultural communication. // Bulletin of the Moscow state linguistic University. Humanities. 2018. Vol. 10 (803). Pp. 194–205.

УДК
Сун Цзяньхуа

магистр Педагогического университета центрального Китая
Ухань, Китай
songjianhua97@163.com

РИТОРИЧЕСКИЙ ВОПРОС В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена выявлению и утверждению органического места риторического вопроса в политическом дискурсе, условиям его уместного и успешного употребления и прагматическому потенциалу в языковом и национально-культурном контексте.

Ключевые слова: риторический вопрос, грамматический вопрос, политический дискурс, прагматический потенциал, воздействующая лингвистическая стратегия, когнитивно-культурологический анализ.

Song Jianhua

master of Pedagogical University of Central China
Wuhan, China
songjianhua97@163.com

RHETORIC QUESTION IN POLITICAL DISCOURSE

The focus of this paper is to determine and confirm the organic position of rhetoric questions in political discourse, the conditions for its proper and successful application, and the practical potential in the connection of language and national culture.

Keywords: rhetorical question, grammatical question, political discourse, pragmatic competence affecting language strategy, cognitive-cultural analysis

С помощью вопросительного предложения собеседник обычно пытается получить определенную интересующую его информацию. Задавая вопрос, говорящий спрашивает о чем-то неизвестном ему или же хочет получить подтверждение или отрицание высказанной им мысли. Такова картина толкования вопросительного построения с традиционной точки определения предложений по цели высказы-

ваний. Вопросительное предложение оформляется с помощью интонации, логического ударения, вопросительных частиц, местоимений и наречий.

Притом наблюдается такая речевая действительность, при которой вопросительные предложения фактически не требуют ответа на содержащийся в них вопрос, а только акцентируют внимание собеседника на высказывание, оказывая воздействие на мышление адресата и вызывая определённую ответную реакцию. В последующем случае содержится риторический вопрос (ниже РВ), который принадлежит к функциональному аспекту, тесно связанному с взаимодействием адресанта и адресата.

Останавливаемся на структурных и семантических характеристиках риторического вопросительного построения. Наблюдается расхождение между формой и контентом. Издавна в китайской лингвистике вопросительные обороты разделены на грамматический вопрос (задаётся с целью уничтожения сомнений) и риторический вопрос (задаётся под эмфатическим стимулом, т. е. с целью получения семантического и прагматического сдвигов) [刘大为2008].

Будучи «формальным» вопросительным, РВ представляет собой утверждение или отрицание с повышенной подчёркнутостью и эмоциональностью в силу крайней очевидности ответа. Такого рода вопрос является условным риторическим оборотом, так как очевидна его стилистическая и прагматическая функция. Для представления РВ важно опираться на ту особенность, что полярность между риторическим вопросом и его подразумеваемым ответом изменяется, т. е. положительные РВ обычно подразумевают отрицательные ответы, а отрицательные РВ – положительные ответы [Коричева 2018: 20–21].

Ввиду своей интонационно эмоциональной окрашенности РВ способен сформировать определённые чувства слушающего (одобрение, похвалу, гнев, ненависть, раздражение и др.) и определённое мнение (правильно/неправильно, согласен/не согласен). РВ содержит в себе намёк на нечто большее, чем сказано [Шкляева 2010: 167–171]. Вполне естественно по определению Ю. М. Лотмана, риторика – механизм смыслопорождения [Лотман 2000: 177]. Тактика намёка и недоговаривания имеет коммуникативно-прагматические силы.

Политический дискурс (ниже ПД) представляет собой центральное понятие политической лингвистики, являясь актуальным и популярным предметом исследования в современном обществе. ПД – это совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом [Баранов 1997: 108-118].

В политическом тексте, как представляется, важно не только проинформировать, но и убедить аудиторию. Шейгал Е. И. выделились следующие функции ПД: социального контроля (создание предпосылок для унификации поведения, мыслей, чувств и желаний большого числа индивидуумов, т.е. манипуляция общественным сознанием); легитимизации власти (объяснение и оправдание решений относительно распределения власти и общественных ресурсов); воспроизводства власти (укрепление приверженности системе, в частности, через ритуальное использование символов); ориентации (через формулирование целей и проблем, формирование картины политической реальности в сознании социума); социальной солидарности (интеграция в рамках всего социума или отдельных социальных групп); социальной дифференциации (отчуждение социальных групп); агональную (иницирование и разрешение социального конфликта, выражение несогласия и протеста против действий властей); акциональную (проведение политики через мобилизацию или «наркотизацию» населения: мобилизация состоит в активизации и организации сторонников, тогда как под наркотизацией понимается процесс умиротворения и отвлечения внимания, усыпления бдительности) [Шейгал 2000: 49–50].

Данные функции, в свою очередь, обуславливают появление в ПД особых лингвистических средств в разных уровнях – морфологическом и синтаксическом плане. К синтаксическим средствам выразительности можно отнести РВ. РВ как экспрессивное языковое средство и воздействующая коммуникативная стратегия (в качестве эффективного способа объективации сознания ратора с целью убеждения аудитории) представляет собой органическую часть ПД, что соответствует демократичности языка ПД, ориентированного на массового адресата.

Таким образом, РВ служит особым способом аргументации. В работе Ю. М. Лотмана под аргументацией понимается вербальная, рациональная деятельность, направленная на достижение принятия аудиторией точки зрения аргументатора, и протекающая в определенном историческом, социальном и культурном контексте [Лотман 1996: 68].

Можно сделать вывод, что политическая коммуникация выполняется как реализация когнитивных схем, направленных на воздействие на получателей информации. Изучение политического дискурса может и должен проводиться с помощью когнитивного метода. Лингвокогнитивный анализ политического дискурса призван выяснить, как в лингвистических структурах проявляются структуры знаний человека о мире; политические представления, присущие человеку, социальной группе или обществу в целом. Техника когнитивного анализа позволяет реконструировать представления человека о внешнем мире, его симпатии / антипатии, ценностные воззрения [Гаврилова 2002: 88–108].

Первоочередное значение имеет контекст коммуникации. Изучение РВ в ПД предлагает изучение соответствующего отрезка речи как динамического речевого акта, т. е. трактовку в конкретике функционирования с учётом таких параметров широкого контекста, как социальное положение, образование, возраст говорящего и слушающего, ситуация общения, социальное окружение. Именно данные параметры составляют подтекст сообщения и отсылают к имплицитной информации.

Для того чтобы добиться желаемой прагматической успешности речевого акта, говорящий должен быть уверенным в целесообразности высказываний, строго оперируя контекстом, а также национально-культурной направленностью и ценностями адресатов, которые и служат гештальтом или фреймом осознания субъектов. Заинтересованные лица с помощью не только языковых, но и социальных, культурных контекстуальных следов интерпретируют «код» и закругляют процесс коммуникации. РВ как средство диалогизации монологической речи создает атмосферу участия слушающего в процессе коммуникации, служа для смыслового и эмоционального выделения смысловых центров.

№ 1. *Согласитесь также: разве можно беспомощно взирать на разрушающиеся мостовые переходы, строительство которых было начато еще в советские годы? Или спокойно подводить печальные итоги количества ДТП, в том числе с летальными исходами? (Послание В. В. Путина о положении в стране в 2007 году)*

№ 2. *Но могли бы мы еще 10 лет назад, даже пять лет назад представить, что лидеры столь разных стран будут сидеть за одним столом и обсуждать финансовые, экономические, то есть, по сути, внутренние вопросы? (Послание Д. А. Медведева о положении в стране в 2009 году)*

№ 3. *Я хотел бы спросить господина Ханта, не оставит ли британское правительство на произвол судьбы, если британский парламент будет окружен, взломан и разрушен? Если, как сказал господин Хант, речь идет о демократии, то считает ли он, что полиция, которая строго следит за работой британского парламента, должна уйти, с тем чтобы те демонстранты, которые на протяжении многих лет стояли напротив парламента, могли войти в парламента? Считает ли он, что действия британской полиции в связи с беспорядками, произошедшими в Лондоне в августе 2011 года, являются репрессиями? (Гэн Шуан на пресс-конференции МИД КНР)*

В примере № 1 РВ усиливает модальность и эмоциональный оттенок, добивается согласия, следовательно, поддержки от аудитории в экономических и социальных реформах. В примере № 2 также крайне очевиден ответ на РВ. В 2009 году, на фоне международного экономического кризиса, лидеры стран в духе товарищеской солидарности сидят за одним столом переговоров, что, безусловно, не представимо в раннее время. В примере № 3 три РВ образуют параллельный ряд, усиливают тон, стимулируют размышление публики, доказывают иррациональность и абсурдность точки зрения и поведения оппонента. Во всех этих случаях прагматический эффект достигается во многом за счёт ценностных ориентаций аудитории – хорошо/плохо, правильно/неправильно – вызывающих пафос, патриотизм. Данные ценности непременно базируются на культурно-исторических основаниях.

Особо занимательным случаем употребления РВ в ПД является обращение к тем вопросительным построениям, характеризующимся исторической преемственностью. Например:

Русские: «Что делать?», «Кто виноват?», «А судьи кто?», «А был ли мальчик?»

Китайские: «Разве не радостно, когда из далёких стран приезжает друг?», «Какое тут убогое жилище, если в нём живёт благородный муж?», «Как исправить человека, не исправив себя?» («Луньюй»)

Данные «исторические» РВ продиктованы национально-культурными фреймами, получая при этом семантическую новизну и сдвиги в конкретных ситуациях, таким образом, действуют как идиома-РВ, характерные для группы людей определённого культурного фона. Задавая вопросы «Что делать?», «Кто виноват?», «А судьи кто?», адресант и адресат понимают, что такие вопросы задаются в литературе многие годы назад, но остаются нерешёнными и вряд ли найдётся ответ. РВ «А был ли мальчик?» изжило начальное значение в книге «Жизнь Клима Самгина» Максима Горького, указывает скептический подход говорящего к событиям. По китайской риторической традиции важны железные аргументы и цитирование. Наблюдается высокая частота употребления прецедентных выражений в направленных на международное сообщество политических текстах, что демонстрирует культурную уверенность и соответствует политике распространения культуры страны. Одним из самых предпочтительных источников выступает классический канон конфуцианского учения «Луньюй». Как исследовано, в «Луньюй» присутствуют 138 употреблений РВ. Взятые речения порождают «оговорённое» согласие, эффективно служат в политическом контексте. Но данные коннотационные значения оказываются непрозрачными для инокультурных представителей и, тем самым, осложняют межкультурную интерпретацию политического текста.

РВ обладает значительным аргументативным потенциалом для убеждения, что представляет собой коренную задачу ПД как особого вида речевого взаимодействия. Прагматический потенциал РВ во многом формируется на основе национально-культурных ценностях народа, которые служат фреймом осознания. В качестве приёмы риторики РВ выступает как способ аргументации (средство объективации сознания ратора), средство эмоциональной экспрессивизации и диалогизации монологической речи с имплицитным призывом к аудитории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 刘大为. 制造信息差与无疑而问 – 修辞性疑问的分析框架之一 // 修辞学习. 2008. – Вып. 6. С. 1–8.
- Коричева Н. М. Аргументативный потенциал риторических вопросов в современном американском политическом интервью. Санкт-Петербург, 2018. 59 с.
- Шкляева Т. Н. Функционирование риторического вопроса в политическом аргументативном дискурсе (на примере выступлений российских политиков): коммуникативно-прагматический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. – Вып. 13 (194). С. 167–171.
- Лотман Ю. М. Семиосфера. – С. Петербург.: «Искусство-СПБ», 2000. 704 с.
- Баранов А. Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом // Человек. 1997. – Вып. 6. С. 108–118.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000. 431 с.
- Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: Языки русской культуры, 1996. 464 с.
- Гаврилова М. В. Лингвистический анализ политического текста // Политический анализ. Доклады эмпирических политических исследований СПбГУ. СПб: СПбГУ, 2002. – Вып. 3. С. 88–108.

REFERENCES

- 刘大为. 制造信息差与无疑而问 – 修辞性疑问的分析框架之一 // 修辞学习. 2008. – Vol. 6. Pp. 1–8.
- Koricheva N. M. Argumentative potential of rhetorical questions in modern American political interview. Saint Petersburg, 2018. 59 pp.
- Shklyayeva T. N. Functioning of the rhetorical question in political argumentative discourse (on the example of Russian politicians' speeches): communicative and pragmatic aspect // Bulletin of the Chelyabinsk state University. 2010. – Vol. 13 (194). Pp. 167–171.
- Lotman, Y. M. Universe Of The Mind. – St. Petersburg.: “Art-SPB”, 2000. 704 pp.
- Baranov A. N. Political discourse: farewell to the ritual // Man. 1997. – Vol. 6. Pp. 108–118.
- Sheigal E. I. Semiotics of political discourse. Volgograd, 2000. 431 pp.
- Lotman Y. M. Inside minded worlds. Man-text-semiosphere-history. – Moscow: Languages of Russian culture, 1996. 464 pp.
- Gavrilova M. V. Linguistic analysis of the political text // Political analysis. Reports of empirical political studies, St. Petersburg state University. Saint Petersburg: SPBU, 2002. – Vol. 3. Pp. 88–108.

УДК 37.378

Тенекова Александра Михайловна

кандидат педагогических наук,
доцент кафедры медиакоммуникационных технологий
факультета телевидения, дизайна и фотографии
Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения
t-sasha@inbox.ru

**ОБУЧЕНИЕ МЕДИАРИТОРИКЕ
СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Статья посвящена краткой характеристике методической модели обучения медиариторике студентов киноведческого вуза направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью». Автор опирается на собственный риторический опыт и предлагает систему заданий, формирующих риторическую компетенцию как профессионально значимый элемент деятельности в телеиндустрии и связях с общественностью на основе ядерных (брифинг, пресс-конференция, реклама) и второстепенных (публичное выступление, радиоблог) жанров.

Ключевые слова: обучение медиариторике; риторическая компетенция; профессионально значимые жанры телеиндустрии; брифинг; пресс-конференция; языковые, композиционные особенности рекламного текста.

Tenekova Alexandra Mikhailovna,

Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor, Department of Media and Communication Technologies,
Faculty of Television, Design and Photography, St. Petersburg State Institute
of Cinema and Television,
t-sasha@inbox.ru

**MEDIA RHETORIC TRAINING STUDENTS OF TRAINING
42.03.01 "ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS"**

The article is devoted to a brief description of the methodological model of teaching the media rhetoric of students of the cinema science university in the direction of undergraduate training "Advertising and Public Relations". The author draws on his own rhetorical experience and offers a system of tasks that form rhetorical competence as a professionally significant element of activity in the television industry and public relations based on nuclear (briefing, press conference, advertising) and secondary (public speaking, radio blog) genres.

Keywords: media rhetoric training; rhetorical competence; professionally significant genres of the television industry; briefing; press conference; language, compositional features of the advertising text.

ВВЕДЕНИЕ

Современное вузовское образование, как отмечает И. В. Анненкова, нуждается в создании новой дисциплины «неориторического статуса» – медиариторики [Анненкова 2012]. В данном аспекте особенно актуальным является обучение указанной дисциплине студентов киноведческого вуза в рамках направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в кино- и телеиндустрии») [Тенекова 2019]. Будущие работники кино и телевидения, осваивая коммуникативную компетенцию, овладевают «наиболее интенсивной формой публичного социокультурного взаимодействия по поводу самых острых проблем современности» [Гришанина-Мошкина 2016]. В данном понимании, «медиариторика гипотетически представляет собой набор оптимальных риторических норм, ценностей, канонов, знание которых потенциально позволяет целесообразно выстроить свою речевую деятельность, вступить в речевое взаимодействие, добившись понимания партнера и положительного результата речевого взаимодействия, развивать риторический потенциал, осмыслять и диагностировать риторические возможности медиакультуры в целом» [Мокшина 2015, с. 15]. Безусловно, специалист в сфере медиа, профессионал, чья деятельность реализуется в средствах массовой информации, обязан демонстрировать риторический идеал эпохи, владеть всем многообразием средств эффективного общения, оказывать воздействие на адресата, мастерски использовать вербальные и невербальные сигналы, обладать арсеналом изобразительно-выразительных средств речи и ритмико-интонационными возможностями голоса. Все это вызвало необходимость в разработке методики обучения телевизионному красноречию как «профессионально значимому элементу деятельности в телеиндустрии и связях с общественностью» [Тенекова 2019, с. 5].

Обучение имеет несколько этапов, обусловленных лекционно-практической реализацией дисциплины и коммуникативно-компетентностным подходом.

1. Содержание первого этапа обучения медиаречи

На **первом** пропедевтическом (3 теоретические темы) этапе студенты знакомятся с историей риторики как науки, целью и задачами ее изучения в вузе. Темы, по нашему убеждению, должны быть расположены таким образом, чтобы традиционные сведения об истоках красноречия, жанровых формах, видах и функциях массовой коммуникации, правилах, законах, максимах эффективного общения, риторическом каноне, риторическом идеале, топах, паралингвистических сигналах, структурно-композиционном оформлении и элокуции, ритмико-интонационных средствах, правилах ведения спора в эфире, обязательных компонентах пресс-конференции стали основой речевого воплощения в будущей профессиональной деятельности в сфере медиа. При изучении темы **«Предмет, задачи и цели риторики»** особое внимание акцентируется на использовании в речи уместных текстов, которые отвечают цели, ситуации профессионального общения, особенностям адресанта и адресата речи. Например, если сравнить с точки зрения эффективности два рекламных текста (см. текст 1 и текст 2), предназначенных для звучания на радио, то следует отметить, что второй вариант является риторически оправданным (более уместным), поскольку содержит эмотивные языковые формулы, рекламные крючки, четко и кратко формулирует предназначение товара и услуг.

Текст 1. *Давно мечтал поменять окна на даче? Сейчас самое время! 17 лет оконный завод «Окна Тракт» радует своих покупателей самыми низкими ценами в городе! Акция до конца лета: окно на дачу всего 3500 рублей! Торопись! Ведь «Окна Тракт» – это лучшее качество напрямую от производителя и самые низкие цены в Санкт-Петербурге. Звони...*

Текст 2. *«Окна Тракт» умеют так: 3500 окно на дачу, по такой цене – удача! Качество чудесное, моделей не счесть. Где еще такое предложение есть? Работаем 17 лет – жалоб, нареканий нет. Окна Тракт – лучшие. Факт!* [Создание сценарного ролика для радио URL].

«*Очерк из истории риторики*» посвящен, в том числе, риторическому генезису рекламных текстов. Наряду с информацией о мифическом и историческом процессе зарождения красноречия студенты узнают и о том, что первая в мире реклама появилась в Древнем Египте 2500 лет назад. Она была найдена в развалинах города Мемфис и представляла собой такой текст: «*Я – Рино с Крита, по повелению богов толкую сны*».

Кроме того, в рамках изучения темы «*Роды и виды ораторской речи*» студенты вооружаются знаниями о том, что в настоящее время *медиариторика* базируется на достижениях науки о речевом общении, лингвистике текста, психолингвистике, социолингвистике, теории типов текста, педагогической риторике. Она продолжает традиции классической риторики, рассматривая такие установки, как выбор стиля в зависимости от адресата речи, половозрастные, гендерные, национальные интересы слушателей, мастерство устной спонтанной речи, посттекстовый этап интерпретации и вербализации чужого высказывания. Широкое распространение получил такой жанр, как реклама. С точки зрения риторики он рассматривается комплексно, выявляются его экстралингвистические факторы, речевая интенция, специфика в зависимости от адресанта и адресата речи, языковые, структурно-семантические особенности. Наконец, рекламу рассматривают как особый вид медиатекста, раскрывают процесс рекламного влияния на коммуникантов, выявляют воздействующую и коммуникативные функции. Медиариторика изучает, как строится и используется текст, исходя из его жанровой принадлежности, формы, реализации в сети интернет, на радио, в СМИ.

2. Краткая характеристика второго этапа обучения медиариторике

На втором (теоретическом) этапе (9 лекций) студенты осваивают классические понятия риторики: деловое общение, эффективное общение, роды и виды речей, типы деловых партнеров. Например, для освоения видов топов в рамках изучения риторической диспозиции у студентов формируются умения создавать интернет-рецензию на художественные и документальные фильмы. Общеизвестно, что такие

поликодовые тексты имеют вербальную и иконическую части. Поэтому их адресант совершенствует умения гармонично сочетать словесную (семантическую) часть с графической.

Тема *«Легче сочинить десять правильных сонетов, чем хорошее рекламное объявление»* логически дополняет тему *«Риторический канон как основа создания рекламы»* и посвящена освоению студентами рекламы как речевого жанра и формированию умений ее создавать. Бакалавры осваивают информацию о целях рекламного текста (привлечение внимания; сообщение информации; воздействие); видах (по каналам передачи информации: зрительная, слуховая, зрительно-слуховая; по месту расположения: наружная, реклама на транспорте, в метро, в СМИ и др.). С помощью риторических задач студенты воссоздают структуру рекламного текста: заголовок (*«Компьютеры «Кэш энд кэрри». Свободный доступ к низким ценам»*). Рекламный слоган (*«Мы умеем продавать дешевле. Свега»*). Зачин (первая строка текста, вступления) настраивает читателя/слушателя/зрителя на получение информации, которая содержится в основной части рекламного текста. Серия зачинов строфы для текстов большого объема. В основной части текста говорится о достоинствах рекламируемого товара/услуги, приводятся аргументы в его пользу. При этом необходимо указать признаки рекламируемого товара, чтобы он не смешивался в восприятии потребителя с другими товарами. Конец текста (заключение) содержит справочную информацию.

3. Описание третьего этапа обучения медиариторике

На третьем (практическом) этапе (8 практических занятий) у студентов формируются коммуникативно-жанровые умения. В основу положен постулат о том, что современная языковая личность осваивает на протяжении всей речевой деятельности более 800 жанров. Из всего жанрового спектра нами отобраны ядерные: брифинг, пресс-конференция, деловые переговоры, спор, телевизионная реклама. Обучая высказываниям, студентам важно показать, что аналитические и информационные жанры в условиях медиатизации трансформируются. Кроме того, будущим специалистам в области современных медиа необходимо предьявить для анализа как положительные, так

и негативные образцы речи. Мы подчёркиваем, что использование в речи иноязычных слов (например, «разыгрываются два «тикета» в кинотеатр» или «я жду ваших «мессенджеров») свидетельствует не об эстетической составляющей медиаречи, а о языковом каламбуре, стремлении говорящего к эпатажу. В качестве положительных образцов используем известные радиопередачи: «Собрание слов» с Феклой Толстой радио Маяк; «Родная речь» (Радио Книга); «Полный контакт с Владимиром Соловьевым» (Вести ФМ); телепередачи: «Живое слово» с Владимиром Аннушкиным, «Правила жизни» (Телеканал «Культура»). Общеизвестно, что медиаречь предполагает участие в большей степени внутренней речи, дистантного общения, когда человек выражает свои эмоции в письменной форме и на расстоянии, не глядя в глаза собеседнику. Именно поэтому так легко обидеть собеседника в смс или комментариях, где зачастую присутствует агрессивное поведение. Студенты осознают, что на телевидении важна высокая степень ответственности за каждое сказанное слово, осознанная речь.

Бакалавры осваивают жанровые формы интервью, монологов, диа- и полилогов как ключевых источников эпидейктической и воздействующей информации. По данным на 2017 год, одним из самых популярных телевизионных жанров россиян являлась поздравительная речь В. В. Путина с Новым годом, а также телемост с его участием. Студенты обучаются презентативной речи с использованием видеосъёмки. Мы обращаем внимание студентов на то, что публичное выступление создается с учетом техники речи, риторических свойств голоса, демонстрационных материалов и средств диалогизации монолога, целесообразного оформления невербальных компонентов общения и использования технических средств. Наиболее сложные для освоения жанры – это жанры развернутые, представляющие собой синергетику разнообразных высказываний. Как показывает практика, трудности освоения такой речи заключаются в том, что современные молодые люди обладают клиповым мышлением, им сложно создавать и воспринимать монологическую речь. Например, проблема создания творческого портрета персоналии (*как в программе «Последний день» телеканала «Звезда»*) связана со стилевой контаминацией и харак-

тером информации, куда на правах поликодового компонента входят художественные цитаты: репродукция картины, фотографии, аудио- или видеоматериалы (фрагменты музыкальных пьес, экранизаций, драматических, оперных, балетных спектаклей, в основе которых лежит публицистический текст).

Сложность обучения медиариторике связана еще и с тем, что сегодня представление о риторическом идеале современника не сформировано окончательно. Студенты часто оказываются дезориентированными: на кого и как равняться в своих риторических поисках. Часто авторитетными они считают такие медийные фигуры, которые у старшего поколения вызывают неоднозначную, а порой – и откровенно негативную оценку – Юрий Дудь, Ольга Бузова и другие. На занятиях мы анализируем выступления российских политиков, ученых, режиссеров, актеров, композиторов, поэтов, писателей, дирижеров и других известных людей, тех, кто блестяще владеет словом, кому есть что сказать и у кого есть чему поучиться.

В качестве приёмов и средств обучения мы используем коммуникативные игры, имитирующие реальные профессиональные речевые ситуации, риторические задачи, аналитические, аналитико-конструктивные, творческие задания. Активно внедряемая система дистанционного обучения позволяет проверить уровень сформированности умений создавать креолизованный текст, медиатекст. Внедрение в процесс обучения такой формы требует ряда дополнительных трудоёмких функций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подведем итог. Опыт преподавания риторики подсказывает, что ключевыми здесь являются три момента.

Во-первых, студентам должна быть предложена основательная теоретическая база с проекциями в историю риторики и анализом современного состояния ее важнейшей отрасли – медиакоммуникации и медиариторики. Затем студенты осваивают классические понятия риторики: мысль и речь, речевая деятельность, коммуникативная компетенция, массовая коммуникация, медийная речь, поликодовый текст и т. д.

Во-вторых, в процессе обучения акцент делается на алгоритме создания коммуникативно совершенного медиатекста – от авторского замысла до полного его воплощения в вербализованной форме, обладающей набором идейно-содержательных, структурно-композиционных и прагматических характеристик.

И в-третьих, мы учим студентов работать в разных речевых жанрах, поскольку профессиональная деятельность в медиасфере носит полижанровый характер.

Мы убеждены, что сочетание классических и современных приемов риторики формирует личность, готовую к медиакоммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анненкова Ирина Васильевна.* Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект) : диссертация ... доктора филологических наук : 10.01.10 / Анненкова Ирина Васильевна; [Место защиты: Федеральное государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет»]. – Москва, 2012. – 440 с.: ил.
- Гришанина-Мошкина О. В.* Речевой оптимал в аспекте медиариторики / О. В. Гришанина-Мошкина // *Международный научно-исследовательский журнал.* – 2016. – № 4 (46) Часть 7. – С. 70–72. – URL: <https://research-journal.org/culture/rechevoj-optimal-v-aspekte-mediaritoriki/> (дата обращения: 05.01.2020.).
- Мошкина О. В.* Риторические телепередачи как новая система координат речевой коммуникации / О. В. Мошкина // *Вопросы культурологии.* – Москва, 2015. 15 (8). С. 11–17.
- Создание сценарного ролика для радио / URL: <http://textis.ru/tekst-rolika-dlya-radio/> (Дата обращения: 06.5.2018 г.).
- Тенекова А. М.* Риторика : учеб.пособие / Тенекова СПб : СПбГИКиТ, 2019. 244 с.

REFERENCES

- Annenkova Irina Vasilievna.* The modern media picture of the world: a non-rhetorical model (Linguophilosophical aspect): dissertation ... Doctors of Philology: 10.01.10 / Annenkova Irina Vasilievna; [Place of protection: Federal State Educational Establishment of Higher Professional Education “Moscow State University”]. – Moscow, 2012. – 440 pp., Ill.

Grishanina-Moshkina O. V. Speech optimal in the aspect of media rhetoric / O. V. Grishanina-Moshkina // International Research Journal. – 2016. – No. 4 (46) Part 7. – P. 70–72. – URL: <https://research-journal.org/culture/rechevoj-optimal-v-aspekte-mediatoriki/> (accessed: 01/05/2020.).

Moshkina O. V. Rhetorical telecasts as a new coordinate system of speech communication / O. V. Moshkina // Issues of Cultural Studies. – Moscow, 2015.15 (8). S. 11–17.

Creation of a script video for the radio / URL: <http://textis.ru/tekst-rolika-dlya-radio/> (Date of access: 06/05/2018).

Tenekova A. M. Rhetoric: Textbook / Tenekova SPb: SPbGIKIT, 2019. 424 p.

УДК 81`25
Тянь Сяоюй

Аспирант социологического факультета
Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова
e-mail: xiaoyutian@yandex.ru

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ПЕРЕВОДА НА СОВРЕМЕННЫХ КИТАЙСКО-РОССИЙСКИХ МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье проведен анализ проблем перевода на совместных китайско-российских предприятиях. Используя методы анализа научной литературы и трансформационного анализа был исследован опыт перевода в совместных китайско-российских предприятиях на примере коммуникации в ООО «Китай Строй». В заключении статьи представлены рекомендации по решению основных проблем перевода, направленные на повышение его адекватности и эквивалентности.

Ключевые слова: качество перевода; проблемы перевода; устный перевод; письменный перевод; русский язык; китайский язык.

Tian Xiaoyu

Graduate student, Faculty of Sociology, Moscow State University named after M.V. Lomonosov
e-mail: xiaoyutian@yandex.ru

ANALYSIS OF TRANSLATION PROBLEMS IN MODERN CHINESE-RUSSIAN MULTINATIONAL ENTERPRISES

The article analyzes the problems of translation in Sino-Russian enterprises. Using the analysis of scientific literature and transformational analysis's methods, we studied the experience of translation in Sino-Russian enterprises by the example of communication in China Construction LLC. The article concludes with recommendations for solving the main problems of translation, aimed at increasing its adequacy and equivalence.

Keywords: translation quality; translation problems; oral translation; written translation; Russian language; Chinese.

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития мировой экономической системы, роль многонациональных предприятий стремительно увеличивается. Объединяя усилия, инвесторы из разных стран создают совместные предприятия, на которых ведут свою профессиональную деятельность одновременно представители нескольких стран. Эффективность

осуществления коммуникации между ними зависит от способностей и навыков переводчика, который играет важную роль в данном процессе. Однако, в процессе осуществления переводческой деятельности на многонациональных предприятиях, можно столкнуться с рядом проблем, включая, культурные различия, сложные грамматические конструкции, перевод профессиональных терминов. Эти и другие проблемы перевода важно преодолеть с целью достижения главного критерия качества перевода – его эквивалентности. В настоящей статье проведен анализ проблем перевода, которые возникают на современных многонациональных российско-китайских предприятиях и по его результатам разработаны рекомендации.

Деятельность переводчика на современных многонациональных предприятиях

Роль переводчика в деятельности многонациональных предприятий в XXI веке

Профессия переводчика является узкоспециализированной. В современном мире благодаря таким приложениям, как Google Translate, справиться с элементарным переводом под силу даже человеку, который абсолютно не владеет иностранным языком. Однако, поднимая тему о деловом переводе, необходимо отметить, что справиться с ним с помощью программных средств так, чтобы получить качественный перевод – невозможно. В связи с этим, наличие переводчика на многонациональном предприятии является в высокой степени востребованным. Именно благодаря ему коммуникация между работниками и руководителями разных культур может осуществляться эффективно.

Отсутствие у многонационального предприятия переводчика может привести к дорогостоящим ошибкам, потере репутации компании. Кроме этого отсутствие переводчика может послужить проблемой для коммуникации внутри предприятия, что приведет к сбоям в его деятельности.

О роли переводчика в деловых переговорах Е. Б. Нешина высказалась следующим образом: «С одной стороны, его услуги необходимы, следовательно, он – обязательный участник переговоров. Но своеобразии его положения в том и состоит, что, с другой стороны, при

всей необходимости он должен быть «невидимкой» [Нешина, 2008, с. 221–222]. Е. Б. Нешина называет переводчика «инструментом», за счет которого процесс деловых международных переговоров протекает наиболее эффективно.

Таким образом, должность переводчика на современных предприятиях крайне востребована. Это обусловлено тем, что с его помощью осуществляется внутренняя и внешняя коммуникация на совместных международных предприятиях, что обеспечивает их оптимальное функционирование. При этом важную роль играет профессионализм и наличие опыта у переводчика, поскольку от этих факторов зависит то, насколько качественным будет выполненный перевод.

Требования к русско-китайскому переводу

Сущность перевода, как деятельности, сводится к интерпретации смысла оригинального текста средствами переводящего языка. С этой целью переводчиком могут быть проведены разные трансформации, направленные на достижение максимально близкого к исходному тексту содержания. Такое высокое качество перевода определяется двумя показателями, к числу которых относятся эквивалентность и адекватность.

Эквивалентность указывает на равноценность, равнозначность и равносильность перевода.

Согласно точке зрения С. В. Евтеева, перевод должен быть не только эквивалентным, но и адекватным. В обратном случае глубинный смысл текста будет непонятным, а коммуникация нарушится [Евтеев, 2017, с. 264]. Поэтому логичным является вывод о том, что текст перевода это «компромисс» эквивалентности и адекватности.

Адекватность перевода заключается в передаче содержания оригинала с соблюдением норм языка перевода. Для передачи адекватности переводчику необходимо правильно выбрать вариант переводческой трансформации для того, чтобы текст перевода был максимально информативным.

Относительно устного перевода необходимо отметить, что поиск эквивалентных слов должен осуществляться быстро. В обратном случае, наличие пауз, особенно продолжительных, также отрицательно повлияют на качество перевода. Кроме этого, существует множество

проблем, решив или заблаговременно разработав стратегию решению которых, переводчик сможет осуществить высококачественный перевод. Мы провели анализ этих проблем и его результаты представлены далее.

Проблемы перевода на современных китайско-российских предприятиях

Проблема множественности видов перевода

В ходе ведения профессиональной деятельности, переводчик на многонациональном китайско-российском предприятии сталкивается с различными видами перевода, прежде всего, с устным и письменным переводами, которые делятся также на несколько видов.

Устный перевод – это перевод, предусматривающий устное оформление. Он включает в себя последовательный и синхронный перевод. Каждый из этих видов перевода характеризуется своей спецификой и требует наличия определенной компетенции от переводчика.

Последовательный перевод сводится к тому, что переводчик в след за оратором как только второй закончил говорить, начинает переводить. При таком виде перевода переводчику необходимо запоминать значительные объемы информации, поскольку перевод может осуществляться как отдельными предложениями, так и абзацами.

Синхронный перевод предполагает проговаривание перевода вместе с речью оратора. Перевод осуществляется быстро, поскольку у переводчика количество времени строго ограничено. Также переводчик должен иметь хорошее представление о теме коммуникации. Это самый сложный вид перевода, с которым может столкнуться переводчик в многонациональном предприятии. Он требует от переводчика умение моментального понимания иноязычной речи и перевода на другой язык. Переводчик должен обладать навыком одновременного слушания и говорения.

Анализ переводов на предприятии ООО «Китай строй» показал, что устный последовательный односторонний перевод используется при выступлении руководителей компании. Также состоялись переговоры с российской компанией по производству бетона, в рамках которой был осуществлен абзачно-фразовый двусторонний перевод.

В процессе осуществления профессиональной деятельности, переводчику также приходится осуществлять письменный перевод. Письменный перевод характеризуется наличием запаса времени и возможностью обратиться к словарям. Несмотря на наличие большого количества омонимов, русские тексты на китайский язык должны быть переведены точно, чтобы избежать ошибок, которые могут нанести урон компании.

Таким образом, при переводе в многонациональных китайско-русских компаниях, переводчик может столкнуться с проблемой необходимости осуществления разных видов перевода.

Проблема культурных различий

Другая проблема, существующая в переводе в многонациональных компаниях обусловлена культурными различиями. Необходимо отметить, что и Китай, и Россия являются странами с глубоким культурным наследием, которое находит отражение в языке. Во всех сферах коммуникации влияние культурных различий достаточно заметно. Отсутствие правильного понимания культурных различий является языковым барьером для переводчика, которые необходимо устранить.

В работе переводчика часто можно столкнуться с отсутствием эквивалентности перевода, которая во многом возникает из-за наличия культурной разницы. Необходимо отметить, что культурные различия обусловлены разной историей развития культур, неодинаковой религией, географическим положением и социальными привычками.

Разные национальности имеют большие различия в этнических обычаях и привычках. Китай и Россия сформировали разные национальные обычаи и привычки из-за неодинаковых истории, географии и религии. Различия в обычаях и привычках отражаются во всех аспектах жизни людей и это создаст огромные препятствия для переводческой деятельности.

Например, русские часто встречают гостей хлебом и солью, чтобы выразить им теплый прием и проявить уважение. В связи с этим, переводчик должен иметь представление о данном обычае и понимать его истинный смысл. Отсутствие способности понять данную традицию

приведет к искажению смысла. Например, «руководитель приехал в эту деревню, попробовал их соль и хлеб».

Можно видеть, что язык является продуктом социальной деятельности и мостом для общения между людьми разных национальностей. Два языка – русский и китайский – сформировали разные переводческие барьеры в русско-китайском переводе под влиянием различных исторических культур, географических факторов, обычаев, религиозных верований и других факторов. Переводчик должен не только передать форму, он также должен передать ту национально-культурную специфику, которая заложена в оригинальном тексте.

Таким образом, язык испытывает сильное влияние культурных различий, что играет важную роль в процессе выполнения перевода в многонациональной компании.

Перевод профессиональной лексики

В настоящее время растет количество совместных китайско-российских инвестиционных проектов в разных сферах – нефтегазовой, лесной, сельскохозяйственной и других. В связи с этим, растет роль переводчиков, обладающих навыками перевода в данных сферах, а это обуславливает возрастание актуальности проблемы перевода профессиональной терминологии.

Каждая сфера деятельности имеет свою профессиональную лексику, адекватный перевод которой возможен лишь при знании и понимании ее смысла. В целом, проблема перевода профессиональной лексики включает в себя следующие составляющие.

Во-первых, непрофессиональный перевод с русского языка.

В процессе делового перевода с русского на китайский язык необходимо помнить, что в русском языке официально-деловой разговорный стиль близок к письменному. Например, выдержка из контракта «Любое нарушение договора будет означать дефолта любой срок» была переведена переводчиком как «超过合同期限就是违约行为». Однако такой перевод не является высокопрофессиональным, он не соответствует стандартам делового русского языка. Когда носитель русского языка переводит данное выражение на китайский язык, он исходит из собственного понимания данных терминов, кроме этого используется

литературный язык перевода и переводимые слова и предложения становятся более простыми для понимания, но в то же время слушатели испытывают ощущение серьезности. В связи с этим, наиболее точно перевод данного предложения будет звучать как «凡违反合同规定的任何期限都等同违约».

Во-вторых, перевод терминологии неточный.

Как правило, в деловом письме встречается множество профессионализмов. То, насколько точно переводчик осуществляет перевод профессионализмов, определяет общее качество всего текста.

В процессе перевода терминов переводчик может столкнуться с проблемой неточности перевода терминов синонимов.

Например, «упаковка» достаточно часто встречается в переводах ООО «Китай строй» и переводится на китайский язык как 包装. Обычно осуществляя перевод предложения «В цену включена стоимость тары, упаковки и маркировки» на китайский язык получаем «价格包含包装和标记费». Однако данный перевод является неточным. Это обусловлено тем, что в русском языке существуют два синонимичных понятия «упаковка» и «тара». Оба эти понятия на китайском языке будут означать 包装, однако упаковка обычно находится внутри, а тара находится снаружи упаковки. В связи с этим, наиболее грамотным будет являться перевод 价格包括包皮、包装和标记费用.

В-третьих, необходимо понимать, что в процессе перевода смысл одного явления может быть абсолютно различным, поскольку в русском языке имеется множество синонимов и омонимов.

Таким образом, перевод профессиональной лексики является важной проблемой, которая препятствует достижению переводчиком высокого качества перевода.

Проблема неточности перевода аббревиатур и сокращений

Переводчики многонациональных предприятий с общего делового русского языка, вероятно, недостаточно внимательны, что является причиной наличия ошибок перевода при переводе аббревиаций и сокращений. Переводчик должен помнить такие аббревиатуры, как единицы измерения, учиться правильно применять аббревиатуры

и не допускать, чтобы профессиональные ошибки вызывали проблемы у предприятий или отдельных лиц.

Несмотря на то, что русский и китайский язык относятся к разным языковым структурным типам – в процессе аббревиации они обнаруживают сходства, поскольку теоретическая основа образования аббревиатур единая – сократить сочетания слов и словосочетания по принципу экономии языковых средств. Далее, несмотря на различные типы аббревиатур, как в русском, так и в китайском языке сочетания и словосочетания сокращаются путем отбора, усечения и обобщения. Наконец, как буквы в русском языке, так и иероглифы в китайском языке сочетаются в соответствии с определенным структурным принципом, а при отборе составных частей аббревиатуры учитываются звучание и форма новой аббревиатуры.

Проблема перевода сложных имен существительных и предлогов

Сложные существительные обычно появляются в переводе названий компаний. Поэтому, когда переводчики переводят некоторые расчетные документы компании или отчетную документацию компании, необходимо наблюдать за проблемой перевода сложных имен существительных.

Например, «вторчёрмет» в «вторчёрмет» является сложным существительным в русском языке и китайским переводчикам часто бывает трудно определить правильное значение этого слова.

Если перевод неправильный, это окажет фатальное влияние на предприятие. Таким образом, в русском языке важно обратить внимание на правильный перевод составных существительных в переводе.

Переводы в многонациональных компаниях часто ведут к неточному поведению переводных фраз. Переводчик часто путает правильное значение предлога, и неточный перевод предлога приводит к тому, что все утверждение становится ненавязчивым. Например, в русском переводе предложения «Ответственности исполнитель ограничивается размером прямого реального ущерба, понесённый Заказчик в результате виновных действия исполнителя при оказании услуг», переводчиком предлог «в результате» переводятся как «так», В деловом

русском языке «В результате» следует переводить как «Потому что». После замены «так» на «потому что» предложение становится беглым и точным.

Экстралингвистические проблемы

Экстралингвистические трудности для устного переводчика связаны со следующими факторами. Часто спикеры спешат зачитывать свой текст, напечатанный на бумаге. Как правило, китайские чиновники всегда имеют заранее написанный и согласованный с компетентными органами текст выступления. Часто они его просто зачитывают, и выполнять синхронный перевод такого потока китайской речи весьма затруднительно. Выходом из этой ситуации является знакомство с данным текстом хотя бы за 15 минут до выступления, но чем раньше, тем лучше.

Также в китайской культуре очень сильны традиции чинопочитания и жесткой субординации. И если по программе выступают несколько делегатов, то после выступления руководителя многие члены делегации считают невежливым говорить дольше главы делегации и комкают свои выступления. Для переводчика это также становится серьёзным вызовом.

Проблема выбора применяемых переводческих трансформаций

Трансформации являются межъязыковым преобразованием, требующим перестройки на лексическом, грамматическом или текстовом уровнях. Все виды преобразований или трансформаций, осуществляемых в процессе перевода, можно свести к четырем элементарным типам, а именно:

1) Добавление и сокращение.

Лексика русского и китайского языков в переводе не эквивалентна, способы выражения также рознятся. Например:

«Большинство произведений, входящих в том, представляет доклады и речи на съездах, конференциях, собраниях и митингах».

Исходный перевод: 收入本卷的著作，大部分是他在会议、代表会议、大会、集会上的报告和演出。

Точный перевод: 收入本卷的著作，大部分是他在各种会议上的报告和演出。

2) Развитие сложных предложений на простые.

Существуют определенные различия в предложениях на русском и китайском языках. Русский язык является полуинфлективным языком. В русском языке наречия и прилагательные могут быть помещены перед предложениями или после них. Китайские выражения часто выполняются в логическом или хронологическом порядке и не допускают подобной перестановки.

Пути решения проблем перевода на современных российско-китайских предприятиях

С целью преодоления проблем перевода на многонациональных российско-китайских предприятиях, которые были рассмотрены выше, переводчику важно в процессе осуществления своей профессиональной деятельности обратить внимание на следующие рекомендации.

Во-первых, переводчику необходимо постоянно совершенствовать уровень своей культурной грамотности и более тщательно изучить культурную специфику страны иностранного языка. Переводчики многонациональных предприятий с русского языка должны иметь определенное представление о русском культурном опыте, использовать разные языковые культуры для преодоления межкультурных различий, совершенствовать способность выражать понимание культуры перевода и выражать свои собственные эмоции и предложения на соответствующем культурном языке. Если переводчик не имеет глубокого понимания культур двух стран, он не сможет справиться с различиями в языке и культуре и не сможет достичь нормального общения между двумя сторонами, что приведет к невозможности завершить деятельность по международному деловому обмену. Каждая страна имеет свои национальные культурные особенности, которые переводчик должен понимать.

Во-вторых, необходимо следить за тем, чтобы выбранные слова и их использование в тексте перевода позволяло с высокой точностью перевести текст. Чтобы достичь конечной цели бизнеса, переводчики должны выбрать правильные слова для точного выражения мыслей,

чтобы добиться эффективного общения. Чтобы достичь этого уровня перевода, русские переводчики должны хорошо владеть терминологией двух языков и научиться выбирать правильные слова для взаимозаменяемости в разных контекстах. Переводчики русского языка в многонациональных компаниях должны использовать при переводе эквивалентный метод и использовать соответствующие китайские термины для перевода русских терминов исходного текста.

И, наконец, переводчик должен непрестанно пополнять свой словарный запас как лексикой из профессиональной сферы деятельности, так и лексикой, необходимой для правильного понимания и передачи смысла оригинального текста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рост количества китайско-российских многонациональных предприятий ведет к росту востребованности профессии переводчика. Однако для того, чтобы выполнить качественно свою работу, переводчику необходимо успешно преодолеть трудности, с которыми он может столкнуться в процессе выполнения разных видов перевода.

Перевод играет незаменимую роль в обмене человеческой культурой и развитии китайско-российских международных отношений. Языковые барьеры требуют отличных переводчиков для преодоления. Только путем полного понимания языка и культуры двух стран и глубокого понимания истинного значения слова «перевод» и преодоления препятствий на пути перевода мы можем внести вклад в перевод китайского и русского языков, что требует простых людей Китая и России. Культурные обмены между странами в нынешнюю эпоху имеют первостепенное значение, поэтому и Китаю, и России срочно требуется большое количество влиятельных переводчиков, что станет конкурентным преимуществом для развития дальнейших отношений между двумя странами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Евтеев С. В.* Перевод: эквивалентно – насколько возможно, и адекватно – насколько нужно // Вестник БГУ. 2017. Вып. 1 (31). С. 262–267.
- Нешина Е. Б.* Роль переводчика в деловых переговорах и нормы этикета в отношении его работы // Вестник МГУ. 2008. Вып. 3. С. 221–224.

REFERENCES

- Evteev S. V.* Perevod: ekvivalentno – naskol'ko vozmozhno, i adekvatno – naskol'ko nuzhno // Vestnik BGU. 2017. Vyp. 1 (31). S. 262–267.
- Neshina E. B.* Rol' perevodchika v delovykh peregovorakh i normy etiketa v otnoshenii ego raboty // Vestnik MGU. 2008. Vyp. 3. S. 221–224.

УДК
Хуа Эрчжи

Аспирант Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина
huaerzhidavid@126.com

ОБСУЖДЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ЛОГОСОМ И ВНУТРЕННИМИ ТОПАМИ В РУССКОЙ ПРЕДВЫБОРНОЙ РЕЧИ

В данной статье рассмотрен логос как один из трех главных методов убеждения. Проанализирован лингвистический материал на синтаксическом и текстовом уровнях и определены речевые средства для выражения логических отношений. Установлены взаимоотношения между логосом и внутренними топами в русской предвыборной речи и доказано активное употребление внутренних топов в нее для обеспечения логичного создания речи.

Ключевые слова: русская риторика; метод убеждения; логос; внутренние топы; грамматическая категория.

Hua Erzhi

Postgraduate student of the Pushkin State Russian Language Institute
huaerzhidavid@126.com

DISCUSSION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN LOGOS AND INTERNAL TOPIC IN RUSSIAN ELECTION SPEECH

This article considers logos as one of the three main methods of persuasion. The linguistic material is analyzed at the syntactic and textual levels and means of speech for expressing logical relations are defined. The relationship between logos and the internal topics in Russian election speech is established and the active use of internal topics in it to ensure logical speech creation is proved.

Keywords: Russian rhetoric; methods of persuasion; logos; internal topics; grammatical category.

ВВЕДЕНИЕ

На международном арене 21-го века предвыборная речь как жанр политического дискурса имеет актуальное значение не только для внутригосударственной, но и международной политической обстановки. Ее главную задачу можно справедливо определить как ведение эффективной риторической аргументации с целью убеждения избирателей поддержать и проголосовать за создателя речи. Когда речь идет

об убеждении предвыборной речи, то важнее всего разбираться в методах реализации убеждения. Одной из самых древних классификаций методов убеждения является концепция древнегреческого мыслителя Аристотеля, который делил возможные аргументы выступающего на три группы: этос, пафос и логос, то есть эмоциональный, ценностный и логический методы убеждения. В данной работе главное внимание будет концентрировано на логическом методе убеждения в предвыборной речи и раскрытии взаимоотношений между логическими связями и внутренними топами, чтобы доказать активное употребление внутренних топов как структурно-смысловых моделей в русской предвыборной речи для обеспечения логического создания речи.

1.1. Логос как метод убеждения

Логос рассматривается Ю. В. Рождественским как «словесное воплощение пафоса на условиях этоса. Логосом принято называть словесные средства, использованные создателем речи в данной речи при реализации её замысла» [Рождественский 1999]. По мнению А. А. Волкова, логос предполагает «владение интеллектуальными ресурсами аргументации. Риторическая аргументация – совокупность словесно оформленных ходов мысли, содержащихся во взаимосвязанных высказываниях...» [Волков 1996]. Логос понимается в риторике как заключительный этап речи, в его реализации можно увидеть весь риторический канон: воплощение идей речи, исполнение речи в определенной фактуре речи и связанных с ним стилистических требованиях к речевыражению. Иными словами, этос и пафос не могут реализоваться без реализации логоса, точнее, их выражения на синтаксическом и текстовом уровнях.

1.2. Речевые средства при выражении логических отношений в русской предвыборной речи

Определение

В предвыборной речи требуется логическое и эффективное выражение изобретенной темы и содержания. С целью логического создания текста важно правильное образование и выражение логических отношений между объектом и субъектом речи. В данной работе

анализ логоса как метода убеждения проводится на примере Послания В. В. Путина Федеральному собранию в 2018 году, которое вполне может считаться его программой в связи с тем, что большая часть посвящается будущему развитию России. При анализе данного послания наблюдается активное употребление некоторых речевых средств для выражения логических отношений, которые придают речи логичность, последовательность, доступность, эмоциональность и образность.

Выражение определительных отношений

Определительные отношения являются логическими отношениями, отражающими связи между предметами, лицами, явлениями реальной действительности и их признаками. В зависимости от коммуникативных намерений создателя речи определительные отношения выражаются в русском языке средствами простого и сложного предложения [Книга о грамматике 2009].

По характеру синтаксической связи все определения делятся на согласованные и несогласованные. Согласованные определения выражаются теми частями речи, которые, относясь к определяемому слову, уподобляются ему в числе и падеже, а в единственном числе – и в роде. Несогласованные определения выражаются управляемыми или примыкающими словами. В послании В. В. Путина определительными отношениями выражаются позиции и отношение создателя речи к обсуждаемому объекту:

- *Мы обеспечили устойчивость и стабильность практически во всех сферах жизни, а это критически важно для нашей огромной многонациональной страны, со сложным федеративным устройством, с многообразием культур, с памятью об исторических разломах и труднейших испытаниях, которые выпали на долю России.*

В этом примере согласованными определениями являются «наша», «огромная» и «многонациональная», а несогласованными – словосочетания «с многообразием культур», «с памятью об исторических разломах и труднейших испытаниях». Эти определения описывают свойства объекта речи – страны, передают историческую оценку,

выражают эмоции создателя речи. В простом предложении определительные отношения иногда выражаются конструкциями «что – (это) что», «что является чем (каким)», «что представляет собой что (какое)» и др., которыми определяются характеристики, свойства, признаки и сущность предмета, явления, лица или события:

- *Сохранить свою идентичность крайне важно в бурный век технологических перемен, и здесь невозможно переоценить роль культуры, которая является нашим общенациональным цивилизационным кодом, раскрывает в человеке созидательные начала.*

Для выражения определительных отношений сложными предложениями используется придаточное определительное предложение. Это придаточное предложение относится к определяемому слову – существительному или его аналогу – в главном предложении и выполняет роль развернутого определения, характеризуя объект путем указания на его признаки. Основным средством, участвующим в формировании определительных отношений, является союзное слово «который» и его синтаксические синонимы: относительные местоимения «какой», «чей», «что» и местоимения-наречия «где», «куда», «откуда», «когда» и т.д.:

- *И наконец, в мире сегодня накапливается громадный технологический потенциал, который позволяет совершить настоящий рывок в повышении качества жизни людей, в модернизации экономики, инфраструктуры и государственного управления.*
- *А для населённых пунктов, где проживает менее 100 человек, у нас такие тоже есть, организовать мобильные медицинские комплексы, автомобили с повышенной проходимостью, со всем необходимым диагностическим оборудованием.*

В русской предвыборной речи отношения определения выражаются наименованием предмета или явления:

- *Россия должна стать не только ключевым логистическим, транспортным узлом планеты, но и, подчеркну, одним из мировых центров хранения, обработки, передачи и надёжной защиты информационных массивов, так называемых больших данных.*

Выражения определительных отношений в русской предвыборной речи так разнообразны, что объясняется природой предвыборной речи, задача которой ориентируется на определение признаков, свойств, характеристик и сущности объекта.

Выражение причинно-следственных отношений

Причинные отношения представляют собой связь двух явлений, одно из которых служит основанием для реализации другого. Причина неразрывно связана со следствием. Логическая обусловленность двух полярных категорий – причины и следствия – при дифференцированном подходе к рассмотрению одной категории требует постоянного учета особенностей выражения другой категории [Книга о грамматике 2009].

В русской предвыборной речи причинно-следственные отношения прежде всего отражаются в текстовом уровне с учетом коммуникативной цели данного вида речи, которая заключается в убеждении избирателей голосовать за создателя речи. И эта цель в предвыборной речи выражается в форме следствия: «поэтому избиратели должны голосовать за создателя речи».

Помимо текстового уровня, причинно-следственные отношения выражаются на синтаксическом уровне: основными способами выражения причинно-следственных отношений в сложном предложении являются сложноподчиненные предложения, в простом – предложно-падежные конструкции. Иными словами, средствами формирования причинного значения в простом предложении являются предлоги, в сложном – союзы:

- *Из-за последствий экономического кризиса бедность вновь подросла. Сегодня с ней сталкиваются 20 миллионов граждан.*
- *Это прежде всего снижение рождаемости, так как семьи начинают создавать малочисленное поколение 90-х годов.*

Выражение временных отношений

Временные отношения – это один из типов смысловых отношений, включающий в себя разнородные проявления значения времени как в простом, так и в сложном предложении [Книга о грамматике 2009].

Временные отношения могут выражаться как в простом, так и в сложном предложении. В простом предложении чаще всего употребляется конструкция «в + П. п.» для обозначения календарного времени и выражение временных отношений в качестве подлежащего:

- *В 2017 году, например, численность населения в трудоспособном возрасте сократилась почти на миллион.*
- *2018 год объявлен в России Годом добровольца, и символично, что этот год начался с принятия закона, который устанавливает обязанность всех уровней власти оказывать содействие волонтерам.*

В русской предвыборной программе чаще всего дают обещание, что приводит к активному употреблению конструкции «за + В. п.», которая обозначает срок выполнения действия:

- *За три года должно быть создано более 270 тысяч мест в яслях.*

Для выражения временных отношений в сложном предложении очень активно употребляется союз «когда»:

- *Сегодняшнее Послание носит особый, рубежный характер, как и то время, в которое мы живём, когда значимость нашего выбора, значимость каждого шага, поступка исключительно высоки, потому что они определяют судьбу нашей страны на десятилетия вперёд.*

Исходя из вышеизложенного, в анализированном послании выражение временных отношений выполняет функцию создания схемы времени развития политических идей и разных видов деятельности.

Выражение пространственных отношений

Пространственные отношения – это отношения, которые связывают две субстанции – локализуемый объект и локум – пространство, предмет, лицо, представляемые как ориентир, относительно которого характеризуется локализуемый объект [Книга о грамматике 2009].

В русской предвыборной речи пространственные отношения главным образом выражаются конструкцией «в / на + П.п.», в которой в предложном падеже в большинстве случаев стоят топонимы как

собственные имена существительные (названия городов, регионов, стран и др.):

- *Площадками для такой работы станут и международные математические центры. Сегодня они уже действуют в Казани и Новосибирске. В рамках принятых решений мы откроем их и в Петербурге, Москве и дополнительно – в Сочи.*

В данной программе пространственные отношения употребляются не столько для обозначения местонахождения, сколько для указания мест, где уже достигнуты результаты в общественном развитии или ожидается, что намеченные мероприятия будут способствовать улучшению инфраструктуры и повышению уровня жизни.

Выражение условных отношений

Условные отношения – один из видов таких отношений обусловленности, когда соединены две ситуации, из которых одна поставлена в зависимости от другой [Книга о грамматике 2009].

В русской предвыборной программе условные отношения в текстовом уровне объясняются коммуникативной целью создателя речи, который старается засвидетельствовать условность своего вступления в должность президента для успешного развития страны и народа. В данной программе условные отношения выражаются предположно-подежными конструкциями в простом предложении:

- *На основе Стратегии пространственного развития необходимо подготовить комплексный план модернизации и расширения всей магистральной инфраструктуры страны.*

В анализируемом тексте условные отношения также выражаются сложноподчиненными предложениями:

- *Цель весьма амбициозная, но также абсолютно реалистичная, если иметь в виду и новые технологии, и опыт, который появился у наших строительных компаний, и новые материалы.*

Важно отметить, что условные отношения в русской предвыборной программе выражаются также на лексическом уровне. Например, употребление таких глаголов с семантическим значением «условие», как «обеспечить», «позволить», «зависеть» и т. д.

- *Очень многое будет зависеть, конечно, от городских, местных властей, от их открытости передовым идеям.*

Выражение сравнительных отношений

Под сравнением понимается способ характеристики лица, предмета, явления или ситуации на основе их объективного сходства или субъективных ассоциации, т.е. условного тождества [Книга о грамматике 2009]. Средства выражения сравнительных отношений разнообразны и могут быть объединены в несколько способов: грамматический, словообразовательный и лексический. Значительная роль в передаче сравнительных отношений принадлежит контексту в целом.

Грамматическими средствами выражения сравнительных отношений являются сравнительные придаточные в составе сложноподчиненных предложений, сравнительные обороты разных типов, конструкции со сравнительной и превосходной степенью, предложно-падежные конструкции в составе простого предложения, синонимичная сравнительным оборотам словоформа творительного падежа без предлога:

- *Наш арктический флот был, остаётся и будет самым мощным в мире.*

Самым распространенным союзом для выражения сравнительных отношений является союз «как». Этому способствует его стилевая нейтральность.

- *Это как тяжёлая хроническая болезнь, что неумолимо, шаг за шагом подтачивает и разрушает организм изнутри.*

Выражение отношений принадлежности

Значение принадлежности понимается как определение объекта через его отношение к некоторому лицу или предмету [Книга о грамматике 2009]. В большинстве случаев отношение принадлежности реализуется либо как сообщение о владельце чего-либо, либо как указание на предмет обладания, но в предвыборной речи отношения принадлежности могут выражаться путем указания на видовые и родовые характеристики субъекта:

- *У нас уже есть успешный опыт обновления городской среды и инфраструктуры. От этого хочу сейчас оттолкнуться. Этот опыт есть и в Казани, во Владивостоке, в Сочи. Меняются многие региональные столицы и малые города.*

Выражение противительных отношений

Выражение противительных отношений принадлежит к выражениям соединительных отношений, которые в основном объединяют, сближают два (или более) сообщения, рассматриваемые как равноценные, с целью дать более полное, развернутое представление об описываемом фрагменте действительности [Книга о грамматике 2009]. Выражение противительных отношений связывает два сообщения, второе из которых не соответствует первому или противоречит ожидаемому, должному, с точки зрения говорящего.

В предвыборной программе В. В. Путина выражения противительных отношений речи употребляются с целью утверждения в правильности своей позиции путем указания неверности позиции своих оппонентов.

- *Хочу подчеркнуть: развитие АПК, безусловно, во многом связано с крупным товарным производством, но это не должно идти в ущерб интересам малых хозяйств, людей, которые в них работают.*

Выражение уступительных отношений

Уступительные отношения имеют характер парадокса. Сообщаемое в уступительной части предложения выступает как потенциальная причина, оказавшаяся недостаточным основанием для того, чтобы отменить ситуацию, о которой сообщается в предложении.

Конструкция «несмотря на что», которая употребляется в предвыборной речи В. В. Путина, содержит указание на условие, вопреки которому совершается или не совершается действие в предложении.

- *Несмотря на ряд сохраняющихся вопросов, в целом решена проблема с детскими садами.*

В сложном предложении для выражения уступительных отношений чаще всего употребляется конструкция «хотя, но (однако)», которая указывает на противоречие между условием, выраженным уступительной конструкцией, и действием, выраженным глаголом в главной части предложения.

- *Эта уверенность основана на тех значимых результатах, хотя внешне, может быть, и не таких ярких, тем не менее на таких результатах, которых мы уже добились вместе, на сплочённости российского общества и, главное, на колоссальном потенциале России, нашего талантливого, творческого народа.*

Выражение целевых отношений

В речи со значением цели говорится о ситуациях, которые намечаются или являются желательными. Целевые отношения в русском языке выражаются разнообразными средствами и характеризуются достаточно строгой структурой отдельных предложно-падежных конструкций. В программе В. В. Путина наблюдается употребление предлогов «для» и «на»:

- *Для развития городов и поселков, роста деловой активности, обеспечения «связанности» страны нам нужно буквально «прошить» всю территорию России современными коммуникациями.*

В сложном предложении с целевыми отношениями союз «чтобы» является самым употребительным, и в нем в наибольшей степени выражено целевое значение. Он может быть осложнен конструкцией «для того, чтобы», имеющей более яркий книжный оттенок.

- *Также предлагаю создать максимально удобные, привлекательные условия для того, чтобы талантливая молодёжь из других стран приезжала учиться в наши университеты.*

В русской предвыборной речи с помощью выражений целевых отношений кандидаты знакомят избирателей со своими политическими целями, чего нужно добиться при будущем президентстве.

Выражение возможности

Возможность – одно из проявлений ирреальности. В общем смысле под возможностью понимается «то, чего нет в действительности, но для осуществления чего наличествуют определенные обстоятельства, условия, то, что благоприятствует осуществлению чего-либо» [Книга о грамматике 2009].

Возможность выражается весьма различными по своему характеру языковыми средствами: грамматическими, лексико-грамматическими и лексическими. Наиболее эксплицитно и в то же время недифференцированно выражают рассматриваемые смыслы слова «мочь» и «можно» в соответствующих синтаксических конструкциях. Именно эти грамматикализованные средства можно прежде всего отнести к центру семантического поля «возможность»:

- *Важно поддержать начинающих предпринимателей, помочь людям сделать первый шаг, чтобы можно было открыть своё дело буквально одним кликом, проводить обязательные платежи, получать услуги, кредит удалённо, через интернет.*

Выражение «возможности» в предвыборной программе выполняет убедительную функцию, потому что оно показывает будущие потенциалы, которые превращаются в реальность только тогда, когда результат выборов будет в пользу создателя речи в качестве кандидата.

Выражение необходимости

Понятие необходимости относится к языковым категориям, т. е. к тем понятиям, которые находят свое выражение в огромном количестве разнообразных по своему характеру языковых средств. В общем виде под понятие необходимости «подводится все то, что считается нужным сделать, что требуется осуществить, все то, что не может не осуществиться, что имеет условия для обязательного осуществления» [Книга о грамматике 2009].

Все языковые средства, выражающие значение необходимости, можно разделить на три группы – грамматические, лексико-грамматические и лексические. К центру семантического поля необходимости относятся лексико-грамматические средства, то есть те синтаксиче-

ские конструкции, которые строятся на основе наиболее употребительных, частотных и нейтральных слов, в частности и прежде всего модальных предикатов, которые наиболее эксплицитно выражают значение необходимости. Это такие слова, как «необходимо», «нужно», «надо», «должен», «обязательно» и др.:

- *И конечно, нужно повысить качество медицинского и социального обслуживания пожилых людей, помочь тем, кто одинок и оказался в сложной жизненной ситуации.*

В предвыборной речи речевые выражения «необходимости» тесно связаны с нужными действиями, которые по плану кандидата, носят решающий характер не только для будущей должности страны, но и для развития самого государства и благополучия народа.

Выражение изъяснительных отношений

Изъяснительные отношения относятся к интеллектуально-духовной сфере человека. Они связывают интеллектуальное действие в широком смысле слова и его объект. Под интеллектуальным понимается «речевое, мыслительное, познавательное, волевое, эмоциональное, оценочное действие или состояние» [Книга о грамматике 2009]. Изъяснительное отношение сопрягает два этих смысловых компонента таким образом, что один из них становится объектом интеллектуально-речевого и эмоционально-оценочного представления и характеристики.

В русском языке изъяснительные отношения передаются сложноподчиненными предложениями, простыми и бессоюзными предложениями, прямой, косвенной и несобственно-прямой речью.

В сложноподчиненных изъяснительных предложениях придаточная часть присоединяется не ко всей главной части, а к определенному ее слову. Это слово семантически неполно и требует после себя распространителя. Придаточная часть восполняет лексическую и грамматическую неполноту изъясняемого слова, т. е. слова, к которому она относится, и изъясняет, поясняет его.

- *Считаю, что будущее, новое Правительство должно будет подготовить специальную программу системной поддержки и повышения качества жизни людей старшего поколения.*

В предвыборной речи для выражения изъяснительных отношений цитируются слова авторитетных источников и приводятся примеры.

- По словам председателя ЦК «Коммунистов России» Максима Сурайкина, программа – это фактически «весь комплекс мер возрождения социалистической экономики».

1.3. Соотносительные отношения между логосом и внутренними топами

Выражения вышеупомянутых логических отношений являются главными факторами логоса предвыборной речи. При этом мы отмечаем соотносительные отношения между логическими связями как грамматическими категориями и внутренними топами как структурно-смысловыми моделями:

Логические отношения как грамматические категории	Внутренние топы как структурно-смысловые модели	Логические отношения как грамматические категории	Внутренние топы как структурно-смысловые модели
Определительные отношения	Определение Имя Качество-характеристика-свойство	Целевые отношения	Цель
Причинно-следственные отношения	Причина-следствие	Противительные отношения	Противоположение
Уступительные отношения	Уступление	Сравнительные отношения	Сравнение
Временные отношения	Время	Отношения принадлежности	Род-вид
Пространственные отношения	Место	Условные отношения	Условие
Отношения возможности Отношения необходимости	Действие	Изъяснительные отношения	Свидетельство Пример

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Такие соответственные отношения являются доказательством активного употребления внутренних топов в качестве структурно-смысловых моделей в предвыборной речи. Можно прийти к выводу, что существующая связь доказывает активное употребление топов в предвыборной речи, что обеспечивает логическое создание речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Волков А. А.* Основы русской риторики : дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 1996. 335 с.
- Книга о грамматике. Русский язык как иностранный. / Под ред. А. В. Величко. – 3-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Московского университета, 2009. 648 с.
- Рождественский Ю. В.* Принципы современной риторики. М., 1999. 176 с.

REFERENCES

- Volkov A. A.* Fundamentals of Russian rhetoric: dis. ... d-RA filol. sciences'. Moscow, 1996. 335 pp.
- A book about grammar. Russian as a foreign language. / Edited by A. V. Velichko. – 3rd ed., ISPR. Moscow: Moscow University Press, 2009. 648 pp.
- Rozhdestvensky Yu. V.* Principles of modern rhetoric. Moscow, 1999. 176 pp.

УДК 808.5

Чуканова Анна Сергеевна

студент третьего курса направления подготовки

«Реклама и связи с общественностью»

Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения

chukanova_ann@rambler.ru

Тенекова Александра Михайловна

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент,

доцент кафедры медиакоммуникационных технологий

Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения

t-sasha@inbox.ru

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЕ

Данная статья посвящена исследованию роли невербальных средств коммуникации в процессе производства телерекламы и их влияния на зрителей. При помощи эмпирического и теоретического методов исследования на конкретных примерах проанализирована риторическая ценность невербальных средств общения в рекламном ролике, сделаны выводы относительно риторической целесообразности использования данных приёмов для воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: коммуникация; реклама; риторика; телевидение; манипуляция; невербальные средства коммуникации.

Chukanova Anna Sergeevna

third year student directions of preparation "Advertising and public relations",

St. Petersburg State Institute of Film and Television

chukanova_ann@rambler.ru

Tenkova A. M.

Academic advisor: PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Associate Professor Department of Media and Communication Technologies

at St. Petersburg State Institute of Film and Television

t-sasha@inbox.ru

ROLE OF NON-VERBAL FUNDS IN TELEVISION ADVERTISING

This article is devoted to the study of the role of non-verbal means of communication in the process of production of television advertising and their impact on viewers. Using the empirical and theoretical methods of research on concrete examples, the rhetorical value of non-verbal means

of communication in the commercial is analyzed, conclusions are made regarding the rhetorical expediency of using these techniques to influence the audience.

Keywords: communication; advertising; rhetoric; TV; manipulation; nonverbal means of communication.

ВВЕДЕНИЕ

Человеческая действительность XXI века неразрывно связана с информационным пространством. Сами того не замечая, люди ежеминутно обрабатывают большие объёмы информации, анализируют её, чтобы в дальнейшем использовать для каких-либо целей. Эта информация распространяется в различных источниках и по различным каналам, а сама она, естественно, абсолютно разнообразна по своему содержанию.

С каждым годом индустрия потребления развивается всё быстрее, что является естественной причиной увеличения количества рекламы в окружающем информационном пространстве. Именно рекламу можно считать одной из основных категорий, которая прочно вошла в человеческую повседневность.

Рекламную деятельность сегодня, безусловно, можно назвать искусством. Однако за ним зачастую стоит четко определённая стратегия, которая разработана для того, чтобы выделить продукт на огромном конкурентном рынке. В эту технологию входит использование правильных технических приёмов, современных творческих сюжетных решений, план по продвижению рекламной кампании и ещё ряд важнейших составляющих. В телевизионной рекламе самым главным, базисным пунктом является, очевидно, тщательный выбор актёров, одним из основных требований, к которым является не только знание основ своего ремесла, но и владение риторическими приёмами. Зачастую зритель обращает внимание на текстовую составляющую теле-рекламы: непосредственно на произносимый текст с точки зрения его содержательности и описательности рекламируемого товара или услуги. Однако одновременно с этим многие люди даже не задумываются о том, что они подвергаются манипуляции, которая осуществляется при помощи невербалики. Как показывает анализ термина

«невербальная коммуникация», понятие это можно определить как систему неязыковых (несловесных) форм и средств передачи информации [Морозов 2011]. Именно приёмы невербального общения помогают завоевать внимание потенциального потребителя и убедить его в необходимости приобретения рекламируемой продукции.

С помощью эмпирического и теоретического методов исследования в этой статье будет рассмотрена классификация невербальных средств общения, на конкретных примерах будут выявлены риторические приёмы использования тех или иных способов применения невербальных средств в телерекламе, определена их роль в формировании доверия к бренду-рекламодателю.

1. Общая характеристика невербальных средств

Коммуникация сегодня представляет собой многоступенчатый процесс, в результате которого его участники приходят к общему умозаключению по конкретному вопросу. Однако, рассматривая сферу медиа, в особенности телеиндустрию, тяжело представить стандартную коммуникативную ситуацию. В данном случае стоит говорить про массовую коммуникацию, отличительными чертами которой являются опосредованность и затруднение в получении обратной связи. В такой речевой ситуации лингвисты советуют опираться не только на вербальную составляющую общения, но и прибегнуть к более тонким формам воздействия.

Существуют различные риторические приёмы, с помощью которых барьер между оратором и телезрителем может быть если и не преодолен, то в значительной мере сокращён. Одним из них является правильное и умелое использование средств невербальной коммуникации, которое регулируется различными факторами. К основным факторам, влияющим на невербальное общение, можно отнести фактор внешности, взгляда и физического поведения [Тенекова 2019].

Фактор внешности отвечает за то, какое первое впечатление сможет произвести адресат сообщения на телезрителей. Этот фактор включает в себя одежду, причёску, макияж, телосложение. При подробном рассмотрении этих характеристик следует отметить, что наиболее приятное впечатление может произвести человек, который

носит опрятную и хорошо отглаженную одежду неярких цветов. Требование к причёске – чистые, аккуратно расчёсанные волосы. Также, по утверждению психологов, люди с натуральным цветом волос воспринимаются обществом как более серьёзные и ответственные. В макияже стоит отдавать предпочтение естественности и избегать броских цветов, которые могут отвлекать внимание телезрителя от главной вербальной информации, если, конечно, использование яркого макияжа не является стилистической идеей. Важна физическая привлекательность и телосложение коммуниканта. Безусловно, внешне привлекательные люди имеют больший авторитет, к ним охотнее прислушиваются.

Фактор взгляда является ключевым элементом общения. Именно посредством взгляда адресант способен передавать большинство невербальной информации. При рассмотрении этого фактора стоит отметить такие характеристики, как длительность зрительного контакта и движение глаз, что способствует определению отношения говорящего к слушателям.

Фактор физического поведения включает в себя характеристику мимики, позы, жестов, походки и манипуляции с предметами в ходе коммуникации. Данный фактор способен рассказать про эмоциональное состояние, личностные качества и отношение их носителя к процессу общения. Так, мимика отвечает за отображение эмоций и чувств адресата. Жесты могут транслировать внутреннее состояние (например, неуверенность в себе или, наоборот, личное удовлетворение). Позы отвечают за расположение тела человека в пространстве. Они также указывают на то, как себя чувствует оратор. Например, закрытые позы указывают на то, что человек в данной ситуации не готов к общению и отказывается воспринимать какую-либо информацию, и, наоборот, открытые позы говорят о готовности человека вести продуктивный диалог [Штангль 1986]. Ритм, динамика шага, амплитуда походки указывают на самочувствие, характер и возраст человека.

Учитывая данные факторы при построении массовой коммуникации, можно достичь наибольшей её эффективности с точки зрения убеждения адресантов сообщения и формирования у них положительного отношения к говорящему.

Рассмотрим, при помощи каких именно составляющих происходит воздействие на массового адресата рекламы с помощью невербальных средств.

К невербальной коммуникации принято относить оптико-кинестическую (жесты, мимика, пантомимика), паралингвистическую (тембр, тональность, диапазон, громкость голоса, интонация), экстралингвистическую (окололингвистические приёмы: вздохи, паузы, покашливания, смех) системы знаков, проксемику (взаимное расположение партнёров в пространстве), визуальную систему знаков (взаимодействие с помощью взгляда), тактильную систему знаков (рукопожатия, объятия, поцелуи) и ольфакторную систему знаков (влияние запахов) [Куницына, Казаринова, Погольша 2001]. Все эти виды невербального общения применяются подавляющим большинством людей неосознанно и стихийно. Однако, зная риторические приёмы, при помощи невербальных средств коммуникации возможно управлять вниманием публики, что успешно применяют на практике рекламопроизводители по всему миру.

2. Профессиональное использование невербальных средств коммуникации в рекламе на телевидении

Телереклама сегодня оказывает огромное влияние на мировоззрение людей, так или иначе задерживаясь в памяти на определённое время. Основной задачей рекламопроизводителей является то, чтобы это время было как можно большим, что в итоге приводит к убеждению в необходимости совершения покупки. Изучение влияния рекламы на потребителя сегодня производится с точки зрения различных наук: экономики, психологии и лингвистики. Остановившись на последнем, предметом изучения можно назвать сам рекламный ролик, его структуру и используемые в нём риторические приёмы.

Очевидно, что печатная реклама использует технику убеждения и аргументации через графические символы и слово. Видеореклама, представленная на телевидении, руководствуется принципами внушения. В книге «Новый язык телодвижений» Алан Пиз утверждает, что каждый человек воспринимает лишь 7% вербальной информации, а остальные 93% – невербальные сигналы [Алан Пиз 2006]. Из этого следует, что у зрителя снижается уровень сознательности и критич-

ности при восприятии вербальной информации и, соответственно, повышается восприятие невербальных сигналов, чем умело пользуются производители рекламы. Понимая, что наглядность, доступность и образность в телерекламе являются основными факторами привлечения внимания телезрителей, рекламопроизводители зачастую делают акцент на невербальной коммуникации, которая дополняет речевую линию повествования, формируя положительное отношение к рекламируемому объекту потенциальных потребителей.

Пользуясь знаниями в области невербальной коммуникации, создатели рекламной кампании приложения «Avto.ru» не только прибегли к селебрити-маркетингу с Николаем Фоменко, который стал лицом бренда, но и уделили должное внимание мимике и визуальному контакту с телезрителем. Так, открытый, доброжелательный, направленный прямо в камеру взгляд актёра автоматически способствует формированию доверия у аудитории, а лёгкая улыбка внушает доброжелательные намерения создателей приложения в организации помощи выбрать автомобиль.

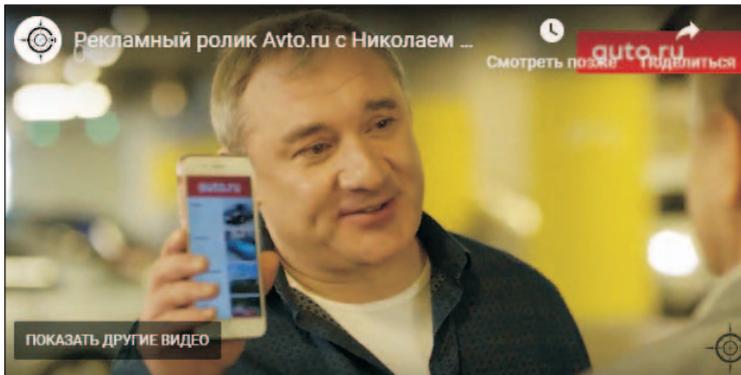


Рисунок 1. Реклама Avto.ru

В трогательной рекламной кампании «Raffaello» под названием «Что значит любить?» основной идеей всей серии роликов является необходимость в ежедневном общении. Через историю любви молодой пары рекламопроизводители показывают, как легко можно обходиться без слов. Взаимоподдержка в видеорекламе выражается через расположение актёров в пространстве, тактильный и зрительный

контакты. Весь видеоряд базируется на отсутствии словесной составляющей, отчего данная рекламная кампания вовсе не теряет своего смысла, а наоборот, затрагивает более глубокие грани человеческого восприятия.

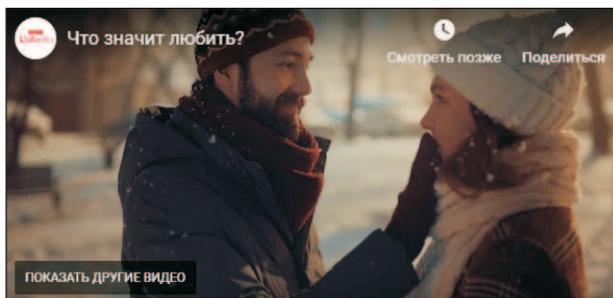


Рисунок 2. Реклама Raffaello

В рекламной кампании «Jacobs Gold» также используются средства невербальной коммуникации. Несмотря на то, что видеоряд на протяжении всего ролика сопровождается текстом, в котором детально описывается аромат и вкус кофе, это не даёт должного представления телезрителю об качественных характеристиках продукта, что делает рекламу заведомо проигрышной. В таком случае хорошим выходом из ситуации является применение экстралингвистических приёмов невербальной коммуникации (глубокий вдох, закрытые глаза – для всех понятные символы удовлетворения), что и делают создатели этой рекламной кампании.



Рисунок 3. Реклама Jacobs Gold

Часто в рекламных кампаниях влияние происходит при помощи паралингвистической системы знаков и использования определённых цветов. Примером, заслуживающим внимания, можно назвать рекламную кампанию «Билайн», которая получила большой отклик среди пользователей. Так, в ролике «Гиги за сон» главным героем выступает Александр Ревва, который озвучивает динамичный, легко запоминающийся текст. Доказано, что низкий мужской голос является наиболее благозвучным для телезрителей и лучше откладывается в памяти. Бодрая, мелодичная интонация артиста прекрасно коррелирует с брендowymi цветами «Билайн» – жёлтым и чёрным. Жёлтый цвет способствует возникновению радостных эмоций, а в сочетании с чёрным даёт достаточно контрастную картинку, что гарантирует определённый заряд бодрости и привлечение внимания.



Рисунок 4. Реклама Билайн

Подробно рассмотрев на конкретных примерах использование отдельных средств невербальной коммуникации, можно сделать вывод, что их умелое применение служит необходимым дополнением к вербальной составляющей рекламы. Знание риторических основ построения рекламных роликов с применением невербальных знаковых систем позволяет привлечь внимание телезрителей и сформировать у них доверительное не критическое отношение к рекламируемому товару или услуге.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Телевизионная реклама в настоящее время является одной из наиболее масштабных составляющих массовой коммуникации. Имея огромную сферу воздействия, телевизионная реклама обладает не только определённым преимуществом перед другими сферами пространства, но и сталкивается с рядом трудностей. Сильная конкуренция и сложность в получении обратной связи – основные проблемы, распространённые на рынке телевизионной рекламы.

Чтобы достичь необходимого воздействия на аудиторию, рекламопроизводители используют целый ряд приёмов и методов. Одним из таких способов является акцентирование внимания зрителей на объекте рекламирования путём использования средств невербальной коммуникации.

Из средств невербального общения на ТВ активно используются мимика, жесты, позы, голосовые приёмы, тактильные и визуальные взаимодействия. Некоторые из них рассмотрены в данной статье с целью определения их роли в процессе невербальной телевизионной коммуникации. Данные риторические приёмы выполняют определённый ряд функций, основными среди которых являются формирование доверительного отношения к объекту рекламы, внушение зрителю необходимости приобретения конкретного товара или услуги и закрепление в памяти определённого образа, который формирует в сознании человека ассоциацию с брендом-рекламодателем.

Таким образом, невербальные средства коммуникации можно считать неотъемлемой частью процесса производства телерекламы и универсальным инструментом внушения и управления вниманием потенциального потребителя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М.* Межличностное общение. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
- Морозов В. П.* Невербальная коммуникация. Экспериментально-психологические исследования. – М.: Учреждение Российской академии наук Институт психологии РАН, 2011. – 760 с.

- Пиз А., Пиз Б.* Новый язык телодвижений. Расширенная версия. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 416 с.
- Тенекова А. М.* Риторика : учеб.пособие / Тенекова СПб : СПбГИКиТ, 2019. 244 с.
- Штангель А.* Язык тела. Познание людей в профессиональной и обыденной жизни. – М, 1986. – 91 с.

REFERENCES

- Kunicyna V. N., Kazarinova N. V., Pogol'sha V. M.* Mezhlichnostnoe obshhenie. Uchebnyk dlja vuzov. – SPb.: Piter, 2001. – 544 s.
- Morozov V. P.* Neverbal'naja kommunikacija. Jeksperimental'no-psihologicheskie issledovanija. – М.: Uchrezhdenie Rossijskoj akademii nauk Institut psihologii RAN, 2011. – 760 s.
- Piz A., Piz B.* Novyj jazyk telodvizhenij. Rasshirennaja versija. – М.: Izd-vo Jeksmo, 2006. – 416 s.
- Tenekova A. M.* Ritorika : ucheb.posobie / Tenekova SPb : SPbGIKiT, 2019. 244 s.
- Shtangl' A.* Jazyk tela. Poznanie ljudej v professional'noj i obydennoj zhizni. – М., 1986. – 91 s.

УДК

Южакова Нина Евгеньевна

старший преподаватель Департамента языковой подготовки
Финансового университета при Правительстве РФ
e-mail: _____

ОТРАБОТКА ИДИОМАТИЧЕСКИХ ОБОРОТОВ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

В статье рассматриваются приемы преподавания идиоматических выражений в курсе обучения профессиональному иностранному языку в неязыковом вузе. Автор обращает внимание на то, что образовательный процесс подразумевает комплексную интегративную систему, которая направлена на формирование профессиональных умений.

Ключевые слова: идиоматические выражения, коммуникативный подход, профессиональный иностранный язык, вуз финансово-экономического профиля.

Yuzhakova Nina Evgenievna

senior lecturer at the Department of language training
of the Financial University under the government
of the Russian Federation
e-mail: _____

IDIOMATIC EXPRESSIONS TRAINING IN THE PROCESS OF TEACHING BUSINESS FOREIGN LANGUAGE

The article describes the ways of teaching idiomatic expressions in the course of professional English at Non-linguistic university. The author focuses her attention on the fact that educational process implies complex integrative system, which is directed at developing professional skills.

Keywords: idiomatic expressions, communicative approach, professional foreign language, university of financial and economic specialization.

В наше время роль иностранного языка значительно возросла и усилилась его значимость для выпускников вузов, поскольку многие студенты ставят перед собой задачу попасть в число работников крупной иностранной корпорации или пройти стажировку за рубежом, поскольку это повысит их шансы карьерного роста и позволит им развиваться до профессионалов высокого уровня и, соответственно,

быть востребованными на рынке труда. В связи с этим актуальной задачей для выпускников вузов является овладеть иностранным языком профессионального общения, хорошими знаниями профессиональной лексики и терминологии, а также сформировать коммуникативную компетенцию для того, чтобы быть способными выполнять профессионально-ориентированные задачи. Преподаватели также принимают во внимание задачи, которые для выпускников вуза являются первостепенными, и стараются осуществлять подбор лексических оборотов, тем, форматов делового письма с учетом этих приоритетов. Преподаватели Финуниверситета при Правительстве РФ помогают студентам повысить их навыки ведения деловой корреспонденции, поскольку данное умение является немаловажным условием, которое работодатели ставят перед своими подчиненными, и которое представляют большую значимость для выстраивания крепких деловых отношений с иностранными коллегами, что само по себе способствует успешной работе и процветанию компании, в которой работают или будут работать выпускники вузов.

Изучение идиоматических выражений в вузе финансово-экономического профиля происходит не изолированно от программы учебного заведения. Преподаватели не составляют отдельный курс, направленный на то, чтобы ознакомить студентов с большим количеством идиом, они постепенно вводят в предлагаемый студентам учебный материал ограниченное определенным минимумом количество идиом, это может быть 5–10 идиоматических словарных выражений. В первую очередь преподаватели стараются сосредоточить большое внимание на том, чтобы студент усвоил достаточный объем профессиональной лексики, потом постепенно начинают формулировать задания на формирование хороших навыков ведения общения на узко специализированные темы. При этом они добавляют небольшие тексты, содержащие несколько идиом, использующихся в деловой и профессиональной сфере, что может пополнить словарный запас студентов и заинтересовать их.

При составлении курса преподаватели взвешенно продумывают на основе чего следует отбирать учебный материал для семинаров и каким содержанием наполнить занятия по обучению иностранному

языку делового и профессионального общения. И поскольку под термином «образовательная технология» следует понимать, ссылаясь на доктора педагогических наук Ларису Петровну Тарнаеву «комплексную интегративную систему, включающую упорядоченное множество операций и действий, обеспечивающих педагогическое целеопределение, содержательные, информационно-предметные и процессуальные аспекты, направленные на усвоение знаний, приобретение профессиональных умений и формирование личностных качеств обучающихся», все методы, приемы и содержательные компоненты учебного процесса должны быть детально продуманы [1, 201].

Если обратиться к историографии данной проблемы и посмотреть, как зарубежные авторы освещали проблему отбора учебного материала и определения содержания английского языка для профессиональных целей, то можно выделить труды следующих исследователей: М. Ellis, С. Johnson [2 58]. Если обратиться к работам вышеназванных авторов, то можно заметить, что современная методика учитывает требования времени, а также положения *Общеввропейских Рекомендаций*, и при подготовке специалистов в разных областях преподаватели вузов ориентируются на соответствующие навыки и умения, компетенции.

Основной характеристикой делового английского языка является концентрация на таком обучении, при котором формируется способность быстро просмотреть информацию на иностранном языке, проанализировать ее и быть готовым сделать краткий ее обзор. Для людей, работающих в деловых кругах, очень важно умение понять и передать информацию. При этом уверенность и беглость речи, умения организовать и структурировать информацию, достаточная грамматическая компетенция, практические навыки чтения и письма обуславливают успех участника делового общения. В этом случае идиомы значительно помогают разнообразить речь участника коммуникативного действия, а также сделать ее более оживленной.

Если говорить о том, что изучение идиом в вузе финансово-экономического профиля проводится в рамках общего курса по обучению иностранному языку определенной специальности, это могут быть «Банки», «Финансы и кредит», «Менеджмент», то следует обратить

внимание на то, что для отработки представлен довольно широкий диапазон лексики.

Например, студенты могут получить задание, в котором они должны заменить синонимами, а также дать определения или объяснения словам, которые встречаются в тексте, охватывающем банковскую специфику, а именно: In a loan, the borrower initially receives or borrows an amount of money, called the principal, from the lender, and is obligated to pay back or repay an equal amount of money to the lender at a later time. Typically, the money is paid back in regular installments, or partial repayments; in an annuity, each installment is the same amount. The loan is generally provided at a cost, referred to as interest on the debt, which provides an incentive for the lender to engage in the loan.

Мы можем увидеть, что текст тренирует только профессиональную лексику. Но при этом преподаватель, проявляя определенную долю творческого порыва, может представить студентам зарисовку ситуации, подобную тем, которые встречаются в кейсовых заданиях, и сообщить студентам, что некая компания, которая начала проект, не справилась с планируемым объемом заказов и потерпела фиаско. И от студентов требуется найти оптимальные методы реорганизации деятельности и структуры данной компании, которые могут помочь ей остаться на плаву. В этом случае преподаватель может представить такие идиомы, как “get off the ground” (начать проект, оторваться от земли), “to touch base” (обсудить ход работ, прикоснуться к базе), “pull the plug” (закрыть неудачный проект), “bite the bullet” (собрать волю в кулак), “bitter pill to swallow” (неприятное известие), “to cash in on smth” (наживаться, извлекать капитал из чего-либо), “crunch time” (кризисная ситуация), “to put a stake in the ground” (заложить основание, сделать первый шаг), “to drum up business” (раскрутить бизнес, привлечь новых клиентов). Студенты в процессе обсуждения способов выхода компании из критической ситуации запоминают идиомы. Преподаватель также формулирует предложения, которые студенты должны перевести с учетом использования в них уже известных им идиом.

Эти устойчивые словосочетания интересны студентам и способствуют повышению их мотивации к отработке изучаемого материала.

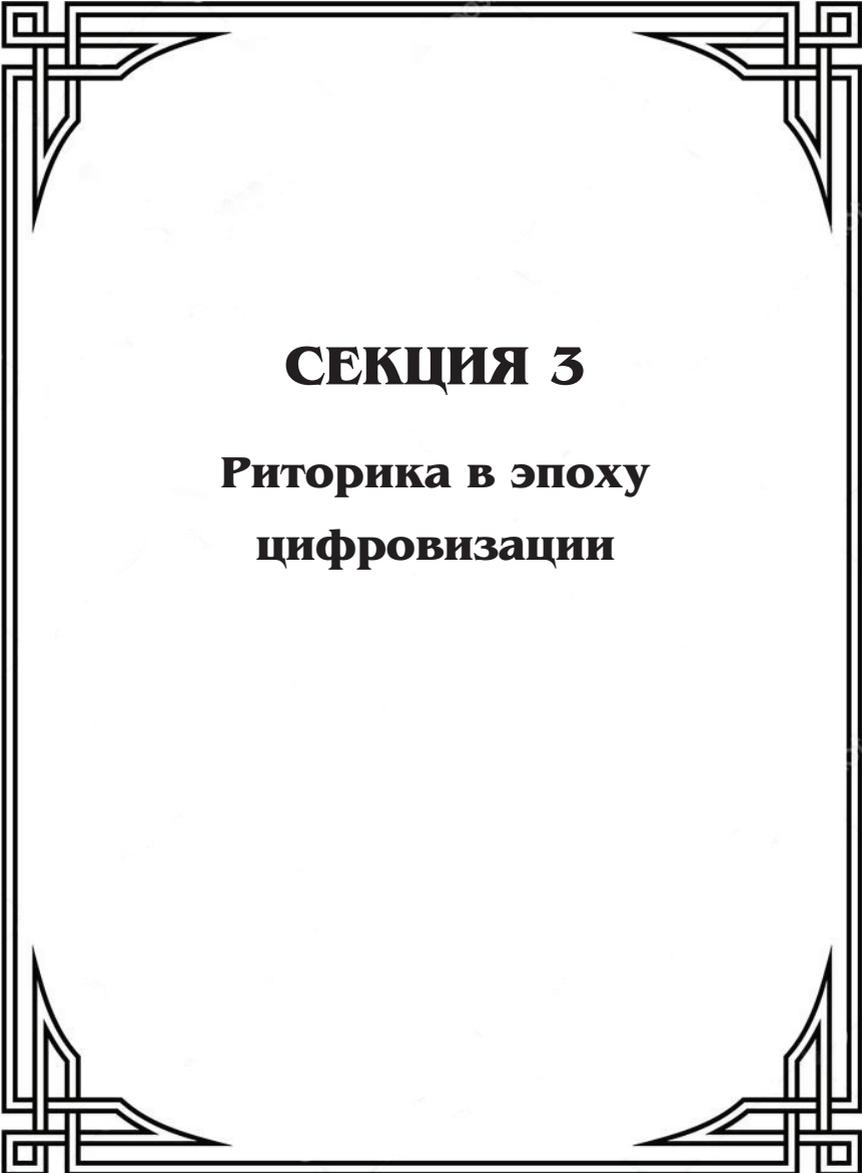
Обобщая все вышесказанное, следует отметить, что возрастающая конкуренция на рынке труда побуждает студентов, а также преподавателей осознавать необходимость хорошего уровня владения иностранным языком. Помимо этого, от выпускников вузов финансово-экономического профиля требуется знание делового этикета и умение оформлять деловую корреспонденцию. В ответ на эти требования времени, вузы финансово-экономического профиля выделяют дополнительные часы на изучения как профессионального, так и делового иностранного языка, при этом в своем стремлении повысить мотивацию студентов преподаватели стараются разнообразить материал, предусмотренный программой вуза, идиоматическими выражениями. Подобного рода выражения встречаются в кейсах и ролевых играх, что помогает студентам выстраивать разговор таким образом, чтобы он был более приближен к живой разговорной речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Тарнаева Л. П.* Теория дискурса и перевод в сфере делового общения / Сибирский педагогический журнал: Научно-практическое издание. – 2009. – № 1. – С. 198–204.
- Ellis M. and Johnson Ch.* Teaching Business English. – Oxford: Oxford University Press, 1994. – 237 p.

REFERENCES

- Tarnaeva L. P.* Theory of discourse and translation in the sphere of business communication / Siberian pedagogical journal: Scientific and practical publication. – 2009. – No. 1. – Yeah. 198–204.
- Ellis M. and Johnson C.* Teaching Business English. Oxford: Oxford University Press, 1994. – 237p.



СЕКЦИЯ 3

**Риторика в эпоху
цифровизации**

УДК 808.5

Абрашина Екатерина Николаевна

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры русского языка и методики преподавания
филологических дисциплин Института гуманитарных наук
Московского городского педагогического университета;
abrashinae@mail.ru

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА В СВЕТЕ ТЕНДЕНЦИЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Статья посвящена анализу изменений в самопрезентации будущих педагогов, вызванных влиянием цифрового образования. Особое внимание уделяется новым формам рассказа о себе как проявлению тенденций развития цифровой риторики.

Ключевые слова: цифровая культура; цифровая риторика; цифровое образование; самопрезентация.

Abrashina Ekaterina Nikolaevna

PhD of pedagogical Sciences, Associate professor;
Associate professor of the Russian Language and Methods of Teaching
Philological Disciplines Moscow City Teachers' Training University
abrashinae@mail.ru

SELF-PRESENTATION OF PEDAGOGICAL UNIVERSITY STUDENTS IN THE LIGHT OF DIGITALIZATION TRENDS

The article is devoted to the analysis of changes in the self-presentation of future teachers caused by the influence of digital education. Special attention is paid to the new forms of self-narrative as a manifestation of trends in the development of digital rhetoric.

Keywords: digital culture; digital rhetoric; digital education; self-presentation.

Мы живем в XXI веке, и первые его десятилетия характеризуются резкими изменениями в общественной жизни в связи с техническим прогрессом. С появлением Интернета, формированием виртуальной реальности возникли и цифровое образование, и цифровая культура, и цифровая риторика, которая определяется как созданная и распространяемая через мультимедиа форма общения, как искусство информирования, убеждения и побуждения к действию аудитории через

СМИ. Поколение, выросшее на литературной классике, часто с трудом воспринимает современную цифровую культуру. Современная культура не только ориентирована на грамотное использование современных информационных технологий (цифровая культура), – это культура публичности и самопрезентации. Если раньше мы были самыми читающими, теперь молодое поколение называют самым пишущим. При этом сегодня о человеке судят не по формальной грамотности, а по содержанию высказываний; от людей все больше требуется адекватная реакция и эффективные конкретные решения в нестандартных ситуациях.

Цифровое образование предполагает непрерывное личностное развитие, постоянное обновление знаний, навыков и компетенций, освоение новых технологий, сетевую компетентность, формирование новых навыков – эмоциональный интеллект, когнитивную гибкость (способность оперировать разнородными и даже противоречивыми идеями).

Современную риторику отличает нацеленность на сокращение дистанции между адресантом и адресатом. Используя мультимодальность – сочетание письменного текста, изображения, видео- или аудио-, цифровая риторика способствует созданию технологической культуры общения. В ней востребованы конкретные, стандартные формулировки, четкие, сжатые фразы, требующие конкретного ответа, поскольку дополнительные объяснения, проявление эмоций и этикетные формулы («пожалуйста», «будьте добры», «не понял, повторите» и др.) – например, в ситуации разговора с телефонным роботом – не оказывают воздействия на адресата.

Однако с новыми технологиями неизбежно появляются и новые проблемы. С одной стороны, клиповое мышление нового поколения при одновременном усвоении информации из нескольких источников образует поверхностное понимание при недостаточном проявлении эмоций, что может привести к деформации, деградации мыслительной деятельности. При этом теряются навыки социализации и живого общения [Климова 2019]. С другой стороны, как отмечает О. Б. Сиротина, «привычка не думать, а только эмоционально реагировать, в том числе даже не словами, а разного рода интернет-знаками очень

вредит эффективности словесной коммуникации» [Сиротинина 2019, с. 179].

Такие тенденции речевой деятельности представителей нового поколения эпохи цифровизации очень наглядно демонстрируются, на наш взгляд, в том, как обучающиеся представляют себя в публичной речи. Имея длительный опыт работы в педагогическом вузе, мы считаем, что в настоящее время самопрезентация студентов – будущих учителей – существенно отличается от того, как представляли себя студенты еще пять лет назад. Раньше, как правило, они проявляли творческий подход, предлагали нестандартные решения: задание «рассказать о себе так, чтобы запомниться» воспринималось с интересом, с творческим азартом, – теперь подобное задание нередко ставит студентов в тупик, вызывает у них растерянность. Креативное, оригинальное самопредставление они пытаются заменить формальным, схематичным рассказом о себе – автобиографией (по И. А. Стернину).

В основе свободного рассказа о себе также могут лежать некоторые пункты автобиографии (например, место рождения, сведения о родителях, увлечения и т. д.), но кроме этого «ваш свободный рассказ о себе преследует цель сформировать у собеседников благоприятное представление о вас. Свободный рассказ о себе – это ваша реклама самого себя», – отмечает И. А. Стернин [Стернин 2008, с. 183].

Еще в 2016 году мы отмечали, что основная тенденция в подходе студентов к самопредставлению заключалась в отказе от схематичного изложения фактов биографии. Если они и выбирали «простой» способ рассказа о себе, то это выражалось в толковании собственного имени, гороскопов и др. [Абрашина 2016].

Сегодняшние студенты вместо саморекламы пытаются использовать видеопрезентацию с личными фотографиями («это мои родители», «это я в детском саду», «первый раз в первый класс» и т. п.), таким образом демонстрируют технологическую культуру общения со стандартными, сжатыми формулировками, где не требуются ни объяснения, ни эмоции. Столкнувшись с таким пониманием самопредставления, мы заранее исключаем возможность показа презентации при выполнении данного задания.

Другой вариант формального подхода к рассказу о себе – повествование о том, «почему я здесь оказался», то есть история о поступлении в вуз (видимо, в представлении студентов-второкурсников наиболее яркое событие их жизни априори самое необычное и запоминающееся для всех).

Как ни парадоксально, схематизм проявляется и в излишне эмоциональном подходе к самопрезентации. Мы видим в этом отражение привычки не думать, а только эмоционально реагировать, о которой писала О. Б. Сиротинина. Многие студенты намеренно рассказывают о событиях своей жизни в стиле «я бедный-несчастный», с целью вызвать сочувствие, жалость, апеллируя к чувствам аудитории. Подобное самопредставление мы услышали впервые пять лет назад, это был единичный случай; сегодня до 15 % студентов выбирают такой вариант рассказа о себе. Вероятно, это стремление заменить интересный, необычный, самостоятельно изобретенный вариант изложения давлением на эмоции слушателей также объясняется деформацией мыслительной деятельности многих представителей молодого поколения.

Влияние цифровой риторики – распространяемой через СМИ формы информирования и убеждения аудитории – сказывается в стремительно популяризируемом в молодежной среде самопредставлении в жанре стендапа. Многие студенты воспринимают стендап как ведущий жанр современной риторики, соответственно стараются ему подражать, ставя главной задачей развлечение аудитории как способ воздействия на нее независимо от специфики конкретного публичного выступления.

Подобная эмоциональная «самоподача» выступающего применяется для сокращения дистанции между ним и слушателями, для формирования у слушателей / зрителей определенного впечатления о нем, прежде всего впечатления общности взглядов, интересов оратора и аудитории. Языковые способы формирования такого впечатления разнообразны: это и тяготение речи к разговорным (и жаргонным) формам и оборотам, и употребление местоимения «мы» в значении «мы совместное» (*мы с вами, вместе мы* и др.), и глаголы в форме

1-го лица мн. числа, обозначающие в речи совместное действие (*подумаем, решим, скажем, проясним* и др.), и использование рекламных приемов формулировки основных положений, и излишне эмоциональная, экспрессивная оценка адресантом тех или иных фактов и событий. Об этих и других приемах диалогизации студенты узнают на лекциях по риторике, но основным способом формирования умений в данном случае является подражание авторам – «звездам» стендапа.

Исходя из особенностей речевого поведения современных студентов, в свете требований цифрового образования мы скорректировали критерии оценки самопредставления следующим образом:

- умение держаться перед публикой (приветливость, доброжелательность, искренность);
- простота языка, разговорность стиля;
- эмоциональность;
- оригинальность идей;
- использование юмора (в самопрезентации должна быть самоирония);
- краткость;
- конкретность (например, *не люблю музыку, а что именно слушаю (играю) и почему* и пр.).

Хотя «для ратора главное – нахождение оригинальной идеи и своеобразного поворота мысли, индивидуальность словоизобретения, предложение нового стиля» [Аннушкин 2011, с. 25], мы вынуждены оценивать публичные выступления студентов в соответствии с теми компетенциями, которые формируются современной системой образования.

Мы убеждены в том, что подготовка обучающихся к самопредставлению – неотъемлемая часть вузовской риторической школы. Знания в сфере коммуникации необходимы современным студентам. Применение цифровых технологий и цифровой риторики при переработке и передаче информации отнюдь не отменяет риторических правил, но должно дополнять и совершенствовать формы живого общения, приспособлявая их к новой реальной жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Абрашина Е. Н.* Владение способами самопрезентации как проявление высокого уровня риторической компетентности студента педагогического вуза // Текст, контекст, интертекст: сборник научных статей по материалам Международной научной конференции «XIV Виноградовские чтения» (г. Москва, 16–17 октября 2015 г.) Т. 1: Русский язык. М.: МГПУ, 2016. С. 6–13.
- Аннушкин В. И.* Риторика Экспресс-курс: учеб. пособие. 3-е изд., стереотип. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. 224 с.
- Климова Г. Л.* Особенности изменения риторики, культуры общения и поведения в эпоху цифровых технологий // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сб. статей XXII Международной научной конференции (30 января – 1 февраля 2019 г.) / Отв. ред. В. И. Аннушкин. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2019. С. 124–129.
- Сиротинина О. Б.* Нужна ли современной России риторика? // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сб. статей XXII Международной научной конференции (30 января – 1 февраля 2019 г.) / Отв. ред. В. И. Аннушкин. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2019. С. 177–180.
- Стернин И. А.* Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 5-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 272 с.

REFERENCES

- Abrashina E. N.* Vladenie sposobami samoprezentacii kak projavlenie vysokogo urovnja ritoricheskoj kompetentnosti studenta pedagogicheskogo vuza // Tekst, kontekst, intertekst: sbornik nauchnyh statej po materialam Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii «XIV Vinogradovskie chtenija» (g. Moskva, 16–17 oktjabrja 2015 g.) T. 1: Russkij jazyk. M.: MGPU, 2016. S. 6–13.
- Annushkin V. I.* Ritorika Jekspress-kurs: ucheb. posobie. 3-e izd., stereotip. M.: FLINTA: Nauka, 2011. 224 s.
- Klimova G. L.* Osobennosti izmenenija ritoriki, kul'tury obshhenija i povedenija v jepohu cifrovyh tehnologij // Mediaritorika i sovremennaja kul'tura obshhenija: nauka – praktika – obuchenie: sb. statej XXII Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii (30 janvarja – 1 fevralja 2019 g.) / Otv. red. V. I. Annushkin. M.: Gosudarstvennyj institut russkogo jazyka im. A. S. Pushkina, 2019. S. 124–129.

Sirotinina O. B. Nuzhna li sovremennoj Rossii ritorika? // Mediaritorika i sovremennaja kul'tura obshhenija: nauka – praktika – obuchenie: sb. statej XXII Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii (30 janvarja – 1 fevralja 2019 g.) / Otv. red. V. I. Annushkin. M.: Gosudarstvennyj institut russkogo jazyka im. A. S. Pushkina, 2019. S. 177–180.

Sternin I. A. Prakticheskaja ritorika: ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij. 5-e izd., ster. M.: Izdatel'skij centr «Akademija», 2008. 272 s.

УДК 808.5:159.923

Баева Ольга Абрамовна

психолог, руководитель и преподаватель

Центра обучения риторике (г. Минск)

info@dialog91.by

РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ ОРАТОРА В ПРОЦЕССЕ ПРАКТИЧЕСКОГО КУРСА «ОСНОВЫ РИТОРИКИ»

Успешное овладение ораторским мастерством людьми интровертированного склада возможно при условии развития у них личностных качеств оратора и, прежде всего, коммуникативности. Для этого используются вербальные методики, психокинетические упражнения, голосовой тренинг, написание мировоззренческих эссе. Более 800 успешных выступлений выпускников перед незнакомой аудиторией, их отзывы о влиянии обучения на их ораторские способности и жизнь свидетельствуют об эффективности предложенной методики.

Ключевые слова: становление оратора, личностные качества оратора, коммуникативность, психофизические упражнения

Baeva Olga Abramovna

Head of the Centre; trainer, psychologist,

Centre for Studies of Rhetoric “Dialog” (Minsk)

info@dialog91.by

THE MAKING OF ORATOR: DEVELOPMENT OF SPEAKERS' PERSONAL QUALITIES FOR PUBLIC SPEAKING

One of the key factors for successful training in public speaking for introverted persons is to enhance personal qualities of the speaker. A crucial quality – communication skills – is being developed through verbal methods, psychokinetic exercises, voice training, existential essays. Over 800 program graduates successfully delivered speeches for an unfamiliar audience; their feedback on how the course has improved their public speaking abilities and their life demonstrates the effectiveness of this approach.

Keywords: Speakers' personal qualities; the making of an orator; communication skills; psycho-physical awareness.

Несмотря на стремительное развитие опосредованных форм общения, связанных с совершенствованием информационных технологий, потребность в обучении риторике ощущается особенно остро в наши дни. Сокращение живого словесного общения ведет к коммуникативной беспомощности, и от этого страдают не только менеджеры и юристы, но и специалисты, чья деятельность не связана с общением: инженеры, экономисты, специалисты сферы ИТ. Эти профессии, как правило, привлекают людей, по своей природе не склонных к общению и публичности. Но хороших специалистов в этих областях со временем делают руководителями. И тут им очень не хватает навыков общения.

Все эти и многие другие причины делают востребованными курсы обучения ораторскому искусству взрослых людей. Риторика выходит из стен университетов и становится необходимой всем.

Необходимость решения обозначенной выше проблемы встала перед автором ещё в 1991 году, когда обучаться ораторскому искусству в Центр делового общения г. Минска пришли люди, которые отмалчивались даже в компании знакомых, а им было в то время остро необходимо найти свою нишу на рынке труда, что требовало развитых коммуникативных способностей. Обучение ораторскому мастерству необщительных, замкнутых, избегающих социальных контактов и публичных выступлений людей потребовало существенного изменения традиционной программы.

Помимо этой непростой психолого-педагогической задачи – обучения публичным выступлениям лиц интровертированного склада личности – параллельно решалась и другая проблема: как выстроить качественное и действенное обучение с долговременным эффектом для работающих людей, далёких от гуманитарной сферы деятельности. Предлагаемая статья представляет собой изложение апробированной системы работы по освоению взрослыми людьми коммуникативных умений и навыков в рамках практического курса.

В содержательном плане методика строится на развитии личностных качеств оратора, среди которых важнейшим является коммуникативность.

Практический курс «Основы риторики» является первой ступенью в овладении искусством речевого общения в Центре обучения

риторике г. Минска. Курсы второй ступени – «Ораторское искусство – риторика для профессионалов» и «Искусство убеждать», программа каждого из которых составляет 65 учебных часов. Курс «Ораторское искусство – риторика для профессионалов» базируется на изучении теоретических основ ораторского искусства и их практическом применении в ходе усвоения специальных тем учебного характера. В финале курса выпускники, в основном преподаватели авторских курсов и аспиранты, выступают с учебными лекциями.

Создание специальной методики обучения людей интровертированного склада началось с первой же группы 1991 года, когда выяснилось, что будущие ораторы: инженер, бухгалтер, аспирантка-математик, военнослужащий и другие – испытывают большие трудности даже при выполнении простых учебных заданий, требующих устного выражения мыслей. Как известно, в движении и жестах легче выразить свои эмоции, проявить себя. Пришлось предлагать двигательные упражнения, а также пантомимические этюды, в конце которых надо было сказать всего одну фразу. Постепенно стал создаваться телесно-ориентированный тренинг и интегративный подход к обучению. А главное, пришло понимание того, что овладение ораторской техникой должно идти одновременно с развитием личностных качеств оратора.

Овладение логической, психологической, этической и культурой речи оратора в рамках курса «Основы риторики» происходит в интерактивной форме в ходе постоянной практики выступлений. Занятия сопровождаются физическими упражнениями для раскрепощения тела, психокинетическими упражнениями и пластическими этюдами, преследующими несколько целей, в том числе развитие артистичности. На каждом занятии выполняются также упражнения для развития голоса, отработки дикции и выразительности речи, в основе которых лежит фонопедический метод развития голоса [Емельянов В.В. 2000].

Для развития речи предлагаются подготовленные и импровизационные выступления, выполнение письменных домашних работ. В систему домашних заданий, помимо риторических упражнений, входит написание эссе, темы которых соответствуют цели и задачам

обучения. Выступления с этими темами на занятии подготавливает участников к разработке темы итогового выступления. Требование к итоговым выступлениям курса первой ступени овладения ораторским искусством – они должны отражать личный опыт, наблюдения, размышления и переживания оратора. Использование литературных источников разрешается в минимальной степени, только как подтверждение или дополнение собственных мыслей. Примеры предлагаемых тем, предлагавшихся несколько лет назад: «Я Уникален», «Я и Мир». В последние годы под влиянием тематики и изучения на занятиях особенностей стиля выступления спикеров Международной конференции «TED», проходящей под эмблемой «Идеи, достойные распространения», участники занятий стали предлагать свои темы, вызванные желанием передать свой опыт, свои полезные обществу идеи. Примеры тем недавнего выпускного занятия: «Удивляйтесь – и вы станете творцом!», «Что мы знаем о других?», «Танец как жизнь – кто ведёт?»

Овладение ораторской техникой происходит на каждом занятии. Мы работаем и над состоянием спокойного присутствия на сцене, «золотой середины», что соответствует включению первого и третьего кругов внимания по системе Станиславского [Станиславский К. С. 2016]. Много внимания уделяется подготовке итогового выступления. Финальные выступления происходят перед незнакомой аудиторией численностью до сорока человек. Входит в традицию исполнение мини-спектакля или коллективное исполнение стихотворения в начале вечера.

Основные направления психологической работы.

В результате анализа связи личностных качеств оратора, вытекающих из его мировоззренческой позиции, с его общими и специальными способностями были определены следующие направления психологической работы в процессе обучения ораторскому мастерству:

- ◆ развитие уверенности в себе, положительного образа себя;
- ◆ развитие наблюдательности;
- ◆ формирование и развитие интереса к людям, к общению;
- ◆ развитие творческого мышления;

- ◆ развитие самостоятельности мышления;
- ◆ развитие речевых способностей;
- ◆ формирование и развитие потребности делиться своими мыслями и чувствами, влиять на людей.

Размер статьи позволяет остановиться лишь на трех направлениях.

1. Развитие уверенности в себе, положительного образа себя

Коммуникативные неудачи приводят к тому, что взрослые, образованные люди, хорошие профессионалы, испытывают неуверенность и затруднения при прохождении собеседований для устройства на работу, отказываются по этой причине от руководящих должностей, избегают контактов, к которым в душе стремятся, считая себя «недостойными». Вторая причина неуверенности в себе – крайний перфекционизм, мысленная критика ещё не произнесенных высказываний, а также всего произнесенного. Для преодоления этого недостатка используются и вербальные, и невербальные методики. Примеры заданий: нужно выбрать фотографию какого-либо дерева. Рассказать, что его питает, в чём его сила, что он дарит миру. Группа служит «зеркалом», которое позволяет выступающему понять, что он говорит о своих достоинствах. Выступление на тему: «Мой успех через преодоление». Рассказать о значимых событиях за неделю. Внимание группы и анализ сказанного убеждают участника в ценности рассказанного им.

Уверенность в себе развивают и голосовые упражнения, и упражнения для выразительного звучания голоса и развития артистичности. На каждом занятии проводятся также психокинетические упражнения и пластические этюды. Авторские психокинетические упражнения являются разработкой телесно-ориентированного подхода применительно к развитию важнейшего личностного качества оратора – коммуникативности, которая представляет собой совокупность коммуникативных свойств и коммуникативных навыков личности.

К коммуникативным свойствам относится коммуникабельность (доброжелательность, стремление к общению, получение удовольствия от общения), готовность к сопереживанию, потребность в социальном

взаимодействии, организаторские и перцептивные способности, эмоциональная привлекательность, способность к рефлексии. Коммуникативные навыки включают наблюдательность, выразительную речь, владение мимикой и жестом, умение управлять своим поведением, эмоциональную устойчивость, способность выражать свои эмоции и управлять ими, способность к взаимодействию.

Предлагаемые упражнения и пластические этюды направлены не только развитие уверенности в себе и создание своего положительного образа. Они также способствуют развитию наблюдательности и внимания, умения взаимодействовать с партнерами; развитию умения управлять аудиторией, развитию воображения и фантазии, способности к импровизации и творческому поведению

Выполнение упражнений возможно лишь в атмосфере открытости, доверия, доброжелательности. Положительному эмоциональному состоянию участников тренинга придается особое значение. Ему способствует музыка, сопровождающая исполнение всех упражнений, игровой характер заданий и стиля общения преподавателя. В положительном эмоциональном состоянии индивида заложены источники дополнительной жизненной энергии, повышающие его активность, побуждающие к проявлению творчества; оно способствует формированию личности.

В результате выполнения психокинетических упражнений и пластических этюдов участники переживают эмоциональные состояния, свойственные оратору, в игровой форме овладевают ораторской техникой. Пример – пластический этюд «Птица учит птенцов летать», который является метафорой управления оратором аудиторией. Упражнения дарят ощущение свободы и внутренней силы, уверенности в себе, развивают лидерские качества.

О действенности этих упражнений свидетельствуют отзывы выпускников, полученные в течение ряда лет.

«Главным для меня оказался факт связи физического и эмоционального состояния. Физическая активность позволяет выбраться из мыслей и взглянуть на ситуацию по-другому. Внимание переключается на выполнение упражнений, а значит, позволяет вырваться из круга «самозакапывания в стресс» (А. Панасюк, программист, 2019).

«Упражнения улучшают общее состояние организма, поднимают настроение, отвлекают от посторонних мыслей, настраивают на рабочий лад. Буду использовать» (А. Сидоров, менеджер, 2019).

«Гимнастика оптимизма» очень действенна, хотя на занятиях она казалась чем-то вроде развлечения. Я опробовала ее в стрессовой ситуации (перед финальным выступлением для большого количества людей): мне помогли восстановиться данные упражнения. А больше всего мне понравилось упражнение «Выход Короля и Королевы» (Н. Казачихина, аспирантка, 2007).

«Во-первых, после занятий чувствуешь себя намного лучше, раскованней, уверенной. Во-вторых, я уже не боюсь аудитории и могу выступать. Спасибо за это! Мне всё очень на занятиях понравилось: и упражнения на постановку голоса, и упражнения на дыхание, и упражнения на развитие пластики. Сейчас я выступаю без особых затруднений и испытываю радость от общения с аудиторией» (И. Гурина, 1995).

2. Развитие наблюдательности и восприимчивости

На каждом занятии по риторике слушатели рассказывают о своих последних впечатлениях. Условие такое: это должно быть значимым как для выступающего, так и для аудитории, интересно всем. Участники занятий делятся тем, что их удивило, показалось необычным, вызвало сильные эмоциональные переживания, делятся своими интеллектуальными открытиями. Поначалу участникам курсов кажется, что им не о чем рассказывать. Но постепенно развивается привычка осмысливать события, стремление выразить свои переживания, появляется любовь к размышлениям, умение почувствовать, какие личные впечатления будут значимы аудитории. Помогает этому ведение дневника оратора. Группа доброжелательно и заинтересованно выслушивает каждого. Возникает атмосфера доверительности и открытости, и люди говорят свободно, как в детстве, не боясь оценки и критики.

Для развития наблюдательности и восприимчивости, красочности речи, умения передать свои впечатления так, чтобы вся аудитория включилась в описываемые события, используется следующая психолого-педагогическая цепочка.

Прежде всего, студенты знакомятся с понятиями модальностей восприятия и приоритетных каналов восприятия. Для усвоения этой информации и понимания её значимости для полноценного, объёмного описания предлагается проанализировать тестовый текст, в котором нужно отметить предикаты трёх модальностей. Домашнее задание – сделать разметку любого художественного текста. Затем участники выполняют задание «Стоп – мгновение». Затем участники выполняют задание на описание одного и того же события или явления в визуальной, аудиальной и кинестетической модальностях. Так, после изучения темы «Художественные средства языка» им предлагается рассказать о каком-то событии, не разделяя модальностей. Рассказ получается живым, образным, вызывает эмоциональное сопереживание. «Осенняя ранняя темнота. Балкон 15-го этажа. Высота. Бескрайний светящийся город. Уже привычное легкое волнение. Наблюдаю, будто великан, случайно попавший не в свой мир. О, высота, любимая мною с детства, где, если прислушаться, льется нескончаемый городской шум, подобно завораживающему водопаду! Желтые огоньки в маленьких коробочках не спеша гаснут, оставляя ночь скучать наедине с бесконечными белыми точками на темнеющем небе. Прохладный ветерок шепчет, что уже осень, но золотые лучики фонариков, будто согревают и создают домашний уют.

Начинает холодать. Пора уходить, возвращаться в реальность. Прощаясь с высотой, чувствуешь себя птицей, порхающей выше города, и которой стать, к сожалению, никогда не суждено» (Евгений Качан, 2015).

Как правило, интересным, образным получается и риторическое описание предмета – следующее задание в этой цепочке. Эти задания помогают сделать ярким риторическое повествование – основу популярного сторителлинга.

3. Развитие коммуникативных качеств и интереса к людям

Формирование коммуникативных навыков начинается с первого же занятия. Участникам предлагается обратить внимание на особенности различных лиц, представленных на фотографиях. Знакомимся с тезаурусом черт лица. Это необходимо как для развития наблюда-

тельности, так и для описания особенностей конкретного лица. Домашнее задание направлено на развитие наблюдательности и интереса к другому человеку: нужно описать особенность лица какого-либо незнакомца, соблюдая при этом технику сканирующего, незаметного наблюдения. Нахождение этой особенности – творческая задача. Приветствуются сравнения и ассоциации. Следующий шаг – заговорить с незнакомым человеком, проявляя зоркость в общении [Кан-Калик В. В. 1989]. Потом участники курса получают задание на знакомство в диалоге с целью последующего представления коллеги по курсу. В результате студенты убеждаются в том, что каждый человек необыкновенно интересен, стоит только им проявить к нему интерес, вызвать на разговор. Они получают задание на завязывание знакомства с заинтересовавшим их в каком-то отношении человеком, проявляя зоркость в общении и соблюдая правила этики. Преподаватель обращает внимание на то, что способы установления контакта с незнакомцем основаны на психологических законах восприятия человека человеком [Бодалёв А.А. 1982] и аналогичны некоторым вариантам зачинов к выступлению. Так, студенты приходят к пониманию того, что между общением с одним человеком и общением с группой нет принципиальной разницы. Следующее звено в этой психолого-педагогической цепочке – изучение речевого портрета различных ораторов, что помогает, во-первых, адекватно оценить собственный речевой портрет и осознанно работать над его улучшением, а во-вторых вызывает интерес к речевым портретам знакомых и незнакомых людей, подражанию лучшим ораторам. После выполнения домашнего задания «Речевой портрет знакомого», слушатели получают задание «Рассказ о человеке, которым я восхищаюсь». Непременное условие – описание внешности и звучания голоса такого человека и, конечно, его характера поведения, поступков. Заключение рассказа – вывод о том, почему этот человек восхищает рассказчика, значимость его деяний для слушателей.

Более сложное задание – эссе на тему «Люди в моей жизни». Оно заставляет осознать свои отношения с людьми, их значимость в своей жизни, своё место в мире людей.

Выпускники отмечают появление новых личностных качеств – уверенности в себе, интереса к людям, коммуникативности:

- ◆ чувствуешь оптимистичный настрой и уверенность в себе;
- ◆ меняется отношение к себе, людям, работе, жизни;
- ◆ я открылась, вышла из зоны комфорта, общаюсь с разными людьми на разные темы;
- ◆ улучшаются отношения с окружающими, с деловыми партнёрами;
- ◆ научился смотреть на мир глазами другого человека. Занятия помогли учиться слышать других людей, ловить главные идеи и мысли, формировать и выражать свои;
- ◆ с удовольствием делишься мнением, впечатлениями, рассуждениями;
- ◆ появляется вкус к выступлениям на публике.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Почти тридцатилетний опыт обучения основам риторики по данной методике в группах Центра и в организациях убеждает в её эффективности. Атмосфера доверительности и дружеского участия группы позволяет неразговорчивым людям от занятия к занятию всё охотнее делиться своими впечатлениями, доверять группе свои мысли переживания, что ранее казалось им невозможным. Первые выступления перед аудиторией начинаются в полукруге из членов группы, а на выпускном занятии наши выпускники с небольшим волнением, а многие и с удовольствием, успешно выступают перед незнакомой аудиторией численностью до сорока человек. Выступления длятся от 12 до 18 минут.

Выпускники отмечают появление новых умений и навыков (из анкет):

- я заметил то, как важно оценивать ситуацию: время, место, состояние при взаимодействии с собеседником. Важно не только, что ты говоришь, но и как ты это говоришь, слушаешь и слышишь ли ты собеседника;
- я преодолела страхи и получила новый интересный опыт;

- ☑ я научилась интересно и полезно доносить информацию до слушателя.
- ☑ во время подготовки текста выступления я держу в голове типы восприятия мира. Это помогает мне сделать описание доступным для большего количества слушателей. Важно помнить и уделять внимание каждому типу личности.
- ☑ в итоговом выступлении мне удалось взаимодействовать с аудиторией, я словно вел диалог с собеседником. Выступление было эмоциональным, структурированным и подчиненным цели.

На итоговом занятии был виден прогресс: лучший контакт с аудиторией, уверенная стойка, улучшил контроль эмоций, лучше поставлен голос. Мне стало проще говорить с незнакомыми людьми, начинать и поддерживать беседу с уже знакомыми и в целом стал увереннее себя чувствовать.

Об эффективности психологического подхода к обучению свидетельствуют также такие отзывы:

Курс дал мне гораздо больше, чем я ожидала. Я стала более внимательной к окружающему миру, и это делает мои будни красочными и эмоциональными. Я пришла научиться выступать, а научилась по-другому видеть жизнь. И выступления мои улучшились. Раньше аудитория казалась мне безликой группой. Сейчас я поняла, что если рассматривать группу как людей с общими интересами, то общение становится гораздо проще. На этой неделе у меня было два тренинга. И я получила много положительных отзывов. Хотя обычно их не было вообще. Считаю, это успех! (Т. Полякова, старший менеджер, 2017).

Я доволен результатом, атмосферой и профессиональным подходом преподавателя. Выступления на каждом занятии тренируют, придают уверенности и входят в привычку. Свой прогресс вижу в том, что я стал больше работать с аудиторией, чем раньше. По-другому строю выступление. Другой подход дает больше уверенности в выступлении. И сам я изменился. Стал более внимателен к собеседникам. Стал более раскован в общении с коллегами и знакомыми людьми (В. Крестелёв, начальник отдела продаж строительной техники, 2018).

Всё до единого: методы, подходы, задания, формы были идеально подобраны и использованы. В каждом фрагменте я видела смысл и необходимость в плане грамотного построения обучения, не говоря уже про вызванный интерес. После каждого занятия я ощущала, что сделала еще один шаг на пути собственного роста и развития, еще на одну ступеньку стала лучше. И это такая невероятная и главная ценность курса!!! Знания, атмосфера, и движение вперед (О. Коваленко, маркетолог, 2017).

Цитирую самые последние отзывы после выпускного занятия 4 декабря 2019 года. Бизнесмен, управляющий-волонтер школой Рамунас Бункевичус выступил с темой «Как влияет слово на нашу жизнь»: «Самое ценное в курсе – возвращение Уверенности. Дорисовывание в каждом из нас лучших сторон, лучшей версии нас. Вера Учителя в меня». Проект-менеджер Екатерина Вечерская, подготовившая выступление «Как перестать обижаться», закончила Анкету выпускника так: «...я очень благодарна Ольге Абрамовне за то, что она уделяла столько времени каждому из нас, корректируя нас и направляя, а главное, раскрывая каждого из нас как личность». При этом участники занятий проявляли именно ораторские качества: желание поделиться своими мыслями и чувствами, уверенность в себе, искренность, эмоциональную устойчивость. Их выступления на выпускном занятии, ещё не совершенные по форме, произвели впечатление на слушателей, заставили о многом задуматься, и, по дальнейшим признаниям некоторых, измениться к лучшему.

Можно сказать, что выпускники курса «Основы риторики» справляются с главной риторической задачей – благотворным влиянием своим словом на слушателей.

Таким образом, интегративный подход в обучении основам риторики взрослых людей с акцентом на развитие личностных качеств оратора дает положительные результаты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Айдинова Л. В. Психологические условия развития ораторских способностей у студентов социально-гуманитарных специальностей: дис. ... канд. психол. наук. Ставрополь, 2007. URL: <https://www.dissercat.com/content/>

- psikhologicheskije-usloviya-razvitiya-oratorskikh-sposobnostei-u-studentov-sotsialno-gumanita/read (дата обращения 13.12.2019).
- Баева О. А.* Психофизический тренинг педагогического общения // ТехноОБРАЗ 2001: Технологии непрерывного образования и творческого саморазвития личности: Материалы III международной научной конференции (Гродно, 15 – 16 мая 2001 года): в 3 ч./ отв. ред. проф. В. П. Тарантей. Гродно: ГрГУ имени Янки Купалы, 2001. Ч. 2. С. 77– 80.
- Баева О. А.* Психокинетический тренинг коммуникативности // Седьмая волна психологии: сборник статей / под ред. В. В. Козлова, Н. А. Качановой. Ярославль; Минск: МАПН; ЯрГУ, 2006. Вып. 1. URL: <http://zikozlov.eu/collection/7wave/1-2006> (дата обращения 13.12.2019).
- Баева О. А.* Ораторское искусство и деловое общение: учеб. пособие. 5-е изд. М.: Новое знание, 2005. 368 с.
- Бодалёв А. А.* Восприятие и понимание человека человеком. М.: Изд-во МГУ, 1982. 272 с.
- Бодалёв А. А.* Личность и общение. М.: Педагогика, 1983. 200 с.
- Введенская Л. А., Павлова Л. Г.* Культура и искусство речи. Современная риторика. Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. 576 с.
- Введенская Л. А., Павлова Л. Г.* Деловая риторика. Ростов-на-Дону: Март, 2000. 512 с.
- Гвазава В. И.* Коммуникативная компетентность специалистов сервиса // Записки горного института. Санкт Петербург, 2011. Т. 193. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-kompetentnost-spetsialista-servisa/viewer> (дата обращения 13.12. 2019).
- Далецкий Ч. Б.* Практикум по риторике. М.: Издательский центр АЗ, 1995. 207 с.
- Емельянов В. В.* Развитие голоса. Координация и тренинг. СПб.: Лань, 2000. 189 с.
- Кан-Калик В. А.* Грамматика общения. Грозный: Чечен. кн. изд-во, 1989. 68 с.
- Кудреватых И. П.* Риторика: учебно-методический комплекс. Минск: БГПУ, 2014. URL: <http://elib.bspu.by/handle/doc/2320> (дата обращения 10.12.2019).
- Леммерман Х.* Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями / пер. с нем. С. Т. Бугло. М.: АО «Интерэксперт», 1998. 254 с.
- Леонтьев А. А.* Психологический портрет лектора. М.: Знание, 1979. 46 с.
- Михайличенко Н. А.* Риторика. М.: Новая школа, 1994. 95 с.
- Михальская А. К.* Основы риторики. М.: Просвещение, 1996. 410 с.
- Михальская А. К.* Русский Сократ. М.: Академия, 1996. 188 с.
- Об ораторском искусстве: сборник / сост. А. В. Толмачев. Изд. 4-е, перераб. и доп. М.: Политиздат, 1973. 368 с.

- Овчинникова О. С.* Развитие профессиональной коммуникативной компетентности будущих учителей иностранного языка: автореф. дис...канд. пед. наук. Челябинск, 2010. URL: <https://www.dissercat.com/content/razvitie-professionalnoi-kommunikativnoi-kompetentnosti-budushchikh-uchitelei-inostrannogo-y/read>. (дата обращения 13.12. 2019).
- Основы психокоррекционной работы с обучающимися с ОВЗ: учеб. пособ. для вузов / Л. М. Крыжановская [и др.]. Москва: Владос, 2018. 375 с.
- Станиславский К. С.* Работа актёра над собой в творческом процессе переживания. Дневник ученика. СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2016. 508 с.
- Стернин И. А.* Практическая риторика. М.: «Академия», 2003. 272 с.

REFERENCES

- Aidinova L. V.* Psikhologicheskie usloviya razvitiya oratorskikh sposobnostei u studentov sotsial'no-gumanitarnykh spetsial'nostei: dis. ... kand. psikhol. nauk. Stavropol', 2007. URL: <https://www.dissercat.com/content/psikhologicheskie-usloviya-razvitiya-oratorskikh-sposobnostei-u-studentov-sotsialno-gumanita/read> (дата обращения 13.12.2019).
- Baeva O. A.* Psikhofizicheskii trening pedagogicheskogo obshcheniya // TekhnoOBRAZ 2001: Tekhnologii nepreryvnogo obrazovaniya i tvorcheskogo samorazvitiya lichnosti: Materialy III mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii (Grodno, 15–16 maya 2001 goda): v 3 ch. / otv. red. prof. V. P. Tarantei. Grodno: GrGU imeni Yanki Kupaly, 2001. Ch. 2. S. 77–80.
- Baeva O. A.* Psikhokineticheskii trening kommunikativnosti // Sed'maya volna psikhologii: sbornik statei / pod red. V. V. Kozlova, N. A. Kachanovoi. Yaroslavl'; Minsk: MAPN; YarGU, 2006. Vyp. 1. URL: <http://zi-kozlov.eu/collection/7wave/1-2006> (дата обращения 13.12.2019).
- Baeva O. A.* Oratorskoe iskusstvo i delovoe obshchenie: ucheb. posobie. 5 izdanie. M.: Novoe znanie, 2005. 368 s.
- Bodalev A. A.* Vospriyatie i ponimanie cheloveka chelovekom. M.: Izd-vo MGU, 1982. 272 s.
- Bodalev A. A.* Lichnost' i obshchenie. M.: Pedagogika, 1983. 200 s.
- Vvedenskaya L. A., Pavlova L. G.* Kul'tura i iskusstvo rechi. Sovremennaya ritorika. Rostov-na-Donu: Feniks, 1998. 576 s.
- Vvedenskaya L. A., Pavlova L. G.* Delovaya ritorika. Rostov-na-Donu: Mar», 2000. 512 s.
- Gvazava V. I.* Kommunikativnaya kompetentnost' spetsialistov servisa // Zapiski gornogo instituta. Sankt Peterburg, 2011. T.193. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-kompetentnost-spetsialista-servisa/viewer> (дата обращения 13.12. 2019).

-
- Daletskii Ch. B.* Praktikum po ritorike. M.: Izdatel'skii tsentr AZ, 1995. 207 s.
- Emel'yanov V. V.* Razvitie golosa. Koordinatsiya i trening. SPb.: Lan', 2000. 189 s.
- Kan-Kalik V. A.* Grammatika obshcheniya. Groznyi: Chechen. kn. izd-vo, 1989. 68 s.
- Kudrevatykh I. P.* Ritorika: uchebno-metodicheskii kompleks. Minsk: BGPU. 2014.
URL: <http://elib.bspu.by/handle/doc/2320> (дата обращения 10.12.2019).
- Lemmerman X.* Uchebnik ritoriki. Trenirovka rechi s uprazhneniyami / per. s nem. S. T. Buglo. M.: AO «Interekspert», 1998. 254 s.
- Leont'ev A. A.* Psikhologicheskii portret lekтора. M.: Znanie, 1979. 46 s.
- Mikhailichenko N. A.* Ritorika. M.: Novaya shkola, 1994. 95 s.
- Mikhal'skaya A. K.* Osnovy ritoriki. M.: Prosveshchenie, 1996. 410 s.
- Mikhal'skaya A. K.* Russkii Sokrat. M.: Akademiya, 1996. 188 s.
- Ob oratorskom iskusstve: sbornik/ sost. A. V. Tolmachev. Izd. 4-e, pererab. i dop. M.: Politizdat, 1973. 368 s.
- Ovchinnikova O. S.* Razvitie professional'noi kommunikativnoi kompetentnosti budushchikh uchitelei inostrannogo yazyka: avtoref. dis.... kand. ped. nauk. Chelyabinsk, 2010. URL: <https://www.dissercat.com/content/razvitie-professionalnoi-kommunikativnoi-kompetentnosti-budushchikh-uchitelei-inostrannogo-y/read>. (дата обращения 13.12. 2019).
- Osnovy psikhokorreksionnoi raboty s obuchayushchimisya s OVZ: uchebnoe posobie dlya vuzov / L. M. Kryzhanovskaya [i dr.]. Moskva: Vlados, 2018. 375 s.
- Stanislavskii K. S.* Rabota aktera nad soboi v tvorcheskom protsesse perezhivaniya. Dnevnik uchenika. SPb.: Azbuka, Azbuka-Attikus, 2016. 508 s.
- Sternin I. A.* Prakticheskaya ritorika. M.: «Akademiya», 2003. 272 s.

УДК 81

Барминова Светлана Викторовна

старший преподаватель кафедры «Русский язык как иностранный»
Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ»
e-mail: frozen_ivy@mail.ru

ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС: ОСОБЕННОСТИ АДРЕСАЦИИ В ЭЛЕКТРОННОМ ДОКУМЕНТООБОРОТЕ

Статья посвящена деловой коммуникации в электронной среде и особенностям лингвистических средств и приемов коммуникации. Актуальность данной работы обусловлена необходимостью лингвистического изучения форм и приемов адресации в Интернет-дискурсе, в частности в деловой переписке по электронной почте. Целью написания данной работы является анализ форм обращений, способов адресации, выражения прощания в электронном деловом письме. Задачи данного исследования – проанализировать тексты делового документооборота и выявить основные средства достижения эффективной коммуникации.

Ключевые слова: дискурс; Интернет-дискурс; деловой документооборот; адресация; электронная коммуникация.

Barminova Svetlana Victorovna

Senior Tutor at the Department of Russian as a foreign language,
National Research Nuclear University MEPhI
e-mail: frozen_ivy@mail.ru

INTERNET DISCOURSE: PECULIARITIES OF ADDRESSING IN ELECTRONIC DOCUMENT CIRCULATION

The article is devoted to business communication in the electronic environment and the features of linguistic communication tools and techniques. The relevance of this work is due to the need for a linguistic study of the forms and methods of addressing in the Internet discourse, in particular in business correspondence by e-mail. The purpose of writing this work is to analyze the forms of appeals, addressing methods, expressions of farewell in an electronic business letter. The objectives of this study are to analyze the texts of business documents and identify the main means of achieving effective communication.

Keywords: discourse; Internet discourse; business workflow; addressing; electronic communication.

ВВЕДЕНИЕ

Последние два десятилетия в дополнение к бумажной среде активно развивается электронная среда, или электронный документооборот, который изменил и технологические принципы создания информации, и способы хранения и обработки информации. Коммуникация в пределах электронной среды развивается очень быстро, охватывает все новые отрасли, так как существенно сокращается время доставки сообщения, имеется возможность общаться в режиме реального времени. Это привело к тому, что в течение короткого промежутка времени началось формирование и самостоятельное развитие электронной коммуникации во всех средах и областях: деловой, научной, публичной, межличностной. Продолжающиеся технологические изменения не могут не влиять на лингвистические средства и приемы коммуникации.

Особенности адресации в электронном документообороте

Цифровое письмо представляет собой способ коммуникации, который позволяет послать деловое послание большому числу пользователей одновременно и довольно быстро получить ответ. Основное преимущество электронной почты заключается в моментальной гарантированной доставке адресату как текстовой, так и графической, звуковой и другой информации. Кроме того, важным плюсом электронной почты является то, что для отправки электронного делового письма не нужен посредник в лице обычной почты или службы курьерской доставки. Пересылка информации посредством электронного письма происходит в режиме реального времени, и если адресат временно отсутствует, письмо будет ожидать его в «почтовом ящике» столько, сколько потребуются, без потери качества информации. Поскольку доступ к такого рода услугам можно получить с любого компьютера, подключенного к Интернету, численность и состав коммуникантов не ограничены, а также не существует пространственно-временных ограничений.

Все сказанное выше существенно сокращает сферу использования «бумажной» переписки, «бумажного» документооборота, однако не может заменить его полностью. Документ, созданный на бумаге, имеет гораздо большее значение, он способен удостоверить определенные коммуникативные акты, решения, договоренности, возможно существование удостоверенных копий этого документа, переводов, иными словами, «бумажный» документ может иметь символическое значение, замещая сам коммуникативный акт. Именно поэтому информацию закрытого характера, итоговые решения и документы обязательно дублируются на бумаге, скрепляются подписями сторон, удостоверяются уполномоченными лицами.

Расширение среды существования делового электронного документооборота привело к созданию разнообразных сред для создания, обработки и хранения текстовых данных. Эти возможности связаны со способами подготовки текста, с возможностями его изменения в реальном масштабе времени, с использованием фактических данных, входящих в аргументационно-доказательные и иллюстративные разделы. Так, в последние годы все деловые документы создаются по определенному шаблону, нарушить который невозможно, так как адресант создает сообщение в определенной программе и должен выполнять определенные условия или принимать их, например, рисунок 1.

Пескова Надежда Юрьевна

От:	Ишигов Игорь Олегович
Отправлено:	28 сентября 2015 г. 10:07
Кому:	Пескова Надежда Юрьевна
Тема:	вопрос по ВПО-1

Рисунок 1. Пример шаблона заполнения документа

Открывая страницу создания письма, пишущему необходимо заполнить определенные реквизиты, отсутствие которых сделает отправку невозможной. Эти шаблоны постоянно совершенствуются и варьируются, так как внутри различных корпораций, использующих

деловой документооборот ведется постоянная работа над увеличением его эффективности. Прежде всего, это касается «внутренней переписки», то есть взаимодействия сотрудников внутри одного учреждения, однако определенные изменения во внутрикорпоративной коммуникации не могут не оказывать влияния на способы, приемы общения с другими субъектами деловой среды.

Цифровая среда позволяет постепенно совершенствовать текст, подвергать его редактуре и правке в реальном времени. Это приводит к двойственным результатам: с одной стороны, тексты становятся максимально точными, выверенными и безупречными с точки зрения стиля деловой коммуникации, с другой, нередко тексты являются фрагментарными, так как определенные части в нем были созданы разными коммуникантами, что приводит к затруднению восприятия текста.

Большое значение имеет возможность отсылки в электронном документе на предыдущие тексты, стимулировавшие создание данного, или тексты, которые могут выступать в роли аргумента решения. Приведем следующий пример, рисунок 2 (стр. 926). Перед нами довольно сложный текст, который трудно понять человеку, не знакомому с документооборотом. Перед нами письмо абитуриента, которое рассматривается на определенных ступенях и пересылается от одного уполномоченного лица к другому, пока, наконец, не доходит до адресата. Каждая ступень рассмотрения отражена в тексте, факт отсылки его на уровень «ниже» много говорит об иерархии принятия решений в данной корпорации, факт отсылки для рассмотрения от «верхнего к нижнему» рассматривается как поручение. Таким образом, формируется определенный гипертекст, который отражает систему работы, систему принятия решений.

Реализация электронной документной технологии может влиять на содержание текстовых компонентов. На это указывают попытки регламентировать документооборот с помощью ГОСТов. Введение новых стандартов и унификаторов изменит не только документные технологии, но и лингвистические составляющие документной работы. Изменение и параллельное существование различных сред всегда приводит к развитию метаязыка, обслуживающего разные среды

общения. Появляются новые лексические и фразеологические единицы, которые отражают перемещение документной деятельности, складываются в определенную систему. Кроме специальных символов, используемых в деловой переписке, возможности самой среды провоцируют появление знаковых средств, соответствующих этим возможностям. Из межличностной коммуникации в определенные виды деловых писем (внутренний документооборот) могут проникать смайлики, наклейки, гифки, видео.

Таким образом, в электронном документообороте можно отметить две важные тенденции развития. С одной стороны, на его развитие

FW: Письмо ректору - перевод иностранного студента из ЛГПУ

Пескова Надежда Юрьевна

Отправитель этого сообщения запросил уведомление о прочтении. Щелкните здесь, чтобы опровергнуть уведомление.

Отправлено: 26 февраля 2016 г. 14:44

Кому: Петухова Ольга Николаевна; Лихачева Ольга Валериевна

-----Original Message-----

From: Романов Николай Николаевич On Behalf Of Письма ректору

Sent: Monday, February 15, 2016 12:31 PM

To: Дмитриев Николай Михайлович; Пескова Надежда Юрьевна; Чугунова Ольга Геннадьевна; Конюхов Игорь Юрьевич

Cc: Стриханов Михаил Николаевич

Subject: FW: Письмо ректору - перевод иностранного студента из ЛГПУ

Приветствую!

С уважением,

Романов Николай Николаевич

Начальник управления информатизации НИЯУ МИФИ Тел. (495) 788-56-99 доб. 92-95

-----Original Message-----

From: noreply@mephi.ru [mailto:noreply@mephi.ru]

Sent: Monday, February 15, 2016 12:17 PM

To: Письма ректору

Subject: Письмо ректору с сайта www.mephi.ru

Из раздела "Письмо ректору" на официальном сайте НИЯУ МИФИ отправлено сообщение со следующим текстом (орфография и пунктуация автора сохранены):

*****Начало сообщения*****

Здравствуйте!

Меня зовут Биндику Лионел Рэй , я из республики Конго, я на 4 курсе бакалавр (прикладная математика и информатика) в Липецком государственным педагогическом университете , я хотел бы узнать если у вас иностранный студент имеет ли право поступить на бюджет в магистратуре.

С уважением.

*****Конец сообщения*****

Автор сообщения оставил контактный

адрес электронной почты:

raulinnelzardah@mail.fr

Рисунок 2. Пример отсылки в электронном документе

не могут не влиять современные средства межличностной коммуникации в смс, социальных сетях и мессенджерах, где эмоциональный фон часто преобладает над информативным, отсюда такое важное значение уделяется графическим и видеообъектам. С другой стороны, стилиобразующие тенденции к точности, краткости и стандартизации изложения привели к тому, что уже в 2003 году в состав текста стандартом ГОСТ Р 6.30-2003 введен реквизит – идентификатор электронной копии. В своем знаковом воплощении этот реквизит предполагает использование не только буквенно-цифровых символов, но и любых других знаков, которые могут использоваться для именованя файла [Кушнерук 2012].

Выбор языковых средств в деловой электронной коммуникации является довольно сложной задачей, что хорошо проявляется при осуществлении традиционных речевых операций.

Электронное деловое письмо объединяет достоинства различных средств общения, распространенных в сфере бизнеса: позволяет избежать так называемую «телефонную петлю» – общение с секретарями, помощниками, задействует мультимедийный канал связи, подразумевает меньшее социальное вмешательство. Оно и обладает рядом лингвистических средств эффективного общения, наиболее характерными из них являются те, которые выявляются на жанровом уровне [Корнеева 2016].

Интересную точку зрения относительно архитектоники делового письма представляет В. В. Радченко. К вербальным особенностям объекта исследования лингвист относит основополагающие принципы «чёрного» пространства (самого текста письма), выполняющего основную информационную функцию. Невербальное «белое» пространство, так называемая периферия делового письма, контрастирует с «чёрным», выделяет его и выполняет функцию своеобразной разрядки напряжения в процессе восприятия текста, а также более лёгкого его усвоения и отбора интересующей информации адресатом. Оба пространства создают единое содержательное и оформительное целое. Другими словами, «черное» выполняет основную функцию общения и сообщения, а «белое» – функцию воздействия [Радченко 2005].

В переписке по электронной почте используется специальная система средств отсылки к фрагментам текста того письма, на которое пишущий отвечает. Вообще говоря, разработчики системы электронной почты предусмотрели такую потребность: отвечающий может вставить в свое письмо помеченный фрагмент чужого текста.

Сближение электронной документации с разговорной речью, с обычной перепиской граждан в различных электронных коммуникативных средствах выражается и в средствах адресации. Формулярная часть, которая на бланке письма выражается в реквизитах организаций, в именовании адресата по должности и, не всегда, по имени, в электронном письме упрощается в указании имен: кто пишет кому, рисунок 1.

Обращение в начале письма также упрощается: вместо клишированного «уважаемый (-ая)», доминирует обращение по имени-отчеству. Соотношение различных обращений такого: всего было проанализировано 60 деловых писем электронного документооборота, в них зафиксированы следующие формы обращения: 1. имя-отчество – 41, 2. обращение отсутствует – 8, 3. наряду с именем используется «уважаемый» – 4, 4. нетрадиционные формы обращения – 7 (например, «Здравствуйте, Ольга Валериевна!», «Галина Васильевна, день добрый», «Приветствую!», «Анна Иннокентьевна, дорогая!»). Наглядно эти обращения можно представить в виде диаграммы 1 (рисунок 3).

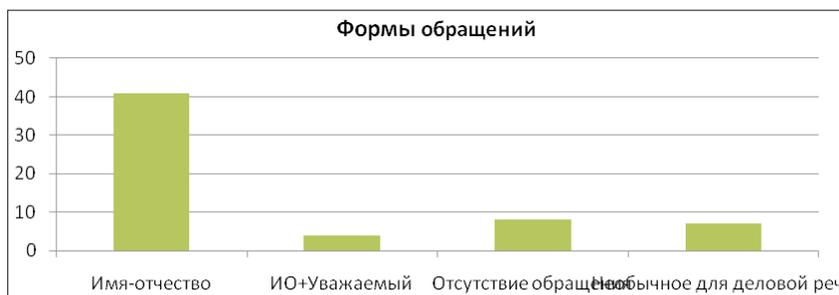


Рисунок 3. Диаграмма форм обращений

Форма адресации в начальной части письма выражается довольно однообразно – перформатив «просить» – «просим рассмотреть /

помочь/ оказать содействие», форма глагола в повелительном наклонении: «помогите нам, пожалуйста», «окажите содействие». Намного реже формы адресации отсутствуют или используются традиционные для «бумажного» документооборота личные местоимения – «информируем Вас о том». Статистические данные таковы:

1. Использование перформатива «прошу / просим» – 43;
2. Использование личных местоимений – 2;
3. Отсутствие форм адресации – 12;
4. Необычные формулы обращения – 3.

Наглядно это можно представить в виде диаграммы 2 (рисунок 4).

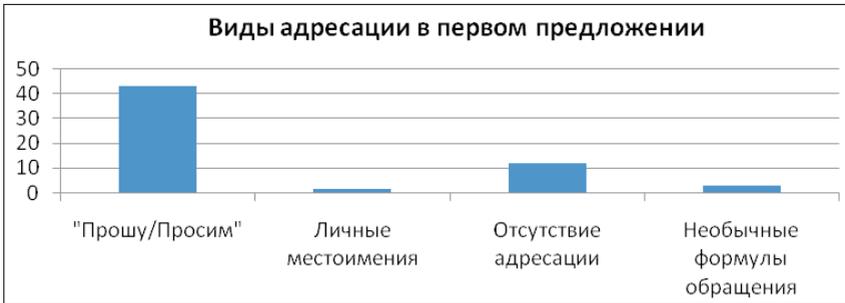


Рисунок 4. Диаграмма видов адресации в начальной части письма

Другие способы адресации по тексту письма не зафиксированы, за исключением 2 случаев, когда после изложения определенных фактов в письме формулируется вопрос к адресату и это эксплицируется и графически (начало абзаца, использование срочных букв), и лексически: «ВОПРОС», «В СВЯЗИ С ЭТИМ».

Обращают на себя внимание формулы прощания как косвенный прием адресации: они все без исключения стандартны: «С уважением...», далее следует указание должности, фамилия-имя-отчество автора. Этому есть вполне понятное объяснение: подпись – элемент формуляра, которая вставляется в текст автоматически.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в ходе исследования мы установили, что электронное деловое письмо предлагает различные средства достижения поставленной цели эффективной коммуникации. Во-первых, оно гораздо ближе к разговорной речи, хотя и сохраняет черты клишированности, стандартности или жесткой регламентированности (строго заданную последовательность тематических блоков всего письма и собственно текста сообщения, использование устойчивых словосочетаний, клише, стандартных моделей построения предложений, тематическое ограничение лексики и др.).

Во-вторых, анализ практического материала также подтвердил, что при всей жесткости модели рассматриваемого речевого жанра электронное деловое письмо допускает варьирование некоторых параметров, которое обуславливается влиянием электронной коммуникации в целом и особенностями разговорной речи. Например, включение элементов разговорного стиля, изменения в статусно-ролевом общении, его «демократизация», и др. Жанровые нормы делового письма и в электронном документообороте образуют определенный каркас, рамку, которая облегчает отправителю формулировку сообщения, а их гибкость предоставляет свободу в выборе языковых средств, позволяя решать разнообразные задачи в пределах одного жанра.

Отмеченное нами стремление рассматриваемого речевого жанра к сфере первичного (бытового) общения, также упрощает процесс составления сообщения. Благодаря тому, что жанровые нормы допускают сближение переписки с непосредственным диалогом.

Выбирая электронное деловое письмо в качестве коммуникативного средства, отправитель получает четкий ориентир, который он всегда может адаптировать для своих нужд благодаря жанровым инструментам. Они также позволяют сохранить баланс между качеством и временными затратами. Другими словами, лингвистическая сущность электронного делового письма способствует все возрастающей популярности электронной почты как средства общения в сфере деловой коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арутюнова Н. Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М. : Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
- Кубрякова Е. С.* О понятии дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: сборник обзоров. М. : ИНИОН РАН, 2000. С. 7–25.
- Корнеева М. Г.* Лингвистические составляющие жанра электронного делового письма (на материале английского языка) : дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 224 с.
- Кушнерук С. П.* Документная лингвистика : учеб. пособие [для студентов высш. и сред. спец. заведений] . 5-е изд. М. : Флинта ; Наука, 2012. 253 с.
- Лазарева Э. А.* Интернет-текст и Интернет-дискурс // Текст в коммуникативном пространстве современной России: монография. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2011. С. 265–273.
- Радченко В. В.* Архитектоника делового письма: Сопоставительный анализ английской, немецкой и русской деловой корреспонденции : дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2005. 202 с.

REFERNCES

- Arutjunova N. D.* Diskurs // Lingvisticheski jenciklopedicheski slovar' / gl. red. V. N. Jarceva. M. : Sovetskaja jenciklopedija, 1990. S. 136–137.
- Kubrjakova E. S.* O ponjatii diskursa i diskursivnogo analiza v sovremennoj lingvistike: obzor // Diskurs, rech', rechevaja dejatel'nost'. Funkcional'nye i strukturnye aspekty: sbornik obzorov. M. : INION RAN, 2000. S. 7–25.
- Korneeva M. G.* Lingvisticheskie sostavljajushhie zhanra jelektronnogo delovogo pis'ma (na materiale anglijskogo jazyka) : dis. ... kand. filol. nauk. M., 2016. 224 s.
- Kushneruk S. P.* Dokumentnaja lingvistika : uceb. posobie [dlja studentov vyssh. i sred. spec. zavedenij] . 5-e izd. M. : Flinta ; Nauka, 2012. 253 s.
- Lazareva Je. A.* Internet-tekst i Internet-diskurs // Tekst v kommunikativnom prostranstve sovremennoj Rossii: monografija. Barnaul: Izd-vo Alt. un-ta, 2011. S. 265–273.
- Radchenko V. V.* Arhitektonika delovogo pis'ma: Sopostavitel'nyj analiz anglijskoj, nemeckoj i ruskoj delovoj korrespondencii : dis. ... kand. filol. nauk. Pjatigorsk, 2005. 202 s.

УДК 371.32

Воронина Анна Игоревна

студент Московского государственного лингвистического университета
e-mail: Anna.igorevna.voronina@gmail.com

Красноженова Г. Ф.

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой международного бизнеса и гостиничного дела
Московского государственного лингвистического университета

РИТОРИЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена вопросу владения преподавателями иностранного языка риторической компетентностью для эффективной организации учебного процесса.

Ключевые слова: педагогическая риторика, коммуникативная компетентность, риторическая компетентность, межъязыковая интерференция.

Voronina Anna Igorevna

Student, Moscow State Linguistic University
e-mail: Anna.igorevna.voronina@gmail.com

Krasnozhenova G. F.

Academic advisor: Doctor of Sociological Sciences, professor,
head of the Department of international business and hotel industry,
Moscow State Linguistic University

THE RHETORICAL COMPETENCIES OF A FOREIGN LANGUAGE TEACHER

The article is devoted to the issue of rhetorical competences of foreign language teachers that contribute to the effective organization of the educational process.

Keywords: pedagogical rhetoric, communicative competence, rhetorical competence, interlingual interference.

Изучение иностранного языка является неотъемлемой частью образовательного процесса. Перед преподавателем стоит множество профессиональных задач, важнейшими из которых являются развитие коммуникативных навыков, углубление и систематизация знаний о иностранном языке, расширение кругозора и лексического словарного запаса обучающихся.

Преподавателю необходимо сформировать у обучающихся позитивное восприятие мира и толерантное отношение к ценностям других культур. [ФГОС среднего общего образования]. В связи с многообразием требований, предъявляемых к преподавателю иностранного языка, в современной системе образования в значительной степени высока потребность в квалифицированных преподавателях, которые обладают необходимыми профессиональными компетентностями. Владения только теоретическими основами преподаваемого предмета бывает зачастую недостаточно для эффективной организации учебного процесса, поэтому в данной статье особое внимание будет уделено риторической компетентности преподавателя иностранного языка.

В учебном пособии по педагогической риторике Н. В. Иосилев считает, что педагогическая риторика сочетает в себе теорию эффективной речевой коммуникации в сфере педагогического общения и практику ее оптимизации. Педагогику он воспринимает, как сферу «повышенной речевой ответственности», в которой важность речевого поведения преподавателя трудно переоценить. [Иосилев, 2013]. К речи преподавателя предъявляются особые профессиональные требования, ведь педагог несет ответственность не только за содержание своей речи, но и за методы ее проявления. Правильно поставленная речь является важнейшим элементом педагогического мастерства.

Для продуктивной работы преподавателю необходимо освоить методы построения оптимальных стратегий педагогического воздействия. Это возможно, только в том случае, если преподаватель сосредоточен на формировании его собственных коммуникативных качеств.

Согласно определению, данному Е. А. Быстровой: «Коммуникативная компетентность – это способность и реальная готовность к общению адекватно целям, сферам и ситуациям общения, готовность к речевому взаимодействию и взаимопониманию». [Быстрова, 2004]. Коммуникативная компетентность преподавателя обозначает его способность использовать языковые знания и речевые умения в соответствии с целями и условиями общения. Особенно важна коммуникативная компетентность в деятельности преподавателя иностранного языка.

Согласно федеральному государственному образовательному стандарту по направлению подготовки «Лингвистика» для эффективного построения учебного процесса будущий преподаватель иностранного языка должен владеть средствами и методами профессиональной деятельности педагога: «уметь свободно выражать свои мысли, используя разнообразные языковые средства с целью выделения релевантной информации», «владеть основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания». [ФГОС ВО 45.03.02 Лингвистика].

В рамках коммуникативной компетентности можно выделить риторическую компетентность, которая предполагает наличие у преподавателя единства риторических знаний и профессионально значимых умений и навыков, его готовность и способность осуществлять педагогическую деятельность. [Тукмачёва, 2005]

Для преподавателя иностранного языка владение риторической компетенцией особенно значимо. Во время образовательного процесса преподаватель осуществляет межъязыковую и межкультурную коммуникацию на двух языках. Для этого ему необходимо обладать высоким уровнем знания родного и иностранного языка, владеть культурой общения и уметь применять опыт речевой деятельности в педагогической сфере общения.

При изучении иностранного языка у обучающихся присутствует ряд трудностей, препятствующих усвоению необходимой теоретической базы. В ходе межъязыковой интерференции у обучающихся происходит влияние норм родного языка на изучаемый. В связи с этим преподавателю необходимо мобилизовать у изучающих иностранный язык все компоненты жизненного опыта (умения, знания, навыки) для эффективного взаимодействия в процессе обучения иностранному языку.

По мнению Т. А. Ладыженской и А. К. Михальской характерными чертами объяснительной речи преподавателя является доступность и простота изложения. Преподаватель, владеющий риторической компетентностью, способен применять риторические приемы педагогической интерпретации, комбинировать их элементы для более

успешного объяснения материала. Объяснительная речь требует от преподавателя выбора специфических приемов и средств, таких как аналогия, сравнение, интонация и др. [Педагогическое речеведение, 1998].

В рамках образовательного процесса сопровождение объяснения теоретического материала наглядными пособиями способствует системному структурированию полученной информации в сознании обучающегося. Построение аналогий и сравнений, базирующихся на личном опыте обучающихся, также образует наглядность и является неотъемлемой частью объяснительной речи педагога. Качество обучения напрямую зависит от правильного применения преподавателем наглядных пособий для сопровождения своей речи (применение раздаточного материала, просмотр видео на иностранном языке, аудирование). Данный метод помогает обучающимся осваивать язык более осмысленно и с большим интересом, снижает утомление и облегчает процесс обучения. [Жарова, Сусарина, 2013].

Не менее важным аспектом объяснительной речи является интонирование. Управление тембром и высотой голоса, изменение интонационной модели, расстановка логических пауз значительно облегчают усвоение материала.

Рассмотрим пример возможного диалога в классе на уроке английского языка:

Teacher: Do you know any other phrases / that you can say
to sort of make a conclusion / when you're speaking //

Students: Finally / eventually / ...

Teacher: – (↑) Finally // maybe /if you kind of making a
series of points / first / second / third for (↓) finally // So /
may-e-e-e-by / but it may and may not be a conclusion //
(↑) Eventually / did somebody say eventually?

Students: – Yes //

Teacher: That / would sort of be / after some time / So I kind
of did this / I did that and /// (↑) Eventually (in a loud
voice) / I got to school / but it took a long time // [Баранцева,
Упоров, 2019].

В данном примере с помощью нисходящей и восходящей интонации, длительности пауз и увеличении громкости голоса преподаватель выделяет слово «finally» и «eventually» для концентрации внимания обучающихся на центральных объектах объяснения.

Следует особое внимание уделить повторам в речи преподавателя, так как им присущи некоторые риторические функции, берущие начало с ораторской речи времен Аристотеля и Платона. Повтор в объяснительной речи преподавателя активизирует краткосрочную память, глубже закрепляет основную мысль в различных формулировках, помогает воспринимать новую мысль. [Супрунова, 2015]

В заключении необходимо отметить, что студенты и школьники внимательно относятся к личности преподавателя и его риторической культуре. Аудитория активно реагирует на внешний облик оратора, тонко чувствует его характер, нрав, и манеру общения. Риторическая компетентность – это совокупность таких качеств личности педагога, как естественность поведения, контакт с аудиторией, борьба со снижением концентрации внимания обучающихся, адаптивное риторическое поведение.

Обучающиеся высоко ценят красноречие преподавателя, его умение наглядно и образно преподнести материал. Риторическая компетентность преподавателя обеспечивает сотрудничество и взаимодействие с обучающимися, увеличивает интерес аудитории к изучаемому предмету и упрощает освоение новой информации. Изучающие иностранный язык, чьи преподаватели мастерски владеют риторическими компетенциями, показывают высокие результаты в освоении языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Приказ от «6» октября 2009 г. № 413 Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» (в ред. Приказа Минобрнауки России от 29.12.2014 № 1645).

Педагогическая риторика : учеб. пособие / Н. В. Иосилевич ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2013. – 112 с.

- Цели обучения русскому языку, или какую компетенцию мы формируем на уроках // Обучение русскому языку в школе [Текст]: учеб. пособие для студентов педагогических вузов / Е. А. Быстрова, – М.: Дрофа, 2004. – С. 20–39.
- Приказ от «7» августа 2014 г. № 940 Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Лингвистика»
- Тукмачева Л. В. Формирование риторической компетентности у студентов нефилологических факультетов педагогического вуза : диссертация ... кандидата педагогических наук : 13.00.01. – Коломна, 2005. – 226 с.
- Педагогическое речеведение: слов.-справ. – 2-е изд., испр. и доп. / под ред. Т. А. Ладьженской, А. К. Михальской; сост. А. А. Князьков. – М.: Флинта: Наука, 1998. – 312 с.
- Жарова А. М., Сусарина Т. В. Использование сравнительно-сопоставительного метода в преподавании английского языка в средней школе // Иностр. яз. в шк. – 2013. – № 2. – С. 75–80.
- Баранцева О. А., Упоров А. К. Риторические приемы доступного изложения материала на уроке английского языка // «Молодой учёный». № 25 (263), 2019 г. – С. 447–449.
- Супрунова Л. В. Теоретические проблемы изучения риторических средств в объяснительной речи преподавателя как речевом жанре / Л. В. Супрунова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2015. – Т. 12, № 2. – С. 50–53.

REFERENCES

- Order from «6» Oct 2009 № 413 of the Ministry of education and science of the Russian Federation «On approval and introduction of Federal state educational standard of secondary education» (in edition of Orders of Ministry of education of Russia from 29.12.2014 № 1645).
- Pedagogical rhetoric: studies. Handbook / N. V. Iosilevich; Vladim. state University. A. G. and N. G. Stoletov. – Vladimir : publishing house of VSU, 2013. – 112 p.
- Russian Russian language training goals, or what kind of competence we form in the classroom // Russian language Training in school [Text]: studies. Handbook for students of pedagogical universities / E. A. Bystrova, – М.: Дрофа, 2004. – Pp. 20–39.
- Order of August 7, 2014 No. 940 of the Ministry of education and science of the Russian Federation « on approval and introduction of the Federal state educational standard of higher education in the field of training 43.03.02 Linguistics».

- Tukmacheva L. V.* Formation of rhetorical competence in students of non-philological faculties of pedagogical higher education: dissertation ... candidate of pedagogical Sciences: 13.00.01. – Kolomna, 2005. – 226 p.
- Pedagogical speech: words.-on the right. – 2nd ed., ISPR. and DOP. / under the editorship of T. A. Ladyzhenskaya, A. K. Michalski; comp. A. A. Knyazkov. – Moscow: Flint: Nauka, 1998. – 312 p.
- Zharova M. A., Shusharina T. V.* The Use of comparative method in teaching English in the secondary school // Foreign. yaz. in shk. –2013. – No. 2. – Pp. 75–80.
- Barantseva O. A., Uporov A. K.* Rhetorical methods of accessible presentation of the material in the English language lesson // “Young scientist”. No. 25 (263), 2019. – Pp. 447–449.
- Suprunova L. V.* Theoretical problems of studying rhetorical means in the teacher’s explanatory speech as a speech genre / L. V. Suprunova // Bulletin of SUSU. Series “Linguistics”. – 2015. – Vol. 12, no. 2. – Pp. 50–53.

УДК 808

Гусаковский Анатолий Владиславович

старший педагог дополнительного образования кафедры русского языка
Юридического института Российского университета дружбы народов
metaPR@yandex.ru

РИТОРИКА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ПСИДИЗАЙН

Вселенная состоит из преданий, а не из атомов.

Мьюриел Ракизер

*Слова – самый сильный наркотик используемый
человечеством.*

Редьярд Киплинг

Статья посвящена актуальной проблеме риторического воздействия с использованием современных психотехник мифодизайна и псидизайна на основе конструктивной психологии. Это позволяет производить монтаж, демонтаж и перемонтаж восприятия с помощью информационного метаболизма. Последний тесно связан с различными нелинейными колебаниями «знака – содержания – значения – смысла – интерпретации». Именно этим определяется быстрая эволюция лингвовирусов как саморазвивающейся формы информации.

Ключевые слова. Риторическое воздействие. Риторическая личность. Псидизайн. Информационный метаболизм. Конструктивная психология. Символы трёхмерных изображений (3D).

Gussakovskiy Anatoly Vladislavovich

The senior teacher of additional education Russian language Department Law
Institute of the Peoples Friendship University of Russia
metaPR@yandex.ru

RHETORIC AS A SOCIAL PSYDESIGN

The article deals with the topical problem of oratorical impact by means of contemporary psychological techniques of myth design on the basis of the constructive psychology. It makes possible to mount, dismount and re-mount of perception by means of information metabolism. The latter is closely connected with various non-linear fluctuations of the unity “sign – content – meaning – sense – interpretation”. This phenomenon determines the rapid evolution of language viruses as self-developing form of information.

Keywords: Oratorical impact; oratorical personality; psychological design; information metabolism; constructive psychology; symbols of 3D-depictons.

ВВЕДЕНИЕ

Современный вектор развития общества направлен на всё большее *освобождение смыслов* от материальных аспектов, которые достигли пределов роста. Активному развитию этих материальных оков в прошлом веке послужили различные заимствования: «...мошенничество слов» иностранные слова, попадая в наш обиход, вещно конкретны, словесно нет, бедный объём понятия, заключённый в них, выдаётся за точность смысла [Колесов 1999].

Известно, что на Западе, так или иначе, во главе любой социальной программы стоит такой непреходящий «моральный» постулат как выгода, когда поведенческие (транзакционные) и аффективные (перцепционные) аспекты «потребительской» лояльности всегда существовали под «*терминами*» (*выгодно – невыгодно*) и (*нравится – не нравится*). При этом активно использует инструментарий пресловутого «двойного стандарта». Последний, является ничем иным как генетическим защитным кодообразующим элементом для народов особенно пострадавших в своей истории.

«Невидимые» средства воздействия

Современная экспертиза констатирует, что резко меняются направления развития цивилизации. Наступают другие отношения. Всё это приводит к появлению: 1. других ценностей, а, следовательно, и убеждений; 2. других значений и смыслов; 3. других интерпретаций. Эволюцию мира современные исследователи в целом описывают как постепенное превращение Хаоса (стихийные, неуправляемые силы) в Космос (проявленный мир или порядок) путём *энергоинформационного воздействия*. Последние обусловлены рамками актуального уровня развития сознания, а вернее самоосознания.

Все эти процессы накладывают свой отпечаток на такой вид человеческой деятельности как *языковая коммуникация и риторика*.

С одной стороны, классическая филология представляет собой непрерывную традицию самовоспроизведения, а с другой в XXI веке происходят значительные изменения в мировой научной парадигме: утверждается новый ряд идей и подходов, в том числе и к исследованию языка. Наиболее перспективные научные направления чаще

всего возникают в зоне соприкосновения различных областей знания. Современная наука, обратила свой линейный взгляд (причина и следствие) в *нелинейном (нелокальном) направлении*.

Доктор Дж. Б. Райн, руководитель лаборатории парапсихологии Дукского университета доказал, что человек имеет доступ к знаниям, фактам, идеям, которые не являются продуктом информации, накопленной им при жизни. Его выводы о том, что человек обладает «сверхчувствительным геном», названным им «Psi». Не подвергаются сомнениям со стороны учёных, серьёзно изучающих результаты его опытов. Сегодня можно говорить о квантовом подходе, который возникает из восприятия относительности убеждений, просит признать *действенность личности исходя только из его субъективного опыта*. По сути, квантовый подход утверждает, что вся реальность создается наблюдателем. Ещё одна трактовка – это так называемая теория о «тонких полях и энергиях», т. е. энергиях времени и пространства, которые не воспринимаются нашими 5 органами чувств. Информация (*иная формация*) имеет только одно назначение – она является самым жестким и самым «невидимым» *средством воздействия*. Информация, идущая от органов чувств, легко отождествлялась с самими органами чувств. Информация же поля (фон) не имела очевидного представительного органа, поэтому не могли быть поняты механизмы её возникновения и существования. Это пугало, и человек на информацию с поля предпочёл не обращать внимания. Ограниченное мировоззрение раздельности и линейно причинно-следственных связей приводит к тому, что мы в итоге перестаём себя переживать. [Грушецкий 1992]

Вряд ли найдётся много противников утверждения, что *основной задачей риторической деятельности является воздействие* не зависимо от целей этого воздействия. При этом, как правило, это манипуляционные цели: навязывание стереотипов, других убеждений, новых концепций, других представлений и т.п.

Так, например, в рамках когнитивной лингвистики активно используются «единицы ментального лексикона», возникающие в процессе построения информации об объектах и их свойствах. Причем эта информация может включать как сведения о реальном положении дел в мире, так и сведения о воображаемых (магических) мирах

(или мифах) и о возможном положении дел в этих мирах и сведения о том, что индивид знает, предполагает, думает, воображает об объектах мира. Концептуальные системы, складывающиеся в сознании людей и отражающие реальный мир, образуют некоторые концептуальные картины мира и обладают определенной долей общности для носителей одной и той же культуры, достаточной для обеспечения необходимого (хотя и не полного) взаимопонимания.

Именно «концептуальные мифы» составляют основу концептуальной картины мира. Не вызывает сомнения тот факт, что самые важные концепты кодируются именно в языке, живописи, кино, литературе и т. п.

Мифодизайн и Psидизайн

Центральные для человеческой психики концепты отражены в мифических и магических образах, художественных картинах, в грамматике языков. *Мифодизайн – построение мифологического контекста реальных или исторических описаний в текстах или наполнение сюжета риторического текста бессознательными фантазиями авторов – позволяет эффективно и мягко управлять бессознательными процессами аудитории.*

Мифологические мотивы как структурные элементы психики важная составляющая не только мифодизайна, но и psидизайна. Например, 3 в 1 или «умный, красивый и богатый» в одном лице, что в реальности бывает крайне редко. Или, например артепы (не путать с «архетипами») для девушек, «Золушка», «Алые паруса», «Барби», для юношей «Робин Гуд», «Штирлиц», «Гарри Потер» и т. д. и т. п.

Весь процесс это всего то: *монтаж / демонтаж / перемонтаж психики* (врага, конкурента, клиента и даже, при необходимости, партнёра и т.п.).

Поскольку основными структурными элементами в психике человека являются «страх жизни» и «страх смерти», здесь не случайно используется «кинематографическая» терминология, связанная с известной теорией о 25 кадре. Эта теория сегодня довольно успешно используется в публичных выступлениях.

Рсідизайн – это изучение риторической личности человека и масштабов его личной власти в конкретном времени и ситуации. Часть исследователей изучает общие аспекты: времени, ситуации, культуры и политической системы. Есть основания утверждать, что во времени и в пространстве изменяется, например, только форма политики (и личной, и государственной), а ее психологическая сущность остается константной. Рсідизайнеры занимаются конкретными проблемами. Лидерство, терроризм, конфликты, идеология, социализация, правоведение. Как один из способов организации области существует функциональная карта взаимоотношений между риторической личностью и аудиторией. Данная карта может быть использована для изучения личного, группового, национального, культурного, политического поведения аудитории.

«Концепт» и «Конструкт»

Одной из первых в мировой лингвистике, исследовавших концепты, была статья С. А. Аскольдова «Концепт и слово» (1928 г.). Автор особо подчёркивал, что наиболее существенной функцией концептов как познавательных средств является функция заместительства. «Концепт есть мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределённое множество предметов одного и того же рода [Аскольдов, 1997]. «Не следует, конечно, думать, что концепт есть всегда заместитель реальных предметов. Он может быть заместителем некоторых сторон предмета или реальных действий, как, например, концепт «справедливость» [...] «математические концепты» [Аскольдов, 1997]. Д.С. Лихачёв, продолживший расследования Аскольдова предложил считать концепт «алгебраическим» выражением значения [Лихачев 1999]., которым носители языка оперируют в устной и письменной речи, «ибо охватить значение во всей его сложности человек просто не успеваает, иногда не может, а иногда по своему интерпретирует его (в зависимости от своего образования, личного опыта, принадлежности к определённой среде, профессии и т. д.)» [Лихачев 1997].

Конструкт же не предполагает функции заместительства. Он очень конкретен. Сумма личностных (индивидуальных) конструктов и соз-

даёт концепт. Теория конструкторов Джорджа Келли [Kelly G. A. 1955] содержит целый ряд положений близких российской психологической традиции: 1. требование целостности и системности; 2. акцент на ведущей роли активности и практической деятельности в развитии личности; 3. стремление к реализации субъективного подхода и личностного принципа в научных и прикладных исследованиях.

Основное понятие в теории Келли – понятие конструктора. «Конструктор – это особое субъективное средство, созданное (*сконструированное*) самим человеком, проверенное (*валидизированное*) им на практике, помогающее ему воспринимать и понимать (*конструировать*) окружающую действительность, прогнозировать и оценивать события. В самом общем виде конструктор – это биполярный признак, альтернатива, противоположные отношения или способы поведения» [Ф. Франселла, Д. Баннистер 1987].

«Келли настойчиво подчёркивал биполярность конструкторов. Он считал, что, утверждая что-нибудь, мы всегда и отрицаем. Этим понятие «конструктор» отличается от понятия «концепт». Польза конструктора – именно в контрасте (ср. контрастивная лингвистика). Важно подчеркнуть, что *биполярность заключена именно в нём самом, а не в двух совокупностях элементов*, различающихся поданному конструктору. [Ф. Франселла, Д. Баннистер 1987]. Таким образом, элементы, которые в одном контексте были на одном полюсе, в другом контексте могут оказаться на противоположном.

«Конструктор – это не обязательно дискретная оппозиция. Как правило, это более или менее дробная шкала. Этим конструктор отличается от концепта. Концепт задаёт номинальную шкалу (класс, понятие), конструктор как минимум шкалу порядка, а фактически и шкалы более высоких уровней.

Понятие конструктора имеет ряд сходных черт с некоторыми понятиями современных лингвистических и психолингвистических теорий, такими как семантический признак, семантический компонент и т. п. Однако, понятие конструктора Келли гораздо глубже и несводимо только к языковым или производным от языковых образований. Это и *способ поведения*, и *канал движения*, и *форма отношения* (составные элементы культуры). Понятие конструктора отражает представления Келли о единстве и целостности человеческой психики. Послед-

нее позволяет исследовать конструкты посредством их проявления на уровне значений, но не сводит их к значениям.

Понятие конструкта сопоставимо с тем более глубоким пониманием смысловых признаков, которые существуют в современной психосемантике. [см. Шмелёв А. Г. 1983]. [Петренко В. Ф. 1983]. Одни и те же слова, *зрительные и слуховые* (включая музыкальные) *образы* могут вызывать у разных людей совершенно различные ассоциации, а поэтому использоваться для обозначения различных внешних впечатлений и внутренних настроений. Трансформация безжизненной информации в визуальные образы. Осознав это приходит понимание того, что каждое слово по сути изображение, нарисованное буквами. ***Ведь слова – просто символы трёхмерных изображений (3D).*** Визуальные образы и безграничное воображение. Известно, что даже люди использующие один и тот же национальный язык, объясняясь со своими соплеменниками, могут сталкиваться с такими же трудностями, которые возникают у них при общении с иностранцами. Многие слова чужой индивидуальной речи, образы, используемые другими людьми, остаются непонятными или не верно используются. Не владея «чужим» индивидуальным языком (другие личные смыслы и значения), человек может пропустить часть информации и при «переводе» или внести в «переводимый» текст, смысл, который отсутствовал в нём. Конструкт даёт возможность персонифицировать как риторическую личность, так и аудиторию.

Концепт	Конструкт
Пересечение существующих в коллективном сознании и проявляющихся в разнообразной языковой форме картины мира систем убеждений, ценностей, стереотипов, стандартов – правил (так называемых аксиологических концептов) и силы их влияний друг на друга.	В зависимости от своего образования, личного опыта, принадлежности к определённой среде, профессии и т. д. особое субъективное средство, созданное (<i>сконструированное</i>) самим человеком, проверенное (<i>валидизированное</i>) им на практике, помогающее ему воспринимать и понимать (<i>конструировать</i>) окружающую действительность, прогнозировать и оценивать события.

Информационный метаболизм

Пересечение систем убеждений, ценностей, стереотипов, стандартов и правил (т.н. аксиологических концептов) и силы их влияний друг на друга мы называем информационным метаболизмом. Другими словами, (у вас была своя «библиотека», а у меня была своя «библиотека»). Информационный метаболизм тесно связан с различными нелинейными колебаниями. (Нелинейные колебания Знака – Содержания – Значения – Смысла – Интерпретации). Именно этим определяется быстрая эволюция лингвовирусов как саморазвивающейся формы информации. Таким образом, можно сделать вывод о том, что информационный метаболизм имеет два аспекта: концепт и конструкт. В современном, быстроразвивающемся, мире можно предположить, что конструкт, в отличие от концепта – это то, что меняет (или интерпретирует) ранее имеющиеся представления, т. е. это элемент «монтажа», «демонтажа» и «перемонтажа» восприятия действительности.

Риторическая личность, аудитория и конструктивная психология

Коммуникативно-деятельностный подход, возникший из теории деятельности, представляет собой продолжение теоретического (объяснительного) аспекта (т. е. является теорией психологии). Изучение и работа в аудитории по своей сути, является компонентом *практической активности человека*. Для этих целей можно использовать и другие «четыре силы психологии» (А. Маслоу). Это могут быть «трансгуманистическая» (экзистенциальная) или «конструктивная» (эзотерическая), которые являются «представителями» *практической психологии*. В частности, конструктивная (эзотерическая) психология представляет собой преобразовательную, а не объяснительную дисциплину, акцент в которой делается не на развитие личности (теория деятельности), а, прежде всего, на развитие самоосознания. Именно конструктивная психология наиболее соответствует изучению риторической личности. Структуры языка и сознания и конструктивная психология строится на научно обоснованном утверждении о том, что психологические структуры сознания

формируются под влиянием географически и исторически обусловленных особенностей человеческого опыта, которые не предопределяются врожденными логическими структурами как предполагалось при традиционном объективистском подходе. Структуры языка и сознания формируются под влиянием географически и исторически обусловленных особенностей человеческого опыта, а не предопределяются врожденными логическими структурами, как предполагалось при традиционном объективистском подходе.

Таблица 1

**Корреляция конструктивной психологии
с другими структурами психологического знания
может служить неким ключом**

конструктивная психология	психология интегрального развития	психология оптимального функционирования	психология эффективного восстановления
неклассическая психология	трансперсональная психология	гуманистическая психология	психосинтез
классическая психология	психология личности	социальная психология	психофизиология
эмпирическая психология	эзотерическая психология	житейская психология	психиатрия
психические культуры	йога	каббала	даосизм

Так, например, даосы специализируются на *энергетических* рекреационных психотехнологиях, каббалисты – на информационных *кибернетических* психотехнологиях, йогины – на целостных *креативных* психотехнологиях. Конструктивная психология имеет три уровня, составляющие ее субординационную структуру. Это означает, что ниже лежащий уровень включается в выше положенный. Верхний уровень конструктивной психологии занимает психология интегрального развития, средний – психология оптимального функционирования, а нижний – психология эффективного восстановления.

Сравнительный психокультурологический анализ приводит нас к выводу, что уровню психологии *интегрального развития наиболее соответствует содержание арийской* психической культуры. Уровню психологии *оптимального функционирования наиболее соответствует содержание семитской* психической культуры. Уровню психологии *эффективного восстановления наиболее соответствует содержание китайской* психической культуры.

С конкретными психическими культурами наиболее целесообразно знакомиться по их высшим достижениям. Так, наиболее глубокое содержание арийской психической культуры зафиксировано в Йоге, а суть арийской психической культуры сформулирована в Бхагавадгите. Для этой психической культуры характерен культ свободы, и ее идеалом является *свободный* (творческий) человек.

Наиболее глубокое содержание семитской психической культуры зафиксировано в Каббале, а суть семитской психической культуры сформулирована в Евангелиях. Для этой психической культуры характерен культ необходимости, и ее идеалом является *правильный* (следующий Закону, благоразумный) человек.

Наиболее глубокое содержание китайской психической культуры зафиксировано в И-цзине, а суть китайской психической культуры сформулирована в Дао-дэ-цзине. Для этой психической культуры характерен культ случайности, и ее идеалом является *естественный* (следующий Природе, спонтанный) человек. [Вопросы саморазвития человека 1989].

Исходя из этих представлений можно сказать, что арийская психическая культура уделяла особое внимание *уровню личности*, семитская психическая культура – *уровню индивида*, а китайская психическая культура – *уровню организма*. Каждая конкретная психическая культура обладает набором трех структурных уровней конструктивной психологии, то есть решает проблемы интегрального развития, оптимального функционирования и эффективного восстановления человека.

Целесообразно применять эту информацию при подготовке к публичному выступлению, а также при изучении риторики иностранными студентами.

Исследования по лингвокультурологии свидетельствуют о том, что основными методами исследования являются тесная связь языка и культуры народа (том числе психическая культура), понимание развития языка как результата творческой деятельности человека. Риторическая личность, риторическая способность, риторическая компетенция, речевое поведение начинают оцениваться, прежде всего, как понятия, содержание которых формируется в синтезе данных философии психологии, социологии, лингвистики, истории и ряда других наук о человеке.

Индивидуум вынужден подменять собственные вкусы и суждения внешними, в том числе и социальными стандартами. Общество может также навязывать искаженные взгляды на человеческую природу: например, «что большинство человеческих инстинктов, по существу, греховны». Это одна из самых главных манипуляций. Они должны быть объектом управления и обуздания. Маслоу полагает, что это отрицательное отношение фрустрирует рост.

Рассматривать факты и факторы «социальной ответственности» следует через призму индивидуальности, где индивидуальное мы(слить) выступает как противостояние «объективному» миру и возможно лишь для индивидов, наделенных силой, умом, разумом, жизненной агрессией в хорошем смысле этого слова.

Рсідизайн (квантовое самоосознание) может устойчиво изменить то, как мы относимся к нашим хроническим шаблонам (стереотипам) поведения или изучения. Вместе с тем, современная научная парадигма иногда считает, что часто язык становится барьером к постижению истины, так как существует путаница между вспышками невыразимой словами интуиции и произвольно выученным каркасом, который называется языком.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аскольдов С. А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. Под ред. проф. В. П. Нерознака. М.: Academia, 1997. С.269.

Вопросы саморазвития человека. К.: 1989. Вып. 1. С. 147–149.

Грушецкий В. И. Небо – о Земле. М.: изд. «Сфера» 1992. С. 39–40.

- Колесов В. В.* Жизнь происходит от слова. СПб.: 1999. С. 153.
- Лихачев Д. С.* Концептосфера русского языка // Известия РАН. Серия литературы и языка. Т. 52. 1993. № С. 1. 3–9.
- Лихачев Д. С.* Смех как мировоззрение // Лихачев Д. С. Историческая поэтика русской литературы. СПб.: «Алтейя», 1997. С. 281.
- Франселла Ф., Баннистер Д.* Новый метод исследования личности. М.: «Прогресс» 1987. С. 16.
- Шмелёв А. Г.* Введение в экспериментальную психосемантику. – М.: МГУ 1983.
- Петренко В. Ф.* Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. – М.: МГУ, 1983. С. 17–18.
- Kelly G. A.* The psychology of personal constructs. – N. Y.: Norton & company, 1955, v. 1: A theory of personality. P. 556.

REFERENCES

- Askold S. A.* Concept and word // Russian literature. From the theory of literature to the structure of the text. Anthology. Under the editorship of Professor V. P. Neroznak. Moscow: Academia, 1997. P. 269.
- Questions of human self-development. K., 1989. Vol., 1, Pp. 147–149.
- Grushetsky V. I.* Heaven is about Earth. Moscow: ed. “Sphere” in 1992. Pp. 39–40.
- Kolesov V. V.* Life comes from the word. SPb.: 1999. P. 153.
- Likhachev D. S.* Conceptosphere of the Russian language. Izvestiya RAS. Literature and language series. T. 52. 1993. No. C. 1. 3–9.
- Likhachev D. S.* Laughter as a worldview. Historical poetics of Russian literature. SPb.: “Althea”, 1997. P. 281.
- Fransella F., Bannister D.* A new method of personality research. Moscow: “Progress” 1987. Pp. 16.
- Shmelev A. G.* Introduction to experimental psychosemantics. – М.: Moscow state University, 1983.
- Petrenko V. F.* Introduction to experimental psychosemantics: the study of forms of representation in everyday consciousness. – Moscow: MSU, 1983. Pp. 17–18.
- Kelly G. A.* The psychology of personal constructs. – N. Y.: Norton & company, 1955, v. 1: A theory of personality, P. 556.

УДК 81-114.4

Демина Арина Рудольфовна

студентка 4 курса направления «Филология»

Сочинского института (филиала)

Российского университета дружбы народов

Лебедева Е.И.

Научный руководитель: кандидат филологических наук,

доцент Сочинского института (филиала)

Российского университета дружбы народов

E-mail: alliteration16@yandex.ru

ЛИНГВОРИТОРИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: ЯВЛЕНИЕ БЛОГЕРСТВА

В статье представлены продуктивные стратегии влияния, методы привлечения аудитории в видеоблогах жанра обзор, а также проведен сравнительный анализ методик воздействия в среде молодежных блогов и научно-популярных Youtube-каналов. Осознавая необходимость популяризации русского языка в современном обществе, нами был создан инстаграмм-проект АВОСЬ&КА (@a_avoska), где еженедельно выкладываются видеоролики, посвященные истории лексико-фразеологической системы русского языка, а также вопросам лингвокультурологии.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии; Интернет; видеоблог; жанрово-тематическая классификация; популяризация; проект.

Demina Arina Rudolfovna

The 4th year philology student of Peoples Friendship University of Russia

(Sochi branch)

Lebedeva E.I.

Academic adviser: candidate of philological sciences, assistant professor

Peoples Friendship University of Russia (Sochi branch)

LINGUISTIC PARAMETERS IN INTERNET COMMUNICATION: THE PHENOMENON OF BLOGGING

The article presents productive influence strategies, methods of attracting an audience in the video blogs of the genre review, and also was conducted comparative analysis of impact techniques among youth blogs and popular-science YouTube channels such as Arzamas. Recognizing the need of popularization of Russian language in modern society, we created an Instagram project ABOS & KA (@a_avoska), where weekly are posted videos that are dedicated to the history of lexical and phraseological Russian language system.

Keywords: communication strategies; Internet; video blog; popularization; project.

ВВЕДЕНИЕ

Одной из наиболее стремительно развивающихся сфер интернета является видеоблогинг или «новые медиа», которые активно расширяют область своего влияния, в том числе и на государственные СМИ, как, например, в случае видеоблога «Дудь», интервью-выпуски которого используются официальными СМИ в качестве информационного повода. У современных популярных блогеров многомиллионные аудитории, они формируют общественное мнение и конкурируют по успешности со многими влиятельными медиа.

Исследователи видеоблогов предлагают различные жанровые классификации, но единой системы нет, так как данная среда достаточно быстро меняется, что-то становится более популярно, что-то уходит на второй план, появляются новые форматы, характеризующиеся многожанровостью. Исследователь И. А. Текутьева предлагает следующую жанрово-тематическую классификацию видеоблогов: обзор, летсплей, пранк, обучающее видео (лайф-хак, бьюти видео), влог, шоу, диалог, гайд, челендж, скетч, троллинг-интервью [Текутьева 2016].

В нашей работе мы анализируем видеоблоги жанра обзор. Причина выбора видеоблогов данной тематики обусловлена тем, что, во-первых, видео данного формата имеют синкретичные черты – как развлекательные, так и новостные. Вторая причина – данный формат подразумевает формирование определенного отношения к тому или иному предмету или событию у своей аудитории, и, следовательно, имеет большое влияние на публику:

1. «Sobolev» – 5,15 млн подписчиков и максимальное количество просмотров – 8 млн (в среднем по 3 млн). Блог посвящен обзору новостей и трендов интернета в неформальном ключе.
2. «BadComedian» – от 2 до 14 млн просмотров, количество подписчиков скрыто, но по примерным оценкам – от 3 до 8 млн. Блог посвящен критике и обзорам фильмов. По мнению ряда СМИ, BadComedian – «главный кинокритик российского YouTube».

3. «Руслан Усачев» – 2,07 млн подписчиков и максимальное количество просмотров – 3 млн. Блог посвящен обзору событийных новостей и трендов, кроме того на канале есть отдельная серия роликов жанра travel, влог и диалог.

Основные коммуникативные стратегии

Анализ блогов направлен в первую очередь на выявление основной коммуникативной стратегии, характера коммуникативной личности, а также инструментов влияния на публику. В первую очередь стоит отметить коммуникативную доминантность данных блогов, т.е. наблюдается стремление к влиянию на собеседника, убеждению его в своей правоте. Это достигается определенным набором когнитивных приемов.

Частотным является когнитивный прием «загадка» – тема ролика вводится при помощи вопроса. Обзор Bad Comedian фильма «Голодные игры» начинается кадром из ролика Captain freedom's workout: «Are you ready for pain? Are you ready for suffering? If the answer is yes (Вы готовы к боли? Вы готовы к страданиям? Если ответ «да») – *значит вы готовы к бездарной антиутопии*». Ряд риторических вопросов, авторский синонимический ряд «боль, страдание, антиутопия с эпитетом «бездарная» не только задают тон разговора, заранее предполагающий негативную оценку и блокировку позитивного восприятия – метод провокации или псевдологического вывода, но и вовлекают зрителя в процесс размышления над ситуацией, создается иллюзия совместного вывода.

К методу псевдологического вывода можно отнести и лексико-грамматические модели с имплицитно негативным значением: «И, знаете, пока я сидел и смотрел все эти кадры, у меня в очередной раз **не укладывалось в голове**, как человек, который **четыре года** провел за решеткой и пережил все эти **якобы** испытания и пытки (цитата самого Эрика Давидыча: «Со мной делали все, что только возможно») не смог пережить **пару часов на гр**анном острове!**». «Не укладывалось в голове» – экспрессивное выражение со значением невозможности примирения, порождает языковые ассоциации со словами «невероятно», «невообразимо», «немыслимо», «ошеломляюще», «ужасно»; использование частицы «якобы» указывает на

сомнение в достоверности высказывания оппонента, усиление экспрессии происходит и за счет интонационного ударения на данном слове.

Тональность видео у всех анализируемых блогеров критическая, но у VadComedian изначально заложена отрицательная коннотация. Первый кадр обзора фильма «Голодные игры», надпись-предупреждение: *«Монтаж фильма настолько дерганый, что данный выпуск не рекомендуется смотреть людям с эпилепсией»* – фраза необоснованного оскорбления, направленная лишь на одну из составляющих фильма, сразу настраивает на отрицательную оценку всей картины в целом.

У Руслана Усачева более нейтральные видео-обзоры – это рассказ о произошедшем и ироничный комментарий к нему. Перед автором не стоит коммуникативная задача дискредитации или оскорбления. Новость озвучивается либо полностью, как в журналистском источнике, и лишь потом идет высказывание собственного отношения, либо личностные оценки переплетаются с новостным текстом, но они в большей степени направлены на диалог и полемику и не претендуют на безоговорочную истинность.

*«Ватикан запустил новый фитнес-трекер для молитв. Да, вы не ослышались <...> **Высокотехнологичные четки**, которые активируются, когда вы перекреститесь. В комплекте с ними есть приложение, беспроводная зарядка и шагомер. Называется это чудо *Clic to pray*, то есть **кликни и молись**. **Созвучно с другим прорывным девайсом *click to play*, но те были от сатаны**. <...> Да, это реально **смайт-крест**, который позволяет отслеживать ваш **прогресс по искуплению грехов**».*

После озвучивания новости об обновлениях Instagram: *«<...> Я вот смотрю на всё это и **не очень понимаю**, а когда Instagram будет какие-то **нормальные обновления делать?** <...> Чтобы камера на андроиде наконец-то нормально работала, а не так, **будто каждую фотографию пропустили через чувство вкуса парня инста-самки**».*

В конце ролика Усачев всегда добавляет комплимент своим зрителям: *«Вы заслужили свой комплимент дня, потому что вот смотрю*

на тебя и понимаю, да, постарались родители». Основная функция комплимента – установление контакта и создание иллюзии внимания к каждому подписчику отдельно.

Речевые и невербальные составляющие блогов

По типу речевой культуры – среднелитературный с тенденцией к разговорному – можно говорить о намеренном использовании средств разговорного стиля для создания непринужденно-фамильярной атмосферы и привлечения аудитории. В данном случае можно судить скорее о том, на какого адресата ориентирован сам блогер, но это не характеризует непосредственно его как языковую личность. Наблюдается склонность к «погоне за модой»: жаргонизмы (хромак, комп, стоковые) и варваризмы («хайпить», «хейт», «тик-токер», «смарт», «стартер»), инвективная и обценная лексика.

Особую роль в видеоформате играет в том числе и жестовое оформление, роль некоторых жестов часто гиперболизируется либо при помощи монтажа, либо явного «переигрывания» на камеру для акцентирования внимания на той или иной идее и дублирования актуальной речевой информации.

В кадре Соболев со своей книгой «Новый YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег» в руках: *«Знаете, когда-то я писал про путь к успеху, про какие-то там маркетинговые ходы, вот к чёрту это дерьмо»*, – выбрасывает книгу за пределы кадра.

Ключевой характеристикой интернета является гипертекстуальность. В роликах используются отсылки не только непосредственно на анализируемую новость/фильм, но также и на другие видео/фильмы с необходимой фразой, как своеобразная цитация, таким образом весь конечный ролик состоит из большого количество небольших, зачастую секундных, вкраплений видео-цитат, которые можно разделить на два типа:

1. Цитация материалов по теме обсуждения. Например, выкладывая обзор фильмов, Vad Comedian использует кадры оригинального фильма, новостные ролики, связанные с рекламой, премьерой, либо обсуждением кино. Усачев и Соболев используют фото опубликованных новостей в интернете, либо видеоролики с обсуждением героя

повествования/события, а также интервью и кадры из репортажей СМИ. Пример: Обзор Vad Comedian фильма «Притяжение», цитата из интервью кассира из репортажа с федерального канала: «<...> да и люди выходят довольные, нравится» – ответ блогера: «Естественно, <...>, довольные! Для них эта идиотина кончилась!»

2. Цитация фрагментов, не связанных в смысловом плане с темой, но с наличием произнесенной фразы, хорошо сочетающейся с общим настроением повествования. В основном такие «цитаты» используются для усиления комического эффекта, либо для искусственного создания согласной с блогером аудитории. Например: «За две недели чуть не началась ядерная война», следующий кадр – цитата из фильма «Пятый элемент»: «Бадабум, биг бадабум» (Николай Соболев); «Все дело в том, что крайне сложно донести свои мысли до людей, если ты сам в них ещё <...> не разобрался», следующий кадр – цитата из выступления Владимира Соловьева: «Анализа нет!». (Николай Соболев).

Общую тактику воздействия в видеороликах Соболева и Vad Comedian можно назвать «игрой на понижение» (downplay, по Ларсену) или стратегией дискредитации, оскорбления, то есть основным намерением является уязвить, унижить и выставить в смешном виде. Данная модель речевого поведения является продуктивной в среде интернета и используется не только в таком видеоформате как «обзор», но и в жанре «шоу», «летсплей», «пранк», «троллинг-интервью».

Научно-популярный канал «Arzamas»

Видеоблогинг существует также в формате научно-популярных каналов, наиболее успешным является Arzamas. Arzamas развивается на трех платформах – собственный сайт, канал Youtube и приложение. Помимо видеоформата они также используют текстовую подачу информации с элементами геймификации и аудиоформат – подкасты. В данном случае нас интересует именно видеоформат и серия роликов «Видеоистория русской культуры за 25 минут». Количество просмотров колеблется от 69 тысяч до 179 тысяч, длительность каждого ролика до 4 минут. Избранный видеоформат – это ролики, базирующиеся на графическом оформлении.

Если сравнить, например, количество просмотров с другим не менее известным научно-популярным каналом – «ПостНаука», то у них количество просмотров, а следовательно, и перлюкутивный эффект значительно ниже.

Одним из факторов успеха является именно графическое оформление. Если анализировать текст роликов, то можно его охарактеризовать как научно-популярный жанрово-ситуативный стиль с использованием:

1) приемов диалогизации в монологической речи при помощи риторических вопросов и восклицания: *«Однако возможно ли это? Чтобы понять, посмотрим, из каких элементов складывалась древнерусская культура»;*

2) употребления личных местоимений «мы» и притяжательных «наш» в разных падежах и числах: *«Древняя Русь была давно, и знаем мы о ней не так уж много. А спорим – много»; «Мы пытаемся найти в прошлом ответ про наше настоящее»;*

3) разговорной лексики, фразеологизмов, образных выражений для усиления экспрессивности силы высказывания: *«Споры о том, наследники мы ей или седьмая вода на киселе, идут пять веков»;*

4) определенного набора речевых средств для намеренного подчеркивания хода логической мысли: *«Это Московский Кремль – вы, конечно, его узнали», «Вот, например, скандинавы. Призвание варягов на княжение с гордостью упоминают во всех летописях».*

Синтаксис предложений максимально упрощен – использование более коротких фраз, сокращение объема предложений до 7–9 слов, что соответствует оперативной памяти слушателя, отказ от причастных и деепричастных оборотов, замена их синонимичными конструкциями с придаточными предложениями. В целом текст не выходит за грани литературной нормы и не наблюдается языковой игры, характерной для интернета.

Тем не менее повествование дополняется использованием визуального канала коммуникации, графика в данном случае играет роль игрового наполнения: С. М. Соловьев и В. О. Ключевский становятся пользователями соцсетей, перевод греческих текстов осуществляется на старославянский через Гугл-переводчик, древние фрески оживляются

при помощи появления сообщений из мессенджера, эмоции бурлаков из знаменитой картины Ильи Репина переданы при помощи эмодзи-нов, а философическое письмо Петра Чаадаева отправляется по электронной почте. Все это создает атмосферу включенности прошлого в настоящее, создается анахроническая ситуация абсурда, но при этом понятная каждому. Игра с реалиями и визуальная шутка дополняют звучащий текст и делают данное видео максимально приближенным к сфере интернет-коммуникации.

Подобное объединение методов неформального видеоблога и научного жанра речи, на наш взгляд, является максимально продуктивным для популяризации научного знания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Лингвистическая наука является наиболее закрытой структурой по отношению к медийной среде интернета. Тем не менее методы, использованные Arzamas, а также популярные приемы блогосферы, такие как гипертекст, полемичность, активное задействование смеховой культуры, методов языковой шутки, графика и символы интернета – всё это применимо и к популяризации лингвистических вопросов. Осознавая актуальность проблемы, нами был создан Instagram-проект, посвященный русскому языку и русской культуре: АВОСЬ&КА (@a_avoska_), где еженедельно выкладываются видеоролики, посвященные истории лексико-фразеологической системы русского языка, а также вопросам лингвокультурологии. На данный момент страница существует 2 месяца, ее охват составляет от 6000 просмотров до 25 000, основные участники видеоблога – представители из России, Украины и Белоруссии, на страницу подписано 207 человек.

Из-за специфики самой сети Instagram все ролики не превышают 1 минуты (временное ограничение), но при этом вероятность того, что видео досмотрят до конца значительно повышается, так как ролики более длинного хронометража зачастую выключают, не досмотрев, что происходит в том числе из-за специфики клипового мышления – при отсутствии смены планов, движения в кадре и графики, при обилии мелких элементов или при наличии кадров с большим количеством текста внимание потенциальных реципиентов снижается, либо пропадает вовсе.

В видеороликах блога «АВОСЬ&КА» активно задействована графика с всевозможными культурными ассоциациями и отсылками, также чередуются форматы: видео-пост, текстовый пост и интерактивные посты, направленные на увеличение взаимодействия. На данный момент проект находится на стадии активного развития и освоения новых инструментов продвижения русской культуры в молодежной сфере интернета.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Денисенко В. Н., Чеботарева Е. Ю.* Современные психолингвистические методы анализа речевой коммуникации: Учеб. пособие. М.: РУДН, 2008. 258 с.
- Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
- Крейдлин Г. Е.* Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. М.: Новое литературное обозрение, 2002. 592 с.
- Николай Соболев* [Электронный ресурс]: видеоблог. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCNb2BkmQu3IfQVcaPEhHkvQ/featured>
- Руслан Усачев* [Электронный ресурс]: видеоблог / Р. Усачев. Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/usachevShow>
- Текутьева И. А.* Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga>
- Arzamas* [Электронный ресурс]: видеоблог. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCVgynGSFU41kIhEc09aztEg/featured>
- BadComedian* [Электронный ресурс]: видеоблог. Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/TheBadComedian>.

REFERENCES

- Denisenko V. N., Chebotareva E. Yu.* Modern psycholinguistic methods of speech communication analysis: Studies. stipend. Moscow: RUDN, 2008. 258 pp.
- Issers O. S.* Communicative strategies and tactics of Russian speech. Moscow: LKI publishing House, 2008. 288 pp.
- Kreidlin G. E.* Nonverbal semiotics: body Language and natural language. Moscow: New literary review, 2002. 592 pp.

Nikolai Sobolev [Electronic resource]: video blog. Mode of access: <https://www.youtube.com/channel/UCNb2BkmQu3IfQVcaPEXHkvQ/featured>

Ruslan Usachev [Electronic resource]: video blog / R. Usachev. Mode of access: <https://www.youtube.com/user/usachevShow>

Tekucheva I. A. Genre and thematic classification of videoblogging // the media environment. 2016. No. 11. [Electronic resource] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga>

Arzamas [Electronic resource]: video blog. Mode of access: <https://www.youtube.com/channel/UCVgynGSFU41kIhEc09aztEg/featured>

BadComedian [Electronic resource]: video blog. Mode of access: <https://www.youtube.com/user/TheBadComedian>.

УДК 32.019.5

Ефанов Александр Александрович

кандидат социологических наук,

доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина

e-mail: AAYefanov@Pushkin.Institute

**БЕЗАЛЬТЕРНАТИВНАЯ АЛЬТЕРНАТИВНОСТЬ:
ПРЕДВЫБОРНЫЙ ДИСКУРС В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ
В 2019 ГОДУ**

В статье анализируется политический дискурс, конструируемый в Оренбургской области в 2019 году в преддверии губернаторских выборов. Проводится контент-анализ материалов информационной программы «Вести Оренбуржья» ГТРК «Оренбург», дискурс-анализ постов кандидатов в губернаторы в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, семиотический анализ их агитационной продукции, также вторичный анализ результатов голосования. Хронологические рамки исследования: март – сентябрь 2019 года. По итогам проведенного исследования делаются выводы об искусственной альтернативности прошедших в 2019 году в Оренбургской области губернаторских выборов, сконструированных по демократическому принципу многопартийности, по факту представляя собой виртуальный медиатизированный конструкт инспирируемой избирательности.

Ключевые слова: политический дискурс, предвыборный дискурс, выборы, медиа, телевидение, социальные сети.

Yefanov Aleksandr Aleksandrovich

PhD in Sociology,

Associate Professor of Department of Russian Literature and Intercultural

Communication, Pushkin State Russian Language Institute

e-mail: AAYefanov@Pushkin.Institute

**NON-ALTERNATIVE ALTERNATIVE:
PRE-ELECTION DISCOURSE IN ORENBURG REGION
IN 2019**

The article analyzes the political discourse being constructed in Orenburg region in 2019 on the eve of gubernatorial elections. A content analysis of the materials of the information program Vesti Orenburzhyia of Orenburg State Television and Radio Company, a discourse analysis of the posts of governor candidates on social networks VKontakte

and Instagram, a semiotic analysis of their campaign products, and a secondary analysis of the voting results are carried out. Chronological scope of the study: March – September 2019. Based on the results of the study, conclusions are drawn about the artificial alternativeness of the gubernatorial elections held in Orenburg region in 2019, constructed on the democratic principle of a multi-party system, in fact representing a virtual mediated construct of inspired selectivity.

Keywords: political discourse, pre-election discourse, elections, media, television, social networks.

ВВЕДЕНИЕ

8 сентября 2019 года в Оренбургской области состоялись выборы губернатора региона. При этом особый исследовательский интерес представляет не столько сам факт проведения процедуры или ее результаты, а тот предвыборный дискурс, который сопровождал избирательную кампанию.

Следует отметить, что за последние 5 лет Оренбургская область несколько раз оказывалась на первых полосах федеральных изданий и в лентах информационных агентств по причине ряда произошедших политических скандалов. Кейсы, в той или иной степени связанные с превышением должностных полномочий, были обнародованы в отношении министра физической культуры, спорта и туризма О. Пивунова, министра лесного и охотничьего хозяйства В. Тонких, министра сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности М. Маслова, министра образования В. Лабузова, министра труда и занятости населения В. Кузьмина, а также главы г. Оренбурга Е. Арапова [Ефанов 2018b; Ефанов 2017b] (некоторые из историй «дошли» до суда, другие – были корректно «сглажены»). Исходя из существующих закономерностей восприятия политического процесса, указанные прецеденты так или иначе делали отсылку к действующему на тот момент губернатору Ю. Бергу, отождествляя возникающие коллизии с уязвимостью выработанного политического курса региона [Ефанов 2019a; Ефанов 2019b].

Особенности конструирования предвыборного дискурса в оренбургской области

Как следствие, 21 марта 2019 года Президент России В. Путин отправил Ю. Берга в отставку, назначив временно исполняющим обязанности губернатора Д. Паслера. Ранее Д. Паслер уже имел опыт работы на руководящих должностях, некоторое время возглавляя Правительство Свердловской области и одну из крупнейших энергетических компаний страны. В целом он вписывается в конструируемый в последние 5 лет в России модель политика новой формации: возраст – чуть более 40 лет, активное продвижение в социальных медиа [Халиуллина 2017; Халиуллина 2019] – создание и дальнейшее ведение от первого лица своей страницы в Instagram с расширенными комментариями на тему, как должна развиваться область в целом и Оренбург в частности («не место страшному, отталкивающему недострою в центре города...»); «В Оренбурге катастрофически не хватает зон отдыха. На месте этих расселенных бараков обязательно должен появиться парк» и т. п.). К слову, сразу после сложения полномочий блог Ю. Берга был удален, что свидетельствует об искусственной медиатизации современных политических акторов в условиях трансформации медиапространства, предполагающей необходимость распространения своего влияния и на продукты поля Интернета (модель открытого политика, готового говорить со своим реальным и потенциальным электоратом на «одном языке»).

Таким образом, начиная с марта 2019 года, в оренбургских медиа (как в «традиционных» СМИ – преимущественно на телевидении, – так и в «новых медиа» – сетевых изданиях, – а также в социальных медиа и блогах) началось стремительное продвижение будущего главы региона. Данный процесс перешел в активную фазу в июле 2019 года, когда стартовало выдвижение кандидатов на пост губернатора. На этом фоне 25 июля 2019 года Правительство Оренбургской области инициировало проведение «Инфорума» – большого медиафорума, нацеленного на позиционирование Д. Паслера (который, как уже было известно, был выдвинут от «партии власти» – «Единой России»). Стоит отметить, что сам форум был организован столичными полит-

технологами (которые, вероятно, отвечали за всю предвыборную кампанию Д. Паслера). Нельзя не указать на тот факт, что большой акцент был сделан на репрезентацию данного мероприятия именно в поле Интернета – активно анонсируемая большая пресс-конференция Д. Паслера в прямом эфире транслировалась на специальном YouTube-канале, кроме того, свои вопросы оренбуржцы могли задавать в режиме онлайн через специальную платформу.

Что касается прямого позиционирования Д. Паслера как кандидата в губернаторы, на главных улицах областного центра и магистралях региона были размещены большие баннеры: сначала с весьма абстрактным, но в то же время выстраивающим некую стратегическую перспективу лозунгом всей избирательной кампании «Время новых решений» (крупный портрет политика в «полуфас» – излюбленный и во многом беспроектный фотоприем изображения первых лиц страны – на приглушенном синем фоне), а позднее – к концу августа 2019 года – они были заменены на констатирующую дискурсивную конструкцию «Оренбуржье выбирает Паслера» (также крупный портрет в «полуфас» на белом фоне). Стоит отметить, что сам Д. Паслер воздерживался от посещения предвыборных дебатов (здесь можно провести параллель с президентскими выборами 2018 года, когда В. Путин также отсутствовал на подобных политических «перформансах» [Ефанов 2018a]). Однако, как показали результаты контент-анализа выпусков информационной программы «Вести Оренбуржья», в 2/3 материалов в той или иной степени фигурировала персона Д. Паслера – преимущественно в связи с какими-либо информационными поводами, которые, вероятно, были в том числе искусственно инспирированы.

Если говорить о списке «конкурентов» Д. Паслера во время предвыборной «гонки», то он включал в себя следующих акторов:

- 1) М. Амалин – первый секретарь Оренбургского отделения КПРФ;
- 2) К. Горячев – кандидат от «Демократической партии России», вызвавший недоумение пользователей социальных медиа – потенциального электората – и породивший множество мемов по причине своих небольших баннеров и рекламы на телевидении и в Интернете с единственной надписью «Костя Горячев»;

3) А. Кобзев – кандидат от «Коммунистической партии социальной справедливости», использующий на своих баннерах образ серпа и молота, а также алый цвет (с отсылкой к символике СССР);

4) С. Яцына – кандидат от «Справедливой России», во время кампании не выразивший какой-либо отличной от других претендентов политической позиции.

В целом можно заметить, что по сравнению с кампанией по продвижению Д. Паслера агитационная продукция указанных кандидатов отличалась более низким исполнительным мастерством – тривиальными графическими решениями, меньшим размером и представленным количеством.

Следует упомянуть, что в списке «выдвиженцев» также присутствовал более «заметный» для Оренбуржья в 1990–2000-е годы политик – бывший федеральный инспектор Оренбургской области и Республики Башкортостан П. Капишников, на тот момент достигший возраста 66 лет. Однако, как уточнили в Избирательной комиссии Оренбургской области, в последний день подачи заявлений 29 июля 2019 года П. Капишников предоставил неполный комплект документов, а потому не был зарегистрирован. Особый интерес может вызвать тот факт, что, начиная с июня 2019 года, П. Капишников усиленно позиционировался в социальных медиа (в частности, «ВКонтакте»), называя себя *«представителем недовольных элит региона»*. Однако сразу после 29 июля 2019 года вся активность в социальных сетях была прекращена, что может свидетельствовать о непрочности гражданской позиции, искусственной публицитации.

Возвращаясь непосредственно к выборам, следует обратить внимание на их результаты:

- 1) М. Амелин – 23,72 %;
- 2) К. Горячев – 2,53 %;
- 3) А. Кобзев – 3,62 %;
- 4) Д. Паслер – 65,94 %;
- 5) С. Яцына – 2,26 %.

При этом нельзя не указать на довольно низкую явку – 39,55 % (на предыдущих губернаторских выборах в 2014 году она составляла 44,15 %).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании вышеизложенного можно сделать вывод об искусственной альтернативности прошедших в 2019 году в Оренбургской области губернаторских выборов, сконструированных по демократическому принципу многопартийности, по факту представляя собой виртуальный медиатизированный конструкт инспирируемой избирательности. Следует предположить, что подобные закономерности будут усиливать падение уровня доверия к выборам как политическому институту и, как следствие, отражаться на рейтингах избираемых политических акторов и органов власти в целом, обуславливая явление политического абсентеизма [Ефанов 2017а].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ефанов А. А.* «Власть – Медиа – Выбор»: триада современного социально-политического процесса (на примере предвыборной репрезентации В. В. Путина) // Материалы XV Всероссийской очно-заочной научной конференции «Современные дискурсы социологической теории и практики». М. : Издательство «Спутник +», 2018. С. 65–70.
- Ефанов А. А.* Медиариторические стратегии дискредитации политических акторов // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сб. статей XXII международной научной конф. (30 января – 1 февраля 2019 г.). М. : Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2019. С. 88–95.
- Ефанов А. А.* Модели дискредитации политического актора посредством медиа: социологическое измерение // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2018. № 3. С. 42–51.
- Ефанов А. А.* Освещение предвыборных кампаний в СМИ и электоральный интерес // Информационное общество. 2017. № 1. С. 36–40.
- Ефанов А. А.* Тенденциозность освещения политических скандалов и проблема доверия к телевидению // Информационное общество. 2017. № 4–5. С. 107–113.
- Ефанов А. А.* Тенденция антипозиционирования региона: медиаориентированный подход // Журналистика и политика: взаимодействие и взаимовлияние: материалы Всероссийской научной конференции (Архангельск, 21 ноября 2018 г.) / М-во образования и науки Рос. Федерации; Сев. (Арктич.) федер. ун-т им. М. В. Ломоносова [сост. и отв. ред. Н. С. Авдонина]. Архангельск : САФУ, 2019. С. 88–90.

- Халиуллина М. С.* Блог как средство коммуникации региональных политических деятелей с электоратом // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. № 4. С. 603–614.
- Халиуллина М. С.* Политический дискурс и коммуникативные стратегии региональных политблогеров // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. Т. 1. № 1. С. 231–238.

REFERENCES

- Khaliullina M. S.* Blog kak sredstvo kommunikatsii regional'nykh politicheskikh deyatelei s elektoratom // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. 2017. № 4. S. 603–614.
- Khaliullina M. S.* Politicheskii diskurs i kommunikativnye strategii regional'nykh politbloggerov // Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tishcheva. 2019. T. 1. № 1. S. 231–238.
- Yefanov A. A.* «Vlast' – Media – Vybor»: triada sovremennogo sotsial'no-politicheskogo protsessa (na primere predvybornoi reprezentatsii V. V. Putina) // Materialy XV Vserossiiskoi ochno-zaochnoi nauchnoi konferentsii «Sovremennye diskursy sotsiologicheskoi teorii i praktiki». M. : Izdatel'stvo «Sputnik +», 2018. S. 65–70.
- Yefanov A. A.* Mediaritoricheskie strategii diskreditatsii politicheskikh aktorov // Mediaritorika i sovremennaya kul'tura obshcheniya: nauka – praktika – obucheniye: sb. statei XXII mezhdunarodnoi nauchnoi konf. (30 yanvarya – 1 fevralya 2019 g.). M. : Gos. IRYa im. A. S. Pushkina, 2019. S. 88–95.
- Yefanov A. A.* Modeli diskreditatsii politicheskogo aktora posredstvom media: sotsiologicheskoe izmereniye // Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Sotsiologiya. Ekonomika. Politika. 2018. № 3. S. 42–51.
- Yefanov A. A.* Osveshcheniye predvybornykh kampanii v SMI i elektoral'nyi interes // Informatsionnoye obshchestvo. 2017. № 1. S. 36–40.
- Yefanov A. A.* Tendentsioznost' osveshcheniya politicheskikh skandalov i problema doveriya k televideniyu // Informatsionnoye obshchestvo. 2017. № 4–5. S. 107–113.
- Yefanov A. A.* Tendentsiya antipozitsionirovaniya regiona: mediaorientirovannyi podkhod // Zhurnalistika i politika: vzaimodeistvie i vzaimovliyaniye: materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii (Arkhangel'sk, 21 noyabrya 2018 g.) / M-vo obrazovaniya i nauki Ros. Federatsii; Sev. (Arktich.) feder. un-t im. M. V. Lomonosova [sost. i otv. red. N. S. Avdonina]. Arkhangel'sk : SAFU, 2019. S. 88–90.

УДК

Жукова Арина Геннадьевна

кандидат философских наук, доцент,
заведующий кафедрой русской словесности и межкультурной
коммуникации Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина
arinazhukova2013@gmail.com

**ЭЛОКУТИВНЫЕ СРЕДСТВА В ПРОДАЮЩЕМ ВЫСТУПЛЕНИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ТРАНСЛЯЦИЙ ТЕЛЕМАГАЗИНА
«ЮВЕЛИРОЧКА»)**

В статье рассматриваются тропы и фигуры, используемые в дискурсе телевизионных продаж, прежде всего эпитеты и повторы. Материалом для доклада явились трансляции телемагазина «Ювелирочка», в ходе которых реализует себя жанр устного монологического продающего выступления. Функция ведущего телемагазина заключается в том, чтобы при помощи вербального комментария к видеоряду, представляющему собой демонстрацию ювелирных украшений, склонить потенциального телезрителя к покупке. Автор приходит к выводу о том, что особенности использования средств речевой выразительности в анализируемом материале определяются задачами общения (воздействие здесь и сейчас), спецификой товарной группы, а также особенностями организации речи (монологический характер, длительность трансляции, «монотонность» видеоряда).

Ключевые слова: продающее выступление; дискурс телепродаж; телемагазин; элокутивные средства; эпитет; повтор; язык товарной категории.

Zhukova Arina Gennadievna

PhD of philosophy, associate Professor,
head of the Department of Russian literature and intercultural communication
at the State Institute of Russian language named A. S. Pushkin
arinazhukova2013@gmail.com

**ELOCUTIVE MEANS IN A SELLING PRESENTATION
(BASED ON 'YUVELIROCHKA' ('JEWELERYLET')
TV-SHOP PROGRAMS)**

The paper concerns tropes and stylistic devices used in the telesale discourse, primarily epithet and repetition. 'Yuvelirochka' ('Jewelerylet') TV-shop programs were used as the report material, being a realization sample of the genre of oral monologue selling presentation. The function of the teleshop announcer is to use verbal commentary on the video series demonstrating jewelry and persuade a potential viewer to buy

them. The author comes to the conclusion that the used means of verbal expressiveness in the analyzed sample are determined by the tasks of communication (the here-and-now impact), the specifics of the product group, as well as the peculiarities of the speech organization (monologue, broadcast duration, “monotonous” of the video sequence).

Keywords: selling presentation; telesale discourse; teleshop; elocutive means; epithet; repetition; the specifics of the product group.

Современные рекламные коммуникации характеризуются значительным жанровым разнообразием. Одним из актуальных жанров является так называемое продающее выступление, под которым мы понимаем организованное устное высказывание, представляющее собой обращение продавца к покупателю с целью склонить последнего к покупке товара здесь и сейчас. Данный жанр представлен в различных форматах: рыночные «зазывания», обращения, сопровождающие несанкционированную торговлю в транспорте, выступления на различных презентациях тех или иных товаров и т.д. Л. В. Ухова считает продающий текст единицей сбытовых коммуникаций, цель которых – продать продукт как можно быстрее [Ухова 2018а]. В центре нашего внимания в настоящей статье находится телевизионная репрезентация продающих выступлений, функционирующая в такой разновидности сбытовых коммуникаций, как телемагазин.

Телемагазин представляет собой не просто телевизионную рекламу, а особую разновидность телевидения – **рекламное телевидение** [Красикова 2016], т (выделение наше – А. Ж.). Большинство современных российских телемагазинов вещают на собственных телеканалах, то есть реализуют не просто набор рекламных роликов, а полноценную сетку вещания, в которой представлены как готовые записанные фрагменты, так и прямые эфиры. Специфическими чертами телепродаж являются: а) установка на стимулирование немедленной покупательской реакции; б) увеличенная длительность эфира, посвященного одному товару; в) широкие возможности для наглядной и подробной презентации товара; г) наличие ведущих, своего рода продавцов-консультантов, демонстрирующих товар в действии и дающих ему оценку [Жукова 2019 а, с. 97]. Цель ведущих прямых эфиров –

«за относительно небольшой промежуток времени в режиме дистантной опосредованной коммуникации убедить клиента принять решение о покупке, приём часто речь идёт о товаре, в котором покупатель нужды не испытывал» [Жукова 2018а, с. 158], и побудить его сделать заказ.

В качестве материала для анализа мы выбрали прямые эфиры телемагазина «Ювелирочка», торгующего ювелирными украшениями. Целевой аудиторией данного магазина являются женщины, и именно на них в первую очередь рассчитаны избираемые ведущими воздействующие средства.

Для анализа языковой специфики данного телеканала существенно понятие товарной категории – типичные, часто употребляемые в товарной категории знаки и образы которые откладываются в сознании потребителей и впоследствии ожидаются и опознаются ими как присущие [Морозова 2002, с 5]. Логично предположить, что такие знаки и образы существуют и для товарной категории «ювелирные украшения».

Формат трансляций данного магазина также имеет свои особенности, связанные со спецификой предлагаемого товара. Телевизионная «картинка» в прямом эфире любого телемагазина по преимуществу статична, ее разнообразит лишь показ товара в действии. В эфирах «Ювелирочки» динамики в видеоряде практически нет, ведущие находятся в статичной позе (сидя) и не имеют возможности активно жестиковать, поскольку руки заняты демонстрацией украшений. основными его компонентами являются показ украшений, их примерка и измерение деталей при помощи линейки, при этом камера берет украшение крупным планом. Непрерывное связанное вербальное сопровождение видеоматериала вкупе с необходимостью воздействия на адресата требует от говорящего настоящего профессионализма. Очевидно, что чем более статичен видеоряд, тем большее значение преобладает собственно речевой компонент.

Если в других телемагазинах ведущих в большинстве случаев двое, и они могут «передавать друг другу слово», имитируя живое обсуждение товара, то в «Ювелирочке» ведущая (а это исключительно женщины) всегда одна и её речь представляет собой монологический

комментарий к статичному видеоряду. Анализируемая речь является относительно подготовленной как в содержательном плане, так и с точки зрения повторяющихся тезисов и клише при демонстрации схожих товаров [Жукова 2018б, с. 37]. Однако доля спонтанности в ней также весьма велика, ср.: *Вот что касается аметиста, мы с вами знаем прекрасно, что есть же разные аметисты, да, есть разные оттенки аметиста, но вот здесь инкрустирован именно кварц оттенка «аметист». <...>. И вот если вы ув..., если вы посмотрите, вы увидите, что здесь совершенно всё равно появляются разные оттенки.*

Необходимость вовлечения целевой аудитории в коммуникацию обуславливает наличие в речи ведущих большого количества «диалогизирующих» средств: прямых обращений (*девочки, дорогие телезрительницы, дорогие мои, друзья*), глагольных форм первого лица множественного числа (*смотрим, любимся, мерим, сейчас будем примерять* и т. д.), форм императива с частицей давайте (*давайте посмотрим, давайте приглядимся, давайте примерять*) и выраженного формой второго лица множественно числа (*не волнуемся, спокойно дозваниваемся, дожидаемся ответа оператора и задаём вопросы*), личных местоимений (*мы, мы с вами, у нас, я*); вопросительных конструкций (*нравится?/ конечно; помните/ да?; ну цвет-то какой а?*). Привлечению и активизации внимания зрителя, который может подключиться к эфиру в любой момент, служит например большое количество эмоциональных восклицаний (*боже мой, какая прелесть!; боже, какой кайф; посмотрите, ну чудесные, чудесная модель; ну вы только взгляните, это же чудо /просто чудо; ну роскошные же, согласитесь!* и т. д.).

«Продающее» выступление строится в соответствии с риторическим каноном: инвенция (знание о свойствах товара и потребностях целевой группы) – диспозиция (оптимальное представление свойств товара и выбор аргументов) – элокуция (целесообразное использование тропов и фигур) [Ухова 2018б].

Содержание речи включает такие обязательные компоненты, как а) описание объективных параметров изделия (камень, металл, особенности дизайна, размерные параметры); б) рассказ об особенностях

и свойствах того или иного камня, металла, в) аргументация внешней привлекательности украшения, его качества и преимуществ обладания им в) выражение своих положительных впечатлений от него; г) ценовую аргументацию – украшения, по утверждению ведущих, всегда предлагаются с большими скидками, причем снижение цены зрители могут наблюдать прямо во время эфира, что призвано подстегивать покупательскую активность; д) прямые призывы к покупке, подбадривание покупателей.

Рассмотрим наиболее востребованные в нашем материале элокутивные средства и особенности их употребления.

В анализируемых текстах присутствуют разнообразные тропы: метафоры, в которых доминирует семантика визуального восприятия: *Богач, я бы сказала вот по внешнему виду* (о камне в кольце); метонимия: *продолжайте бронировать себе эту красоту чудесную*. Олицетворение: *встречаем нашу красавицу, которая, вот пожалуйста, просто врывается к нам в студию, заполняя весь эфир своей красотой* (о броши); *спросите, если ли серьги к кольцу, которое украло ваше сердце, и возьмите и то и другое*; сравнение: *похож на молодое вино, такой имеющий бархатистый, интересный такой вот оттенокок*; *ощущение будто мы смотрим на какую-то картину лесную: травянистые оттенки, растительные цвета; как будто это ткань набивная; идеально похож на бриллиант; кольцо будто кружевное*. Такое внимание к внешнему облику в полной мере соответствует особенностям товарной группы и самой семантике существительного *украшение* «то, что украшает что-л.», от глагола *украсить* «придать кому-л, чему-л красивый вид, сделать нарядным» [Ожегов, Шведова 1995, с.818].

Отметим, что сравнения в нашем материале более частотны, чем метафоры. Более того, именно сравнения чаще встречаются в развёрнутом виде, вовлекая в создание образ и другие средства, ср.: *Лёгкая, красивая композиция, нежная зарисовка, морозное утро. Напоминает рисунок на окошке утром из детства, когда на окне морозец ночью нарисовал нам рисунок, утром мы обнаруживали какие-то замысловатые, витиеватые штуки, заглядывались, помните?*

Однако самым востребованным из элокутивных средств в продающих телевыступлениях, как и в рекламе вообще, является эпитет – «стилистически значимое, образное слово (словосочетание), содержащее троп или подчеркнуто характеризующее предмет речи» [Скнарев 2015, с. 15]. Рекламный эпитет работает на создание образа товара, что для такой товарной категории, как ювелирные украшения, особенно важно. Эпитет может выполнять различные функции: 1) образно характеризовать предмет; 2) создавать атмосферу, настроение; 3) передать отношение автора (рассказчика, лирического героя) к характеризуемому предмету; 4) совмещать все предыдущие функции в равных долях (в большинстве случаев употребления эпитета) и др. [Там же]. Повышенная частотность эпитетов в продающем комментарии обусловлена также длительностью эфиров, требующих непрерывного речевого сопровождения, относительной легкостью подбора эпитетов из имеющегося арсенала в ситуации относительной неподготовленности речи и особенностями восприятия речи на слух – повторяющиеся эпитеты не успевают «приесться».

В нашем материале широко представлены эпитеты с семантикой цвета и светоотражения: *цвет, да, фиолетовый, но вот если здесь он действительно очень прозрачен, он безумно чистый, да, такой прям нежный-нежный; бархатистый, интересный такой вот отточечек; травянистые оттенки, растительные цвета; такой тёплый оттенок; эпитеты с семантикой визуального впечатления: эффектная форма, такой сочный рубин, очень красивый, невероятный камень, роскошная белизна, удивительно красивая огранка, просто фантастически интересный агат, элегантный комплект и т. д.;* с семантикой размерности: *огромная жемчужина; немаленькая вставка;* эпитеты, выражающие восхищение, высокую степень положительной оценки: *бесподобный, восхитительный, умопомрачительный, потрясающий, прекрасный, великолепный; чудный, сумасшедший, грандиозный;* эпитеты с семантикой психоэмоционального состояния человека: *страстный, томный, самодостаточный, гордый;* с семантикой необычности, уникальности: *невероятный, нестандартные, необычные формы, модели ручной работы, редкие минералы (камни), индивидуален, авторская модель, ограниченным тиражом, необык-*

новенные лоты, невероятный, удивительный камень, непохожие модели – «модели, которые не похожи на какие-либо стандарты»; с семантикой актуальности, модности: *актуальный, модный, трендовый*; с семантикой подлинности: *натуральный, природный* и т. д.

Повышенной воздействующей силой обладают цепочки эпитетов разной семантики: *Очень изысканный, яркий, интересный, приятный, прекрасный* камень; *роскошный, насыщенный, травяной, густой* – это нефрит друзья; *такой он очень вечерний, очень томный, очень элегантный; пылающий* такой камень, камень *страстный, яркий*; *Это мандариновая такая гамма, медовая, сочная, совершенно тёплая*. Чаще всего длина цепочек варьируется от двух до четырех единиц, но иногда они могут быть весьма протяжёнными и даже включать метафоры, ср.: *Ослепительный, яркий, чарующий, страстный, огненный, пламя, костер, танец*. Нанизывание эпитетов производится при помощи соответствующей интонации любования, «искреннего» восхищения, что усиливает их воздействующий эффект.

Для усиления разнообразия речи и воздействующего эффекта эпитеты часто сопровождаются наречиями степени: *безумно красивый, невероятно прозрачный, потрясающе гладкий*. Наиболее частотным из таких наречий в рассматриваемых текстах является *очень*, ср.: *жемчуг очень крупный, очень эффектный; очень редкий* камень; *звонков очень-очень-очень много; очень я люблю серьги под номером семнадцать*.

Как можно видеть из приведенных примеров, в анализируемом материале одиночные эпитеты и цепочки часто стоят в постпозиции, что, в частности, обусловлено устным относительно неподготовленным характером высказывания. Инверсивная структура здесь, во-первых, создаёт эффект поэтичности, возвышенности речи, во-вторых, дают говорящему время для подбора слов.

Гораздо меньшим разнообразием отличаются эпитеты, отражающие качество изделия: надёжное крепление, удобный замок, подлинное качество, а также «ценовые эпитеты»: *доступный, достойный, вкусный, низкий, ниже некуда* и т. д. Как правило, такие эпитеты не образуют цепочек.

Говоря о воздействующих средствах телевыступления, необходимо упомянуть о терминологии ювелирного дела, и элементах номен-

клатурного торгового описания изделия, которые активно используются в языке телемагазина: *занижение штифта, рабочая зона, огранка октагон, плечики, шинка, проба 295, каратность, плетение «бисмарк», лапки, белое/жёлтое/красное золото, родированное покрытие* и т. д. С использованием подобных единиц связан «объективный» компонент содержания – описание основных характеристик изделия, придающие рекламному предложению фундированность и авторитетность. Эти сугубо «технические» характеристики, как и «скучные» результаты замеров штифтов и диаметров вставок, ценовые параметры, номер лота и т.д. перемежаются эмоционально окрашенными эпитетами, сравнения, метафорами: *Итак, кольцо имеется в наличии! Также на экране мы видим с вами код изделия – 015581, 015581. И оно так же мелодично и так же гармонично благодаря своим голубым проблескам, благодаря своей синей безупречной красоте. Лёгкость, нежность, красота, 8000 руб., замок классический, занижение 3 мм.*

Что касается фигур речи, то в продающем телевыступлении наиболее востребованы те, что основаны на повторе. В дискурсивной практике телепродаж роль повторов трудно переоценить. Большое их количество не только обусловлено устной формой речевой реализации, но и (а может быть, и прежде всего) имеет коммуникативно-прагматическую значимость, будучи мощным средством речевого воздействия. В данной дискурсивной практике используются повторы ключевых слов: наименования товара, его наиболее существенных характеристик, ключевых аргументов-триггеров, фиксирующих привлекательные свойства и преимущества конкретного изделия, информации о цене и скидках и т. д.

Например, во фрагментах: *Роскошно выглядит, роскошно смотрится. Очень оригинальный дизайн опять же, да, такой талантливейший дизайн – всё здесь безупречно, всё здесь идеально; А у нас лёгкость, нежность, красота, а у нас с вами нежность; Белый цвет! Белизна просто, белизна белого агата, белейший камень, камень, который имеет свои неподражаемые серые ниточки с голубыми переливами; Модель будет очень популярна, я точно уверена, я абсолютно убеждена – Хорошая скидочка, хочу вам сказать, за натуральные гранаты цена, действительно, великолепная – мы находим параллелизм, градацию, анафору, словообразовательные и морфо-*

логические повторы, буквальные и синонимические повторы. Повторы всех типов в нашем случае выполняют несколько важных функций: они обеспечивают глобальную и локальную связность высказывания, позволяют донести основную информацию до только что присоединившегося телезрителя и стимулировать активность тех, кто смотрит программу с самого начала. Фигуры речи, основанные на повторе, выполняют важную для реализации суггестивного воздействия увещевающей речи функцию эмфатизации высказывания [Энциклопедический словарь-справочник 2005, с. 232].

Проведенный анализ показывает, что особенности исполнения элокутивного компонента риторического канона в продающих телевиступлениях обусловлены такими факторами, как специфика товарной категории, «сбытовой» интенцией – продажа здесь и сейчас, и дискурсивной спецификой соответствующего медиаформата.

К особому языку товарной категории «ювелирные украшения», мы можем отнести не только ювелирную терминологию, но и широкий спектр выразительных средств, прежде всего эпитетов, передающих семантику визуального восприятия, которые здесь заметно преобладают над другими средствами. Кроме того, с данной товарной категорией очень органично сочетаются выразительные средства, вызывающие восхищение, высокую степень положительной оценки.

К специфике формата отнесём необходимость постоянной презентации однотипных товаров, длительность эфиров, присутствие только одного ведущего и повышенную «монотонность», статичность видеоряда. Сочетание этих факторов с устным относительно неподготовленным характером речи, её монологичностью, суженными возможностями для использования кинесики, делает совершенно необходимым использование большого количества вербальных выразительных средств, которые в большинстве своём повторяются, кочуя из эфира в эфир. Периодически их разбавляют яркие индивидуальные метафоры и сравнения, наличие/отсутствие и репертуар являются показателями профессионализма телепродавцов. Разнообразие повторов и цепочки эпитетов в сочетании с просодическими и интонационными средствами выполняют, помимо прочего, суггестивную функцию, вызывая у потенциальных покупателей желание приобрести товар, стимулируя принятие решения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Жукова 2018а* – Жукова А. Г. Стратегия создания ажиотажа в дискурсе телепродаж // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 1. С. 157–166.
- Жукова 2018б* – Жукова А. Г. Стилистические характеристики «продающей» телеречи: устность и разговорность // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения : Материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения в рамках Международного Кирилло-Мефодиевского фестиваля славянских языков и культуры. Отв. ред. И. А. Лешутина. М., 2018. С. 36–41.
- Жукова 2019а* – Жукова А. Г. О риторической специфике поликодового продающего текста // Медиариторика и современная культура общения: наука-практика-обучение Сборник статей XXII Международной научной конференции. Ответственный редактор В. И. Аннушкин. М. : Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2019. С. 96–102.
- Красикова Т. Р.* Рекламное телевидение: конструирование образа товара как социально значимого // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом» : сборник научных работ / Под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского. Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. С. 301–306.
- Морозова И. Г.* Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства. М. : Гелла-Принт, 2002.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка : 80 тысяч слов и фразеологических выражений / Российская АН, Российский фонд культуры. 3-е изд., стереотип. М. : АЗЪ, 1995. 928 с.
- Скнарев Д. С.* Эпитет как средство создания образа товара в рекламном дискурсе // Современные проблемы науки и образования : Электронный журнал. 2015. № 1. Часть 1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18108> (дата обращения: 10.01.2020).
- Ухова 2018а* – Ухова Л. В. «Продвигающий» текст : понятие, особенности, функции // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 3. С. 71–82.

- Ухова 2018б* – Ухова Л. В. Риторические основы «продающего» выступления // Медиариторика и современная культура общения: наука-практика-обучение Сборник статей XXII Международной научной конференции. Ответственный редактор В. И. Аннушкин. 2019. С. 199–204.
- Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / Под ред А. П. Сковородникова. – М. : Флинта : Наука, 2005. 480 с.

REFERENCES

- Zhukova 2018a-Zhukova A. G.* Strategy for creating hype in the discourse of TV sales // Verkhnevolzhsky philological Bulletin. 2018. No. 1. Pp. 157–166.
- Zhukova 2018b-Zhukova A. G.* Stylistic characteristics of the “selling” TV series: oral and conversational / / Slavic culture: origins, traditions, interaction. XIX Cyril and Methodius readings: Materials of the International scientific and practical conference “ Slavic culture: origins, traditions, interaction. XIX Cyril and Methodius readings in the framework of The international Cyril and Methodius festival of Slavic languages and cultures. OTV. ed. Moscow, 2018. Pp. 36–41.
- Zhukova 2019a-Zhukova A. G.* on the rhetorical specifics of a polycode selling text // media Rhetoric and modern culture of communication: science-practice-training Collection of articles of the XXII International scientific conference. Responsible editor V. I. Annushkin. Moscow: State Institute of TECHNOLOGY. A. S. Pushkin, 2019. Pp. 96–102.
- Krasikova T. R.* Advertising television: designing the image of a product as socially significant/ / Discourse of modern mass media in the long term of theory, social practice and education: II international scientific and practical conference “Actual problems of modern media linguistics and media criticism in Russia and abroad”: collection of scientific papers / ed. by E. A. Kozhemyakin, A.V. Polonsky. Belgorod : publishing house “Belgorod” NIU “Belgu”, 2016. Pp. 301–306.
- Morozova I. G.* Advertising Stalker. Theory and practice of structural analysis of advertising space. Moscow: Gella-Print, 2002.
- Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu.* Explanatory dictionary of the Russian language: 80 thousand owls and phraseological expressions / Russian Academy of Sciences, Russian cultural Foundation. 3rd ed., stereotype. Moscow: AZ, 1995. 928 pp.
- Sknarev D. S.* Epithet as a means of creating an image of a product in advertising discourse // Modern problems of science and education: Electronic journal. 2015. No. 1. Part 1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18108> (accessed 10.01.2020).

Ukhova 2018a-Ukhova L. V. “Promoting” text: concept, features, functions // Verkhnevolzhsky philological Bulletin. 2018. No. 3. Pp. 71–82.

Ukhova 2018b-Ukhova L. V. Rhetorical bases of “selling” speech // media Rhetoric and modern culture of communication: science-practice-training Collection of articles of the XXII International scientific conference. Responsible editor V. I. Annushkin. 2019. Pp. 199–204.

Encyclopedic dictionary-reference. Expressive means of the Russian language and speech errors and shortcomings / edited by A. P. Skovorodnikova. – Moscow: Flint : Nauka, 2005. 480 p.

УДК 004.58

Зюкина Зульфира Салиховна

кандидат педагогических наук, доцент
доцент кафедры русского языка юридического института
Российского университета дружбы народов
z.zyukina@yandex.ru

Федорова Наталья Владимировна

кандидат педагогических наук, доцент
доцент кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности,
Новосибирского государственного педагогического университета
b_peremena@list.ru

**ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРНЕТ СМИ
ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ**

В данной статье рассматривается использование возможностей интернет СМИ профессиональной направленности для формирования речевой культуры студентов и компетенций, сформулированных как готовность к социальному партнерству и способность к реализации образовательных и культурно-просветительских программ для населения.

Ключевые слова: информационные ресурсы, социальное партнерство, мультимедийное пространство, дополнительное образование.

Zyukina Zulfira Salikhovna

PhD of pedagogical Sciences, associate Professor
Associate Professor of the Russian language Department of the law Institute,
peoples ' friendship University of Russia
z.zyukina@yandex.ru

Fedorova Natal'ya Vladimirovna

PhD of pedagogical Sciences, associate Professor of the Department
of socio-cultural and library activities, Novosibirsk state pedagogical University
b_peremena@list.ru

**THE USE OF INTERNET MEDIA IN THE FORMATION
OF SPEECH CULTURE OF STUDENTS**

This article discusses the experience of the Internet media professional orientation for the formation of speech culture of students and competencies formulated as a willingness to social partnership and the ability to implement educational and cultural and educational programs for the population.

Keywords: information resources, social partnership, multimedia space, additional education.

ВВЕДЕНИЕ

В глобальной сети современные российские интернет СМИ завоевывают свое пространство и своего читателя. Проблема применения Интернета в образовательной деятельности в настоящее время решается многофункционально: широкое развитие дистанционного образования, профессионально ориентированные группы в социальных сетях, обучающие видеоролики на видеохостингах и другое. Однако проблема обучения студентов гуманитарных (нежурналистских) профилей на дисциплинах, предполагающих выполнение целого ряда работ, связанных с анализом СМИ (с точки зрения их профессиональной актуальности для будущих бакалавров) и созданием публицистических текстов различных жанров, в настоящей образовательной практике решается крайне редко.

Актуальность обучения студентов вызвана необходимостью обращения к страницам печатных и экранных СМИ в Интернете для формирования компетенций, сформулированных как готовность к социальному партнерству и способность к реализации образовательных и культурно-просветительских программ для населения.

Формирование навыков работы с электронными ресурсами

Обучение студентов четвертого курса направлений «народная художественная культура», «социально-культурная деятельность», «библиотечно-информационная деятельность» и некоторые другие предполагает формирование компетенций, связанных с овладением навыков информационно-коммуникационных технологий: поиском информационных ресурсов, методами сбора, проверки и анализа информации, технологиями работы с электронными ресурсами и методами работы с ними, а также умением освещать культурную информацию в периодической печати, на радио и телевидении, в глобальном интернет-пространстве.

Освещая проблемы культурного развития в СМИ, преподаватель со студентами обсуждает тематику и проблематику научно-популярных журналов и профессиональной прессы в области культуры: духовно-

культурное содержание журналов «Нескучный сад», «Фома», вопросы освещения культурной традиции в журнале «Живая старина», проблемы педагогической направленности в культуре по журналам «Воспитание и образовании в Новосибирской области», «Внешкольник», подходы к дополнительному образованию детей в журналах «Детский досуг», «Детское творчество». Благодаря возможности работать в компьютерном классе, студенты делятся на пары, выбирают один из журналов для анализа. Им предлагается примерный план анализа: изучить рубрикатор в оглавлении журнала, понять его цель (миссию) и выявить адресата (широкий круг читателей, профессионалы и др.), прочитать одну статью и подготовить краткий отзыв о ней.

Следующая половина занятия посвящена обзору профессионально-педагогических журналов. Студентам предлагается определить, кто будет выступать с монологическим обзором, а кто – отвечать на вопросы однокурсников (для этого предлагается задание группе – составить и задать не менее трех вопросов выступающим). Анализу подвергается и речь участников диалога, где обращается внимание на типичные ошибки и недочеты студентов: повтор слов-паразитов, наличие сниженной (разговорной) лексики при эмоциональной оценке журнала или озвучивании отзыва на статью, неумение задавать вопросы, непонимание вопроса, вследствие чего дается неточный или уводящий от темы ответ. [Зюкина, Федорова 2019; 223–224].

На занятиях, посвященных проблемам культурного развития России на телевидении, проводится анализ алгоритма создания телевизионного сюжета, определяется его строение, экспозиция, завязка, развитие действия, конфликт, кульминация и развязка. Определяется проблема в телевизионной передаче, ее актуальность, описываются выразительные средства экрана. Сначала такая работа проводится на примере популярных для зрителей передач «Голос», «Поле чудес» (Первый канал – постановочно-игровые, конкурсные передачи), «Когда все дома», «Далекie близкие» (Телеканал Россия-1 – программы-знакомства, интервью с социально-значимой личностью по актуальным вопросам), новостные программы, в составе которых студенты могут увидеть репортажи, телевизионные отчеты, корреспонденции и обозрения [Агамян 2011; 60–63].

На втором этапе студенты переходят к анализу программ телевизионного канала «Культура», где студентам предлагается выбрать одну из интересных и актуальных для них программ, проанализировать ее по плану:

1. Название программы, время ее появления на канале.
2. Миссия программы, ее основатель.
3. Роль ведущего в программе.
4. Тематика программы и ее жанр.
5. Показ и анализ фрагмента программы.
6. Ответы на вопросы одногруппников.

Комплексный характер задания предполагает время для анализа, поэтому задание дается в качестве домашнего, благодаря чему студент может осуществить просмотр нескольких программ, выбрать нужный фрагмент, подготовить к нему вопросы, разработать сценарий выступления. Качество подготовки и характер выступлений позволяют сделать вывод о том, что студенты, как правило, имеют при себе готовый конспект или тезисный план, в процессе выступления их речь содержательна, логична, наблюдается правильность и чистота речи, выступающие включают элементы образности, выразительности речи.

Формирование навыков создания публицистических текстов различных жанров

На следующем этапе обучения студентам предлагается попробовать себя в одном из журналистских жанров. Цель такой работы – учиться описывать профессиональную деятельность и достижения мастеров в разных видах творчества в одном из журналистских жанров: заметка, очерк (проблемный или портретный), хроника, зарисовка, интервью, отчет, путевые заметки, репортаж, статья, обзор, рецензия. Для этого необходимо изучить структуру выбранного жанра, особенности его речевого оформления. Но самым главным компонентом становится содержание: выбор культурного события, осознание вопроса что случилось? что станет предметом отображения? Каждую минуту происходят миллионы культурных событий, фактов накапливается намного больше, чем мы можем уловить, понять и передать читателям. Люди подписываются на газеты, журналы и телеканалы,

чтобы получить ограниченную их интересами информацию, и среди этих интересов непременно культурные события и факты, так как они отражают духовно-эстетическую потребность людей, потребность в реализации их эмоционально-чувственной природы [Черникова 2012; 184 – 185]. При работе над текстом выбранного жанра индивидуальность стиля приветствуется. Такая работа вызывает особый интерес студентов: достаточное количество образцов, увиденных и проанализированных ими в интернет СМИ, возможность изучить структуру и особенности жанра, понравившегося им, подобрать тему и проблеме, найти оригинальный путь ее освещения. В процессе обучения также обсуждается универсальный характер деятельности журналистов и специалистов в области дополнительного образования в мультимедийном пространстве: они должны уметь не только собирать информацию и создавать тексты, но и работать с фото- и аудиоматериалами, записывать, монтировать и выкладывать видеоконтент, а значит, быть способными самостоятельно продюсировать, снимать и монтировать репортажи с культурных событий и даже вести свой блог [Уланова 2014; 228–229].

На заключительном занятии готовится настенная газета. Студенты обсуждают ее название, оформляют подготовленный журналистский материал (фрагменты своих работ с указанием автора), подбирают к ним фотографии или рисунки. Вывешивается газета в холле вуза, что вызывает живой отклик читателей – студентов младших курсов. Подготовка и создание настенной газеты – один из важных этапов в деятельности будущих педагогов, которые должны быть готовы к руководству стенной печатью в образовательном учреждении, овладеть умениями и навыками оценки содержательного и общего эстетического оформления газеты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование возможностей интернет СМИ позволяет целенаправленно формировать компетенции, сформулированные как готовность к социальному партнерству и способность к реализации образовательных и культурно-просветительских программ для населения, речевую культуру студентов, обогащать их речь выразительными

средствами устной и письменной речи, а также развивать их эстетический вкус в процессе выбора СМИ для организации профессиональной деятельности и личного досуга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Агамян Е. Ю.* Основы тележурналистики: учебное пособие. – Новосибирск, 2011. С. 60–63.
- Зюкина З. С., Федорова Н. В.* Использование возможностей интернет СМИ в формировании речевой культуры студентов. // Язык и речь в интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей III Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, Т. 1. / под общ. ред. А. В. Должиковой, В. В. Барабаша. – Москва: РУДН, 2019. 343 с.
- Уланова М. А.* Интернет-журналистика: Практическое руководство. – М., 2014. 147 с.
- Черникова Е. В.* Основы творческой деятельности журналиста: учебное пособие. – М., 2012. С. 184–185.

REFERENCES

- Agamyan E. Yu.* Fundamentals of TV journalism: a textbook. – Novosibirsk, 2011. P. 60–63.
- Zyukina Z. S., Fedorova N. V.* Using the capabilities of the Internet media in the formation of students' speech culture. // Language and speech on the Internet: personality, society, communication, culture: collection of articles of the III International scientific and practical conference. Moscow, RUDN, Vol. 1. under the General editorship of A. V. Golikova, V. Barabash. – Moscow: RUDN, 2019. 343 pp.
- Ulanova M. A.* Internet journalism: a Practical guide. – Moscow, 2014. 147 pp.
- Chernikova E. V.* Fundamentals of creative activity of a journalist: a textbook. – Moscow, 2012. Pp. 184–185.

УДК

Кузнецов Андрей Валерьевич

аспирант кафедры испанского языка и перевода
переводческого факультета Московского государственного
лингвистического университета,
переводчик АО «Делойт и Туш СНГ»
svift2007@yandex.ru

**АЛЛЮЗИЯ КАК ЭКЗОГЕННЫЙ ФАКТОР СМЕЩЕНИЯ
АТТЕНЦИАЛЬНОГО ФОКУСА
(НА МАТЕРИАЛЕ ИСПАНОЯЗЫЧНЫХ СМИ)**

Статья посвящена актуальным проблемам современной лингвистики и риторики, связанным с фокусированием внимания получателя информационного сообщения. Цель данной работы заключается в демонстрации функций аллюзии и смежных интертекстуальных явлений (ИТЯ) в газетно-публицистическом дискурсе, как эффективных приемов управления аттенсиальным фокусом. Подчеркивается эффективность использования аллюзий и цитат в жанре личностное интервью. В основе исследования лежит метод сплошной выборки и сравнительного анализа. Материалом исследования служит интервью с современным испанским поэтом Луисом Гарсией Монтеро на испанском языке. В заключении делается вывод о важности употребления в речи аллюзий и смежных ИТЯ, как риторических приемов, оказывающих непосредственное влияние на эффективность коммуникации.

Ключевые слова: аллюзия; фокус; интертекстуальность; внимание; функции; СМИ; журналистика; интервью.

Kuznetsov Andrey Valeryevich

Postgraduate Student of the Spanish Language and Translation/Interpreting
Department of the Faculty of Translation and Interpreting of the Moscow
State Linguistic University
Translator/Interpreter AO Deloitte & Touche CIS,
svift2007@yandex.ru

**ALLUSION AS AN EXOGENOUS DRIVER SHIFTING
THE ATTENTIONAL FOCUS
(BASED ON SPANISH MEDIA)**

This article deals with urgent issues of contemporary linguistics and rhetoric related to shifting the attentional focus of a news item recipient. It is aimed at presenting the functions of allusions and related intertextual phenomena (IP) in journalese discourse. These functions are considered

efficient means of controlling the attentional focus. The efficient use of allusions and citations in profile interview is also emphasised in the article. The methodology of this study is based on the comparative analysis and continuous sampling. The research material comprised the interview with contemporary Spanish poet Luis García Montero (in Spanish). The article concludes on the importance of allusions and related IPs, as rhetoric means which directly impact the efficiency of communication.

Keywords: allusion; focus; intertextuality; attention; functions; mass media; journalism; interview.

ВВЕДЕНИЕ

Изучение свойств стилистических приемов с коммуникативно-прагматической точки зрения вызывает интерес у немалого числа исследователей. Прагматический аспект предполагает углубленное изучение специфики производителя речи и специфики объекта речи (адресанта и адресата), определяющих во многом характер, особенности языка СМИ – стилевую направленность, эмоциональность, оценочность и многие другие качества [Ильясова, Амири, 2018: 11]. Складывающаяся тенденция обусловлена, в первую очередь, необходимостью расширения практического потенциала средств, придающих письменной и устной речи особый оттенок, повышающих эффективность коммуникации. Данный вопрос чрезвычайно актуален для средств массовой информации, где помимо такого параметра, как злободневность превалируют краткость и содержательность сообщения.

Однако, по нашим наблюдениям за развитием СМИ, в последнее время складывается тенденция к повышению степени эмоционально-оценочной составляющей информационных сообщений. По сравнению с печатными изданиями, теле- и радиопередачи отличаются повышенной частотностью употребления тех или иных оценочных категорий. Причиной тому служит тот факт, что время, отводимое получателю аудио- или видеосообщения на восприятие информации, значительно меньше, чем читателю печатной статьи. Помимо этого, текст всегда есть возможность перечитать, вернуться к непонятым после первого ознакомления абзацам, в то время как цель устной речи

заключается в мгновенном донесении основной идеи сообщения. Следовательно, журналистам на радио и телевидении приходится изыскивать способы максимально эффективного воздействия на получателя сообщения.

Разумеется, не стоит исключать потенциал технических средств. В настоящее время практически любое интервью или выпуск новостей можно просмотреть в режиме офлайн. В данном случае количество просмотров или прослушиваний одного и того же материала может быть ограничено разве что только техническими настройками (например, доступ в интернет и т. д.).

Важно подчеркнуть, что мотивы, руководимые оценкой, не всегда апеллируют к знаниям о свойствах оцениваемого предмета. Известным фактом является то, что нередко оценки мотивируются психическими состояниями оценивающего – завистью, обидой, недоброжелательством. В данном случае свойства оцениваемого предмета заменяются позицией оценивающего, что является красноречивым свидетельством сложности проблемы разграничения предмета оценки и ее основания [Писанова, 1997: 50-51].

Принимая во внимание, что аллюзия относится отечественными и зарубежными лингвистами в разряд интертекстуальных явлений (Онищенко, Женетт, Маседо Родригес и др.), в поле нашего исследования попало и такое смежное с аллюзией явление как цитата. В данной работе предлагается анализ именно этих двух интертекстуальных явлений (ИТЯ). Кратко будет затронут также вопрос и о плагиате как одной из форм проявления интертекстуальности.

Задачи данной работы сводятся к следующему:

- 1) провести сравнительный анализ некоторых подходов к употреблению аллюзии как риторической фигуры в отечественной и испанской лингвистике с коммуникативно-прагматической точки зрения;
- 2) проанализировать аллюзию как инструмент влияния на направленность аттенционального фокуса получателя сообщения в зависимости от функциональных особенностей конкретного ИТЯ.

Материалом исследования послужило интервью с современным испанским поэтом Луисом Гарсией Монтеро. Видеозапись интервью опубликована на сайте информационного портала La Cadena Ser¹. В целях демонстрации эмпирического материала нами выполнена расшифровка фрагментов интервью. Обратим внимание на то, что специфика нашего научного интереса ограничена исследованием испаноязычных СМИ. Однако ввиду представляющейся нам полезности полученных результатов не только для испанистов, но и для более широкого круга лингвистов и представителей других профессий (журналистов, репортеров и др.), нами также выполнен перевод некоторых значимых фрагментов текста на русский язык. Анализ фрагментов сопровождался поиском дополнительных сведений, результаты которых также представлены в двуязычном формате.

Аллюзия: риторика в интертексте

Как известно, риторика – это теория ораторского искусства [Ожегов, 1996: 669]. Навыки ораторского мастерства нужны не только тем, кому приходится выступать перед публикой. Не менее важен данный навык и тем, чья деятельность в принципе связана с необходимостью привлечь внимание, убедить, повлиять на точку зрения или даже ее изменить с помощью устной или письменной речи. Одним из наиболее эффективных инструментов воздействия на человека является СМИ. В данном контексте мы соглашаемся с О. В. Онищенко, утверждающей, что публицистический текст становится не только источником информации, но и источником формирования отношения к этой информации..., что приводит к использованию огромного арсенала выразительных и изобразительных средств языка: определенные лексические разряды слов, фразеологизмы и др. Кроме того, для создания экспрессивности, оценочности, убедительности публицистического текста используют интертекстуальные связи и прецедентные феномены [Онищенко, 2010: 58].

¹ URL: https://cadenaser.com/programa/2015/03/23/la_vida_moderna/1427137574_414289.html

В данной статье предлагается рассмотреть особенности функционирования аллюзии в таком журналистском жанре как личностное интервью¹ и оценить ее влияние на эффективность коммуникации.

Согласно традиционному подходу в российской и испанской лингвистике аллюзия считается, с одной стороны художественным или стилистическим приемом (Белокурова, Фернандес), а с другой – одной из форм проявления интертекстуальности (Женетт, Родригес, Онищенко). Однако имеется немало источников, указывающих на то, что аллюзия относится в том числе и к риторическим фигурам.

Так, в толковом словаре Королевской Академии испанского языка предлагается определение, в котором отмечается, что аллюзия относится к риторическим фигурам:

Alusión

2. *f. Ret.* Evocación de alguien o algo no mencionados por medio de una referencia cultural, histórica, mitológica, etc., como en *el mentido robador de Europa por el toro* [Diccionario de la lengua española URL].

Большой толковый словарь испанского языка прямо называет аллюзию риторической фигурой:

Alusión

- 2) Figura retórica que consiste en indicar una cosa mediante la mención de otra, que tiene con la primera una relación conocida por el que habla y por su público [Gran Diccionario de la lengua española..., 1996].

Последнее определение интересно тем, что объединяет в себе три качества, присущие аллюзии и как риторической фигуре (*figura retórica*), и как стилистическому приему (отмечен механизм функционирования аллюзии в тексте или речи «...indicar una cosa mediante la mención de otra...»), а также как интертекстуальному явлению (условием, при котором возможна дешифровка заложенного в аллюзию

¹ В ходе проводимого нами научного исследования была проведена инвентаризация журналистских жанров в российских, испанских и латиноамериканских СМИ, по результатам которой с целью обеспечения сопоставимости результатов нами были отобраны группы жанров, представленных в трех обозначенных регионах.

смысла, является наличие знаний об объекте, на который ссылается автор высказывания («...una relación conocida por el que habla y por su público»).

Таким образом, третье из перечисленных выше качеств аллюзии как риторической фигуры обеспечивает, выражаясь военной терминологией, точечное попадание в цель. Иными словами, употребление лексических единиц, известных одновременно автору и получателю одного и того же сообщения, позволяет первому вкладывать в них абсолютно любой смысл, поскольку наличие у второго соответствующих знаний (или фоновых знаний, которые помогут распознать намек) обеспечивает максимальную полноту восприятия информации в зависимости от того или иного контекста. Соответственно, данное свойство аллюзии позволяет говорить о возможности управления фокусом внимания получателя сообщения.

Аттенциальный фокус и полифункциональность аллюзии в интервью

Одним из наиболее важных аспектов журналистики является работа с вниманием аудитории прессы. Вопрос состоит не только в том, как внимание привлечь, но и в том, как его удержать и сфокусировать на рассматриваемой проблематике, или же изменить фокус. В лингвокогнитивных исследованиях фокусирование внимания определяется как широкий класс лингвокогнитивных процессов, в ходе которых происходят изменения в распределении внимания носителей языка, приводящих к повышению салиентности определенных аспектов конструируемых ситуаций, т. е. их перемещению в фокус внимания. Фокусирование воспринимается как важнейший фактор формирования значения, как процесс, в реализации которого происходят подавление нерелевантных для текущей деятельности сигналов и выдвижение в основной фокус наиболее значимых элементов конструируемой ситуации или объекта. Процесс фокусирования может протекать в различных форматах: лексико-семантическом, синтаксическом и дискурсивном [прив. по: Ирисханова 2014].

Аттенциальное фокусирование, является эффективным средством вывода наиболее значимой информации о референтной ситуации или ее аспектах в фокус внимания [Богоявленская, 2018: 25].

Следует также отметить, что немаловажную роль играет и то, насколько прочно сообщение закрепится в памяти получателя. Для этого в журналистике используются различные приемы. В ходе проводимого нами анализа испаноязычных СМИ было выявлено, что достаточно широко распространено употребление такого стилистического приема как аллюзия. Как известно, аллюзия является средством создания межтекстовых связей, а также, вспоминая слова И. Р. Гальперина, может функционировать как средство «расширенного переноса свойств и качеств мифологических, библейских, литературных, исторических персонажей и событий на те, о которых идет речь в данном высказывании», в таком случае «аллюзия не восстанавливает хорошо известный образ, а извлекает из него дополнительную информацию» [Гальперин, 1981]. Говоря о присутствии межтекстовых связей, мы имеем дело ни с чем иным, как с проявлением диалогичности в системе источник-получатель информационного сообщения. Исследователи отмечают, что для современных газет характерны следующие основные тенденции: «1) изменение в системе стандарт-экспрессия (экспрессия выходит на первое место); 2) усиление диалогичности; 3) усиление личностного начала, т.е. индивидуализация, что наиболее четко видно на примере жанра статьи; 4) стилистическая «многогранность»; 5) интертекстуальность; 6) интимизация изложения (в особенности для массовых изданий); 7) расширение экспрессивно-эмоциональных и образных средств» [Фатина А. В., 2006: 57, цит. по Ильясова, Амири, 2018: 12]. Частота употребления аллюзий в аудио- и видеосообщениях говорит о том, что вышеупомянутое наблюдение вполне справедливо может применяться не только к газетам, но и к аудиовизуальным СМИ.

В одной из наших предыдущих работ, посвященных коммуникативно-прагматической трактовке аллюзии, был представлен перечень функций, выполняемых аллюзией и смежными ИТЯ в СМИ¹.

В данной статье ограничимся рассмотрением некоторых функций и проследим момент переключения аттенциального фокуса.

¹ Данные функции были выявлены нами в ходе анализа испаноязычных СМИ, проводимого в рамках нашего научного исследования. Названия функций отражают их сущность и роль в высказывании.

Реализацию сразу целого ряда функций ИТЯ можно проследить на следующем примере. Обратимся к жанру личностное интервью. На популярном испанском информационно-аналитическом интернет-портале La Cadena Ser выходит авторская рубрика Давида Бронкано La vida moderna. Героем очередного выпуска становится один из известнейших современных испанских поэтов Луис Гарсия Монтеро. Предлагаем проследить как аллюзия на одну из цитат, употребленная гостем в самом начале интервью, повлияла на дальнейших ход беседы. Последовательно представим фрагменты диалога, в которых будет продемонстрирована цепочка развития функционального многообразия аллюзии и смежных ИТЯ. Итак, начинает эту цепочку гость программы, отвечая на первый вопрос журналиста:

- ... Me metí en Wikipedia, he buscado Luis García Montero y me... lo he impreso aquí a chorro o sea... sin seleccionar. ¿Cómo te define Wikipedia? “Poeta y crítico literario español, ensayista y profesor de literatura”.
- Sabes lo que es... soy sobre todo lector y...
- ¿Lector?
- Sí.
- Pues, corregimos y ponemos aquí Luis García Montero – lector (*смеются*)¹.
- Bueno, sabes lo que pasa es que... Borges decía que **estaba más orgulloso de los libros que había leído que de los que había escrito** (*журналист смеется*) y como pongamos eso se van a creer que me estoy igualando a Borges (*оба смеются*).
- Claro.

Поэт, говоря о том, что помимо всего прочего он еще и читатель, ссылается на слова великого аргентинского поэта и прозаика XX века Хорхе Луиса Борхеса, передавая содержание слов одного из его уже ставшего крылатым изречений: «*Que otros se enorgullecen por lo que han escrito, yo me enorgullezco por lo que he leído*»². Популярность

¹ Здесь и далее комментарии к диалогу наши – А. К.

² «Пускай другие гордятся теми книгами, что они написали. Я же горжусь теми книгами, что я прочел.» (перевод наш – А. К.) URL: <http://www.frasedehoy.com/frase/1129/que-otros-se-jacten-de-las-paginas-que-han-escrito-a-mi-me-enorgullecen-las>

данной цитаты подтверждает и тот факт, что она была включена журналистами одной из передовых испанских газет ABC в статью под названием *Jorge Luis Borges, en sus palabras*, посвященную крылатым фразам писателя [ABC URL¹].

Обратим внимание на завершающие слова реплики «... у como pongamos eso se van a creer que me estoy igualando a Borges»². Гость программы произносит их с определенным намерением, желая таким образом в шуточной манере обыграть неумышленную попытку журналиста сравнить поставив своего гостя на одну ступень с выдающейся личностью нашей современности. В данном случае просматривается довольно успешная попытка избежать намека на плагиат, также относящийся к категории интертекстуальности (согласно терминологии Ж. Женетта).

В данном примере наблюдается *вовлекающая функция ИТЯ*, особенность которой, как и некоторых других выявленных нами функций (например, настраивающей), заключается в том, что она способствует дальнейшему построению диалога в интертекстуальном ключе, то есть стимулирует к употреблению других ИТЯ, которые, как следствие, будут выполнять свои функции.

Обратим внимание на то, что рассматриваемая цитата Хорхе Борхеса выполняет также *аргументативную функцию*. Собеседник, отвечая на вопрос журналиста, ссылается на авторитетное мнение, подкрепляя тем самым свою позицию. Обратной стороной аргументации является убеждение. Соответственно, увидев, что позиция гостя была принята ведущим, мы вправе смело сделать вывод о том, что и *персуазивная функция цитаты* была реализована в полном объеме.

Под персуазивной коммуникацией (или персуазивным речевым действием) понимается комплексная речевая деятельность с целью изменения или формирования конкретного отношения у адресата, который должен способствовать выполнению или невыполнению коммуникативных действий [Mann, 1999].

¹ https://www.abc.es/cultura/libros/abci-jorge-luis-borges-palabras-201604201314_noticia.html

² «... если мы это допишем, люди начнут думать, что я посмел сравнить себя с Борхесом» (перевод наш – А. К.).

Разумеется, первое, на что можно обратить внимание, это на комический эффект, произведенный аллюзией. Подтверждением тому является реакция обоих собеседников. Аналогичный эффект данная коммуникативная ситуация производит и на зрителя. Таким образом, в данном примере наблюдается и *развлекательная функция аллюзии*.

В анализируемом примере видно, как журналист проявляет заинтересованность в подобном начале беседы, и обращается с просьбой цитировать в ходе интервью еще чьи-либо известные афоризмы, поскольку, как ощутили оба участника интервью, это придает беседе особый настрой. Так, незаметно для самого себя, он встраивается в поток мысли своего гостя (очевидно одновременное проявление *настраивающей и стимулирующей функций ИТЯ*), и на очередную цитату, на этот раз уже немецкого философа, отвечает цитатами великих испанских поэтов, наращивая эмоционально-семантический потенциал диалога.

- Eso es que sería estupendo, es decir, oye, como diría Kant, “**te voy a dar un abrazo**”. (*смеется*)
- Como decía Neruda “**¡Qué buena tarde se ha quedado!**”
- ... se ha quedado. (*оба смеются*)
- En una situación como ésta te diría Lope de Vega: “**¿Quieres un vaso de agua?**” (*оба смеются*)
- Eso es. “**¿Quieres una tinaja?**”
- ... una tinaja.

Можно видеть, как буквально в нескольких следующих одна за другой репликах появляются сразу четыре цитаты известнейших исторических личностей, таких как Иммануил Кант, Пабло Неруда, Лопе де Вега. Трудно сказать, на что хотел сослаться Давид Бронкано, перехватив последнюю цитату словами “*¿Quieres una tinaja?*”. Можно предположить, что это аллюзия на диалог Киклопа и Корифея – героев сатирической драмы «Киклоп», написанной древнегреческим драматургом Еврипидом, с помощью которой ведущий «подыграл» своему гостю, продолжив ряд известных высказываний, настраивая таким образом интервью на шуточный лад и непринужденную манеру общения, свойственную испанской культуре.

Говоря об употреблении сатирических высказываний, необходимо обратить внимание на анализ работ французского структуралиста Ж. Женетта, проведенный современным мексиканским лингвистом Альфонсо Маседо Родригесом. Так в статье «Интертекстуальность на стыке гуманитарных наук»¹ Родригес делает интересное наблюдение о том, что «одним из наиболее часто упоминаемых произведений в работе Ж. Женетта «Палимпсесты» является шуточно-пародийная поэма «Батрахмиомахия», в которой высмеивается эпический стиль Гомера» (перевод наш – А. К.). «Батрахмиомахия» (или «Война мышей и лягушек») – это древнегреческая пародийная поэма о войне мышей и лягушек, пародия на «Илиаду» Гомера. Данная поэма является первым образцом такого жанра как бурлеск, возникшего ещё в античной литературе. А если учесть тот факт, что пародия, сатира и бурлеск по мнению Ж. Женетта представляют собой ни что иное как проявление диалогизма, то из всего вышесказанного справедливо следует, что в рассматриваемом интервью журналист блестяще воспользовался эрудицией, сделав отсылку на сатирическую драму Еврипида. Эффект данного приема был усилен благодаря тому, что собеседник был знаком с этим произведением и понял намек ведущего.

Повторение собеседником части услышанной фразы (...una tinaja) подтверждает тот факт, что она была распознана и намек (т. е. аллюзия) воспринят. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в данном примере была употреблена аллюзия на древнегреческое произведение. Отрывок драмы, о котором мы ведем речь, представлен ниже (приведем доступный нам текст на испанском языке, чтобы продемонстрировать присутствие схожих лексических единиц (т. е., следуя терминологии Н. Ю. Новохачевой, графических маркеров), употребленных в самом произведении и в интервью, на основании чего первоначально нами и был сделан вывод о том, что данная реплика относится к разряду аллюзий):

¹ Перевод наш – А. К. Оригинальное название статьи: La intertextualidad: cruce de disciplinas humanísticas.

CÍCLOPE

¿Y la comida está bien preparada?

CORIFEO

Ahí está. No falta más que preparar la garganta.

CÍCLOPE

¿Y también están las colodras llenas de leche?

CORIFEO

*Tanto que puedes beberte, **si quieres, una tinaja entera.***¹

Интересно отметить, что и в имеющемся переводе на русский язык сатирический характер высказывания передан в полной мере:

КИКЛОП

(немного успокоившись)

А завтракать готово? Все в порядке?

КОРИФЕЙ

(развеселясь)

Готово все... Лишь поспевай глотать...

КИКЛОП

И молока в ушаты надоили?

КОРИФЕЙ

О! Молока хоть бочку попроси...²

В данном случае, как и во всех остальных, когда речь заходит о дешифровке ИТЯ, «одним из условий проявления интертекстуальности является наличие у читателей знаний о культурном и литературном наследии» (перевод наш – А. К.). Продолжая цепочку

¹ URL <https://historicaldigital.com/download/euripides%20-%20e1%20ciclope.pdf>

² URL http://lib.ru/POEEAST/EVRIPID/evripid2_8.txt

рассуждений Родригеса, «в действительности, именно читателю [прим.: в данном случае зрителю или слушателю] приходится идентифицировать ссылки на те или иные ранее созданные тексты – гипотексты (следуя терминологии Женетта), чтобы увидеть их функцию в самих гипертекстах» (перевод наш – А. К.)¹ [Macedo Rodríguez, 2008: 106].

В данной ситуации оба собеседника были знакомы со всеми упомянутыми ими цитатами и аллюзиями, что позволило им установить, следуя опять-таки терминологии Родригеса, «подлинный диалог»² (перевод наш – А. К.). Таким образом, данный пример наглядно демонстрирует утверждение вышеупомянутого ученого, согласно которому «одним из условий проявления интертекстуальности является наличие у получателя сообщения знаний о культурном и литературном наследии.

Разумеется, всегда существует вероятность того, что интертекстуальная ссылка останется неидентифицированной при первоначальном знакомстве с сообщением. Тем не менее, не стоит исключать ситуацию, когда читатель (или, как в рассматриваемом примере, зритель или слушатель), подобно ведущему интервью, проявит интерес к услышанным фразам и прибегнет к чтению дополнительной литературы, чтобы познать их смысл и понять, какую мысль на самом деле хотел донести автор. В таком случае мы будем наблюдать косвенную реализацию *просветительской функции ИТЯ*.

Проанализированный пример является весьма показательным. В нем продемонстрирован не только механизм реализации ИТЯ в интервью, но и проявление полифункциональности одного и того же ИТЯ.

Финал данного интервью был увенчан двумя цитатами, произнесенными обоими участниками. Начало этому эстетичному финалу положил опять-таки гость программы, ответив на просьбу журналиста вспомнить еще «какую-нибудь пришедшуюся ему по душе цитату»:

¹ Una de las condiciones para que la intertextualidad pueda existir plenamente se produce en el acervo cultural y literario de los receptores; son éstos los que, en realidad, tendrían que identificar las referencias a ciertos textos previos (el hipotexto, de acuerdo con Genette) para notar cómo están funcionando dichas referencias en los hipertextos.

² Сам Родригес употребляет термин el diálogo verdadero.

- ... Como diría Schopenhauer en una situación igual a esta, “**muchas gracias por tu visita**”. Y *gracias por invitarme* a tu programa.
- Como dijo Socrates así “**es un placer**”.

На первый взгляд вполне очевидно, что для испанской языковой личности завершающие разговор фразы *muchas gracias por tu visita* и *es un placer* являются общеупотребительными и не производят каких-либо намеков. Тем не менее форма подачи этих фраз обеими участниками диалога делает их очередным показательным примером того, как в потоке речи мы наблюдаем два различных ИТЯ, следующих буквально друг за другом. Более того первое ИТЯ (слова Шопенгауэра) стимулирует появление второго (аллюзия на только что произнесенную цитату).

Вполне естественно, что, поддерживая творческое настроение всего интервью и расположение своего гостя, ведущий обязан был принять такую креативную подачу и предложить достойный ответ, что ему, собственно говоря, и удалось. Реплика Монтеро со словами Шопенгауэра явилась еще одним стимулом, только на этот раз уже к созданию ответной и заключительной реплики со стороны ведущего. Таким образом, на данном примере наглядно продемонстрирована очередная комбинация функций ИТЯ, а именно: *эстетической, стимулирующей* и *креативной*. Обмен цитатами великих философов разных эпох позволил создать необычную, творчески оформленную развязку данного сюжета.

Нельзя недооценивать и *просветительскую* роль каждой грамотно и целесообразно поданной цитаты. В рассмотренных примерах каждой цитате предшествует имя ее автора, что, несомненно, обеспечивает и максимальную степень воздействия как на собеседника, так и на слушателя, а также способствует закреплению данного материала в памяти. В таком случае, при условии, что упомянутые цитаты незнакомы и услышаны впервые, получателю сообщения нет необходимости, как говорилось выше, прибегать к самостоятельной работе с дополнительными материалами, чтобы удовлетворить собственный

познавательный интерес. Вся информация уже представлена в готовом виде, остается лишь ее воспринять, проанализировать и, при наличии интереса, закрепить в памяти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги проведенного исследования сделаем некоторые выводы. Личностное интервью является одним из широко распространенных в современной журналистике жанров. Его специфика обуславливает необходимость и целесообразность употребления исследуемого ИТЯ, которое, как показали результаты теоретического анализа, является, помимо прочего, риторической фигурой.

В рассмотренных примерах употребление цитат и аллюзий демонстрирует высокий уровень подготовки журналиста, осознающего цель личностного интервью. Именно понимание цели позволило журналисту построить беседу соответствующим образом, что дало его гостю возможность проявить не только свою эрудицию, но и красоту и богатство авторского слога.

Наделение аллюзии смыслом и его угадывание всегда обусловлены авторским и читательским видением рассматриваемой проблемы. Успешным можно считать такой газетно-публицистический дискурс, в котором авторское и читательское видение проблемы совпадают, что характерно для эмоционально-оценочных аллюзий, в которых в полном объеме отражаются индивидуально-личностная культура и профессиональное мастерство адресанта и культура адресата.

Таким образом, как с позиции лингвистики, так и риторики, проанализированные фрагменты интервью достойны служить материалом для подготовки как журналистов, так и ораторов.

В то же время раскрытый полифункциональный потенциал аллюзии и смежных ИТЯ проявил себя в качестве одного из инструментов управления аттенциальным фокусом.

В заключении еще раз подчеркнем важность употребления в речи аллюзий и смежных ИТЯ, как риторических приемов, оказывающих непосредственное влияние на эффективность коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белокурова С. П.* Словарь литературоведческих терминов / С. П. Белокурова. – Санкт-Петербург : Паритет, 2006. – 314, [2] с.
- Богоявленская Ю. В., Чудинов А. П.* Взаимодействие парцелляции и метафоры как средств аттенциального фокусирования в художественном и публицистическом дискурсах // Язык и культура. 2018. № 41, с. 24–39.
- Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – С.110.
- Еврипид. Киклоп. Перевод Иннокентия Анненского. Еврипид. Трагедии. В 2 томах. Т. 2. «Литературные памятники», М., Наука, Ладомир, 1999
- Ирисханова О. К.* Игры фокуса в языке: семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования. М.: Языки славянской культуры, 2014. 320 с.
- Новохочева Н. Ю.* Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI вв: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2005. 16 с.
- Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская АН.; Российский фонд культуры; – 3-е изд., стереотипное – М.: АЗЪ, 1996 – 928 с.
- Онищенко О. В.* Функционирование аллюзий, реминисценций и прецедентных феноменов в текстах русскоязычных СМИ. Вестник ТГПИ. Гуманитарные науки. 2010. Специальный выпуск № 2. С. 58–64.
- Писанова Т. В.* Национально-культурные аспекты оценочной семантики: Эстетические и этические оценки. – М.: Издательство ИКАР, 1997. – 320 с.
- Фатина А. В.* Функционирование заголовочных комплексов в современной российской газете (стилистика-синтаксический аспект): дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2006.
- Diccionario de la lengua española URL: <https://dle.rae.es/alusi%C3%B3n>
- Genette, G.* Palimpsestos. La literatura en segundo grado, trad. de Celia Fernández Prieto, Madrid: Taurus. 1989. P. 520.
- Gran Diccionario de la lengua española. Larousse Planeta, S.A. 1996, Barcelona ISBN 84-8016-265-1. 1856 p.
- Macedo Rodríguez A.Á.* La intertextualidad: cruce de disciplinas humanísticas. México, Hidalgo. Ximai. Vol. 3, No 5 (2008). P. 103–111. URL: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4953777.pdf>
- Mann, Elke.* Persuasive Sprechhandlungen in Alltagsdialogen des Russischen, unter besonderer Berücksichtigung ihrer Handlungsbedingungen. Inauguraldissertation zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie. – Potsdam, 1999.

REFERENCES

- Belokurova S. P.* Slovar' literaturovedcheskih terminov / S. P. Belokurova. – Sankt-Peterburg : Paritet, 2006. – 314, [2] s.
- Bogojavlenskaja Ju. V., Chudinov A. P.* Vzaimodejstvie parcelljacii i metafory kak sredstv attencial'nogo fokusirovanija v hudozhestvennom i publicisticheskom diskursah // *Jazyk i kul'tura*. 2018. № 41, s. 24–39.
- Gal'perin I. R.* Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovanija / I. R. Gal'perin. – M.: Nauka, 1981. – S. 110.
- Eviprid.* Kiklop. Perevod Innokentija Annenskogo. Evripid. Tragedii. V 2 tomah. T. 2. «Literaturnye pamjatniki», M., Nauka, Ladimir, 1999.
- Irishanova O. K.* Igry fokusa v jazyke: semantika, sintaksis i pragmatika defokusirovanija. M.: Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2014. 320 s.
- Novohocheva N. Ju.* Stilisticheskij priem literaturnoj alljuzii v gazetno-publicisticheskom diskurse konca XX – nachala XXI vv: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Stavropol', 2005. 16 s.
- Ozhegov S. I. i Shvedova N. Ju.* Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: 80000 slov i frazeologicheskij vyrazhenij / Rossijskaja AN.; Rossijskij fond kul'tury; – 3-e izd., stereotipnoe – M.: AZ##, 1996 – 928 s.
- Onishhenko O. V.* Funkcionirovanie alljuzij, reminiscencij i precedentnyh fenomenov v tekstah russkojazychnyh SMI. Vestnik TGPI. Gumanitarnye nauki. 2010. Special'nyj vypusk №2. S. 58–64.
- Pisanova T. V.* Nacional'no-kul'turnye aspekty ocennoj semantiki: Jesteticheskie i jeticheskie ocenki. – M.: Izdatel'stvo IKAR, 1997. – 320 s.
- Fatina A. V.* Funkcionirovanie zagolovochnyh kompleksov v sovremennoj rossijskoj gazete (stilistiko-sintaksicheskij aspekt): diss. ... kand. filol. nauk. SPb., 2006.
- Diccionario de la lengua española URL: <https://dle.rae.es/alusi%C3%B3n>
- Genette, G.* Palimpsestos. La literatura en segundo grado, trad. de Celia Fernández Prieto, Madrid: Taurus. 1989. P. 520.
- Gran Diccionario de la lengua española. Larousse Planeta, S.A. 1996, Barcelona ISBN 84-8016-265-1. 1856 p.
- Macedo Rodriguez A.Á.* La intertextualidad: cruce de disciplinas humanísticas. México, Hidalgo. Ximai. Vol. 3, No 5 (2008). P. 103–111. URL: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4953777.pdf>
- Mann, Elke.* Persuasive Sprechhandlungen in Alltagsdialogen des Russischen, unter besonderer Bercksichtigung ihrer Handlungsbedingungen. Inauguraldissertation zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie. – Potsdam, 1999.

УДК 371.67:004

Лебедева Ирина Сергеевна

кандидат филологических наук,
доцент кафедры грамматики и истории английского языка
факультета английского языка Московского государственного
лингвистического университета
e-mail: Lebedeva_Irina_68@yahoo.com

Павлова Елена Борисовна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры грамматики и истории факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета
e-mail: lena.pavlova@live.ru

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ РИТОРИКЕ

В статье рассматриваются формы, методы и основные принципы дистанционного обучения риторике. Развитие информационных компьютерных технологий, рост доступности компьютеризированных средств обучения, активная разработка обучающих компьютерных программ и повышение мобильности обучающихся приводят к тому, что дистанционное обучение становится неотъемлемой частью образовательного процесса. Ведется активный поиск и изучение способов использования компьютера в обучении и изучении языка.

Ключевые слова: дистанционное обучение; онлайн-обучение; риторика; учебная деятельность; обучающий модуль; смешанное дистанционное обучение.

Lebedeva Irina Sergeevna

PhD of Philological Science,
associate Professor of the Chair of Grammar and History
of English Department, Moscow state linguistic University
e-mail: Lebedeva_Irina_68@yahoo.com

Pavlova Elena Borisovna

PhD of Philological Science, associate Professor,
associate Professor of the Chair of Grammar and History
of English Department Moscow state linguistic University
e-mail: lena.pavlova@live.ru

DISTANCE LEARNING AND TEACHING RHETORIC

The article provides an overview of forms, methods and major principles of distance learning and teaching rhetoric. Recent advancement in computer technologies, availability of computer-based teaching aids and technologies, development of computer-based teaching programs and students' increasing mobility contribute to the growing role of distance learning in the teaching process. New ways of computer-based teaching and learning are discussed.

Keywords: distance learning; on-line teaching; rhetoric; teaching process; learning module; integral distance learning.

ВВЕДЕНИЕ

Информационные компьютерные технологии внесли кардинальные изменения в сферу образования и успешно используются в изучении различных аспектов языка. Их преимущества как для преподавателей, так и для учащихся, очевидны: информационные компьютерные технологии индивидуализируют обучение, обеспечивают мгновенную обратную связь, способствуют погружению в целевой язык и культуру. В настоящее время активно разрабатываются обучающие компьютерные программы, электронные словари и пособия; обучающимся доступны электронная почта, разнообразные интернет ресурсы и чаты, которые обеспечивают аутентичную языковую среду. Для обучающихся компьютерных программ характерна интеграция грамматики, лексики и речевого производства, позволяющая студентам взаимодействовать с моделируемым миром [Каплан и др. (Kaplan) 1982].

1. Дистанционное обучение, заочное обучение, онлайн-обучение

Дистанционное обучение – способ целенаправленной и методически организованной передачи знаний, формирования умений и навыков обучающихся, проживающих на расстоянии от образовательного центра, цели, задачи и методы которого осуществляются с помощью новейших информационных компьютерных технологий (ИКТ).

Дистанционная форма обучения и *заочная форма обучения* – не тождественные понятия. Дистанционное обучение, в отличие от заочной формы, предусматривает регулярное взаимодействие с преподавателем. Отличительными признаками дистанционной формы обучения является наличие интерактивного источника информационного ресурса и возможность непрерывности обучения и саморазвития.

Онлайн-обучение (электронное обучение) – процесс передачи знаний, умений и навыков в режиме «здесь и сейчас», опосредованный соединением, которое происходит через интернет. Онлайн-обучение неразрывно связано с дистанционным обучением и является его логическим продолжением в эпоху цифровых технологий. Онлайн-обучение является не только средством получения знаний, формирования умений и навыков, осуществления контроля, но и каналом для

интерактивного взаимодействия преподавателей и студентов [Лебедева, Павлова (Lebedeva & Pavlova) 2010; Lebedeva & Pavlova (Лебедева, Павлова) 2014]. Онлайн-обучение происходит в различных формах: аудио, видео, текст с гиперссылками, инфографика, программы и игры. Как при дистанционном обучении, так и при онлайн-обучении между преподавателем и студентом существует расстояние. Понятия «дистанционное обучение» и «онлайн-обучение» на современном этапе отличаются только по своему возрасту – дистанционное обучение появилось раньше онлайн-обучения. В остальном они практически полностью идентичны и обладают сходными характеристиками.

Основными характеристиками субъектов дистанционного обучения являются мотивация и способность к самообразованию. Дистанционное обучение предполагает наличие у обучающегося мотивации к получению знаний и навыков. Без мотивации процесс обучения будет невозможен, так как дистанционное обучение не предполагает строгого контроля со стороны педагогов и кураторов. Дистанционное обучение предполагает, что большую часть учебного материала в процессе обучения осваивает самостоятельно. В том случае, если у человека нет навыков самообразования, то ему процесс обучения будет даваться крайне сложно.

2. Формы и принципы дистанционного обучения

В дистанционном обучении, в отличие от традиционных форм, используются субъектно-ориентированные и проектно-информационные модели. *Основные принципы дистанционного обучения* состоят в следующем:

1. Индивидуализация образовательного маршрута.

Допускается свободный выбор модулей, а также изменение содержания модулей, с учетом поставленных целей и индивидуальных особенностей обучающихся. При этом каждый модуль должен быть относительно независимым от других, чтобы была возможность изменять или дополнять учебный материал, не затрагивая иные модули.

2. Дифференциация требований к результатам обучения.

Требования могут различаться в зависимости от уровня знаний обучающихся, их способностей и целей.

3. Гибкость и динамичность учебного процесса.

Процесс обучения осуществляется в удобное для обучающегося время, в удобном месте и удобном темпе. Каждый самостоятельно выбирает, сколько времени ему необходимо для усвоения учебного материала, а также, каким образом будет происходить его усвоение (чтение учебной и методической литературы, прослушивание аудиолекций, просмотр видео-лекций и т. д.). Содержание модулей отличается гибкостью, имеется возможность адаптировать информацию каждого модуля под индивидуальные возможности и цели каждого обучающегося.

4. Автономность учебной деятельности.

Автономность заключается в самостоятельности, ответственности, саморегуляции, способности к критической рефлексии и принятию решений со стороны обучающегося, а также в высокой степени его вовлеченности в процесс обучения [Павлова, Лебедева (Pavlova & Lebedeva) 2009].

5. Блочно-модульная организация ДО.

Модуль представляет собой целостную структурированную часть основной или дополнительной образовательной программы, направленную на формирование одной или нескольких компетенций и имеющую четкие планируемые результаты. Блочно-модульная реализация дистанционного обучения предполагает следующие основные этапы: 1) диагностика – определение исходного уровня подготовки обучающихся, 2) инструкция по работе с модулем, 3) самостоятельная работа с материалами модуля, 4) текущий контроль, 5) устранение пробелов и ошибок с помощью преподавателя, 6) итоговый контроль, 7) обобщение и систематизация знаний по теме модуля.

6. Коммуникативная интерактивность.

Взаимодействие субъектов учебного процесса с применением средств телекоммуникации (телеконференций, диалогов в режиме реального времени).

7. Интегративность.

Интегративность как принцип организации дистанционного обучения предполагает сочетание современных методов обучения и контроля (информационных и дистанционных технологий). Дистан-

ционное обучение предполагает использование технических средств, которые применяются не только для организации учебного процесса, но и для осуществления контроля, сохранения работ студентов (электронные портфолио), формирование банков знаний.

3. Дистанционное обучение риторике

Для дистанционного обучения риторике, актуальным является широкое определение данной науки. В широком смысле, риторика – дисциплина, изучающая различные жанры речевой коммуникации и характерные для них способы воздействия на реципиента [Гиндин (Gindin) 1986]. Исходя из реальных потребностей обучающихся, в относительно самостоятельную область выделяется деловая риторика. Деловая риторика – наука об убедительной и эффективной речи в различных жанрах делового общения [Аннушкин (Annushkin) 2006].

Дистанционное обучение риторике основано на определенных *общедидактических принципах*. Первостепенное значение имеют принципы систематичности, наглядности, доступности, индивидуального подхода и принцип обучения созданию речи, ориентированной на конкретного адресата.

Принцип систематичности основан на взаимосвязанных этапах риторической мыслеречевой деятельности: 1) порождение содержания речи (инвенция), 2) расположение мыслей по порядку (диспозиция), 3) подбор подходящей словесной формы (элокуция), 4) закрепление подготовленной речи в памяти (меморио), 5) произнесение (акцио). В настоящее время, наряду с классическими этапами, важное значение приобретает этап анализа произнесенной речи. Данный принцип также предполагает систематизацию форм и методов дистанционного обучения.

Принцип наглядности предполагает использование в процессе обучения зрительных ощущений, что значительно облегчает формирование умений и навыков, а также улучшает качество усвоения материала. При дистанционном обучении реализация данного принципа достигается использованием видеосвязи. Видеофрагменты с выступлениями опытных ораторов служат образцами для подражания, а записи выступлений обучающихся позволяют проводить анализ

произнесенной речи, что обеспечивает возможность саморегуляции и критической рефлексии.

Принцип доступности предполагает учет индивидуальных особенностей обучающихся (возраста, социального статуса, образования, уровня подготовки) при отборе материала, выбора метода его подачи и организации учебного процесса.

Принцип индивидуальности обучения риторике определяет применение индивидуализированных методов обучения, дифференцированных заданий, составление индивидуальной программы, что реализуется через блочно-модульную организацию дистанционного обучения, и дифференциацию требований к результатам обучения.

Принцип обучения созданию текста, ориентированного на конкретного адресата, неразрывно связан с пониманием риторики как науки о целесообразной, воздействующей речи и обусловлен наличием в каждой речевой ситуации, по крайней мере, двух участников: говорящего и слушателя. При этом каждый слушатель обладает социальным статусом, половозрастными признаками, характером, образованием, мировоззрением, предпочтениями и имеет определенные ожидания относительно речи оратора. В этой связи, при подготовке любой речи необходим учет особенностей аудитории, а также прогноз реакции на речь потенциального адресата. Ориентация на указанный принцип определяет применение специальных методов обучения созданию текста.

При дистанционном обучении риторике в настоящее время наиболее широко используются не только традиционные информационно-рецептивный метод (предъявление готовой информации педагогом и осознанное восприятие и запоминание обучающимся) и репродуктивный метод учебной деятельности, осуществляемой по определенной инструкции, с воспроизведением знаний и практических умений, приобретенными обучающимися ранее, но и метод проблемного обучения. Метод проблемного обучения – это метод, предусматривающий подачу нового учебного материала через создание проблемной ситуации, решение которой требует от обучающегося вложения интеллектуальных сил.

Формы дистанционного обучения риторике включают синхронное и асинхронное дистанционное обучение. Синхронная форма является интерактивной и предусматривает активное взаимодействие обучающегося и преподавателя в режиме реального времени. Данная форма предполагает большую отдачу как от преподавателя, так и от обучающегося. При асинхронной форме дистанционного обучения общение преподавателя и обучающегося происходит в режиме “off-line”, при этом преподаватель выступает в роли консультанта. На первый план выходит автономность обучения. На обучающегося, который работает в своем индивидуальном темпе, возлагается больше ответственности за организацию учебного процесса и его результаты. Наибольшей эффективности при дистанционном обучении можно достичь при комбинации описанных форм – так называемом «смешанном дистанционном обучении».

Рассмотренные формы дистанционного обучения риторике определяют *типы занятий*:

1. Чат-занятия – интерактивные учебные занятия с использованием сетевых технологий. Чат-занятия проводятся синхронно, то есть все участники имеют одновременный доступ к письменному общению и активно взаимодействуют. По окончании занятия оно сохраняется в учебном портфеле дисциплины. Существуют текстовые чаты и чат-занятия с презентацией. Первые используются для занятий-консультаций, вторые – для обобщения и систематизации материала.

2. Веб-занятия – дистанционные уроки, конференции, семинары, деловые игры, лабораторные работы, практикумы и другие формы учебных занятий, проводимых с помощью средств телекоммуникации и других возможностей сети Интернет. Для организации веб-занятий применяются специализированные образовательные форумы. В ходе обсуждения определённой темы или проблемы обучающиеся оставляют на сайте записи, доступные для комментирования остальными участниками. От чат-занятий веб-форумы отличаются возможностью более длительной работы и асинхронным характером взаимодействия обучающихся и педагогов.

3. Видеолекции.

4. Аудио- и видеоконференции.

5. Компьютерные телеконференции – видеоконференции, которые проводятся с применением ПК, подключенных к высокоскоростному Интернету и оснащенных микрофонами и цифровыми видеокамерами.

6. Занятия с использованием интерактивного телевидения. Это технология телевидения в цифровом формате, передаваемая по протоколу IP. Оборудование, необходимое для интерактивного телевидения, включает в себя современные компьютеры; ТВ приставки; медиаплееры; телесистемы с технологией Smart TV; мобильные устройства [Лебедев (Lebedev) 2009]. Кроме видеосвязи, IPTV предоставляет широкий спектр интерактивных услуг. Одним из достоинств такого телевидения является возможность использовать для одного видеоряда более двух каналов звукового сопровождения, например, на двух различных языках [Голованова (Golovanova) 2015].

4. Содержание модулей дистанционных курсов обучения риторике

Содержание модулей дистанционных курсов обучения риторике определяется их целевой аудиторией, которая включает владельцев бизнеса и руководителей компаний, менеджеров по работе с клиентами, политических деятелей, специалистов в сфере юриспруденции, бизнес-тренеров, практикующих психологов, HR-специалистов. Существуют специальные курсы повышения квалификации для педагогов и специалистов профессиональных образовательных дисциплин основного и дополнительного образования, чья деятельность напрямую связана с взаимодействием, построением диалогов и обучением других участников, с передачей новой информации по выбранному предмету или направлению.

Модули дистанционных курсов обучения риторике отличаются разнообразием и обладают следующим *общим содержанием*:

1. Ораторское искусство как социальное явление. Речевая культура: красноречие и история становления слова. Риторика как одна из основных дисциплин педагогики.

2. Техника речи: постановка голоса, артикуляционная гимнастика, дикция, полетность голоса, растяжение диапазона звучания, интонации, тембр, темп, паузы.

3. Риторика как искусство воздействия. Публичные выступления. Способы вербального и невербального воздействия на аудиторию, методы убеждения. Ловушки языка. Лексические и стилистические приемы ораторской речи. Приемы стимулирования внимания и интереса. Удержание внимания. Роль контакта глаз в публичном выступлении.

4. Анализ аудитории. Типы слушателей. Как расположить к себе собеседника. Законы групповой динамики. Как понять, что переживает аудитория в каждый конкретный момент выступления. Работа с «вредными» слушателями.

5. Подготовка к публичному выступлению. Изобретение, расположение и исполнение речи. Как избавиться от страха публичных выступлений. Структура выступления. Варианты начала выступления. Как донести суть и достичь цели выступления. Отработка методов словесной импровизации. Стилль выступления. Формирование индивидуального стилия оратора. Имидж спикера (габитарный, вербальный, кинетический).

6. Актерское мастерство. Как снять лишнее психологическое и физическое напряжение, развить навыки самоорганизации, самопрезентации, межличностного взаимодействия, развить память, реактивность и ассоциативное мышление.

Кроме того, исходя из конкретных потребностей обучающихся в модулях курсов дистанционного обучения находят отражение различные жанры делового общения: 1) деловые беседы; 2) ведение заседаний; 3) публичные выступления; 4) ведение дискуссий, споров; 5) ведение переговоров; 6) телефонные переговоры; 7) деловая переписка; 8) разрешение конфликтов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дистанционное обучение риторике имеет широкие возможности и делает обучение доступным для тех обучающихся, которые по разным причинам не могут проходить обучение на очной основе. Однако говоря о перспективах дистанционного обучения, следует отметить необходимость создания ряда условий для успешной работы в рамках

дистанционного обучения. Следует сосредоточить внимание на создании программ курсов/модулей дистанционного обучения, совершенствовать материально-техническую базу, работу службы поддержки, а также обеспечить дальнейшее развитие технологий дистанционного обучения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аннушкин В. И.* Риторика. Вводный курс: учеб. пособие. 2006. М.: Флинта-Наука. 290 с.
- Биккулова Г. Р.* Принципы дистанционного обучения как отражения современных требований к образовательному процессу // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 60. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена. С. 332–335.
- Гиндин С. И.* Риторика и проблемы структуры текста // Дюбуа Ж., Эделин Ф., Клинкаенберг Ж.-М., Мэнге Ф., Пир Ф., Тринон А. Общая риторика: Пер. с фр.; общ. ред. и вступ. ст. А. К. Авеличева. 1986. М.: Прогресс, С. 355–364.
- Голованова Ю. В.* Проблемы и пути решения дистанционной формы обучения // Актуальные задачи педагогики: материалы VI Междунар. науч. конф. (Чита, январь 2015 г.). 2015. Чита: Издательство «Молодой ученый». С. 163–167.
- Лебедев В. Э.* Опыт использования электронного образовательного ресурса по дисциплине // Дистанционное и виртуальное обучение. 2009. № 8. С. 10–22.
- Лебедева И. С., Павлова Е. Б.* Интерактивность как базовый принцип организации обучающих пособий с использованием информационных коммуникационных технологий // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2010. № 606. С. 195–204.
- Павлова Е. Б., Лебедева И. С.* Роль инновационных коммуникационных технологий (ИКТ) в организации автономной работы студентов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2009. № 553. С. 149–160.
- Kaplan J. D., Sabol M. A., Wisher R. A. and Seidel R. J.* The military language tutor (milt) program: An advanced authoring system // Computer Assisted Language Learning. 1998. № 11 (33). P. 265–287.
- Lebedeva I. S., Pavlova E. B.* Definitions of interactivity: Creating interactive learning models // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2014. № 25 (711). С. 58–74.

REFERENCES

- Annushkin V. I.* Rhetoric. Introductory course: studies. stipend. 2006. M.: Flinta-Nauka. 290 pp.
- Bikkulova G. R.* Principles of distance learning as a reflection of modern requirements for the educational process. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Herzen*. 2008. No. 60. SPb.: RSPU im. A. I. Herzen. S. 332–335.
- Gindin S. I.* Rhetoric and problems of text structure // Dubois J., Edelin F., Klinkenberg J.-M., Mange F., PIR F., Trinon A. *General rhetoric: Per with FR.*; General ed. and introduction. art. 1986. Moscow: Progress, Pp. 355–364.
- Golovanova Yu. V.* Problems and ways of solving distance learning // *Actual problems of pedagogy: materials of the VI international conference. science. Conf. (Chita, January 2015)*. 2015. Chita: Publishing house “Young scientist”. P. 163–67.
- Lebedev V. E.* Experience of using an electronic educational resource for the discipline // *Distance and virtual learning*. 2009. No. 8. P. 10–22.
- Lebedeva I. S., Pavlova E. B.* Interactivity as the basic principle of the organization of the learning benefits of using information and communication technologies // *Vestnik of Moscow state linguistic University*. 2010. No. 606. S. 195–204.
- Pavlova E. B., Lebedeva I. S.* The Role of innovative communication technologies (ICT) in the organization of Autonomous work of students // *Bulletin of the Moscow state linguistic University*. 2009. No. 553. S. 149–160.
- Kaplan J. D., M. A., Sabol, Wisher R. A. and Seidel, R. J.* The military language tutor (milt) program: An advanced authoring system // *Computer Assisted Language Learning*. 1998. No. 11 (33). P. 265–287.
- Lebedeva I. S., Pavlova E. B.* Definitions of interactivity: Creating interactive learning models // *Bulletin of the Moscow state linguistic University*. 2014. No. 25 (711). P. 58–74.

УДК 316.77:001.12/.18; 070:001.12/.18

Мальцева Яна Вячеславовна

кандидат политических наук,

доцент Департамента коммуникаций и медиа Школы искусств

и гуманитарных наук Дальневосточного федерального университета

e-mail: yanazdor@mail.ru

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ НОВЫХ МЕДИАТЕКСТОВ И МЕДИАКОНСТРУКЦИЙ

Статья рассматривает медиатексты в цифровом пространстве массовой коммуникации. В ходе исследования установлено, что современные медиатексты неотрывно связаны с позицией автора, который их производит. Таким образом, новые информационные конструкции, медиапрезентации в условиях конвергенции средств массовой информации и коммуникации влияют на убеждения аудитории и формируют новую информационную реальность.

Ключевые слова: «медиатекст», «медиадискурс», «массовая коммуникация», «медиапрезентации», «медиаконструкции».

Maltseva Yana Vyacheslavovna

PhD Political of Science,

Associate Professor, Department of communications and media,

School of arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Vladivostok

e-mail: yanazdor@mail.ru

MASS COMMUNICATION AS A SPACE FOR NEW MEDIA MEANINGS AND CONSTRUCTION OF A MEDIA TEXT

The article deal with media texts in the digital space of mass communication. The study found that modern media texts are inextricably linked with the position of the author who produces them. Thus, new information constructions, media presentations in the conditions of convergence of mass media and communication influence the beliefs of the audience and form a new information reality.

Keywords: media, media discourse, media text, mass communication, media presentations, construction of a media text.

ВВЕДЕНИЕ

Современная система массовой коммуникации включает в себя весь комплекс средств массового и индивидуального информирования, но, полагаем, является одновременно и феноменом, который позволяет индивидам в своем пространстве структурировать и обобщивать собственный опыт и убеждения.

В этой связи согласимся с мнением доктора филологических наук Татьяны Добросклонской, которая пришла к выводу о том, что медиадискурс – это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия [Добросклонская 2008].

Основой для данной статьи послужили научные работы И. Анненковой, С. Вещеникиной, М. Гречихиной, А. Гусяковой, И. Дзялошинского, Т. Добросклонской, Л. Ермаковой, М. Желтухиной, Л. Зубановой, Е. Кожемякина, Г. Мельник, О. Новоселовой, Л. Темниковой, А. Полонского, А. Романова, Л. Романовой, А. Рюковой, Ф. Смирнова, Е. Федосеевой, Е. А. Филимоновой, Ю. Щуриной и др.

Отметим особый вклад в разработку теории медиадискурса профессора кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации МГУ им. М. В. Ломоносова Татьяны Добросклонской. Ученый считает, что неотъемлемой частью теории медиадискурса является комплекс методов изучения медиатекстов, отражающий междисциплинарный характер исследований речевой деятельности в сфере массовой коммуникации [Добросклонская URL].

Массовая коммуникация в данном случае становится вместилищем смыслов, которые по разнообразным каналам (пресса, телевидение, радио, социальные сети, интернет-мессенджеры и в целом интернет-пространство) достигают сознания индивида, тем самым формируя нового адепта медиакультуры. С нашей точки зрения, феномены «информационное пространство», «медиапространство», «пространство массовой коммуникации» в результате оказываются синонимичными. Там формируется новое понимание действительности, через повестку, ретранслируемую традиционными СМИ (печать, радио, телевидение), в том числе через наполнение собственных интернет-сайтов таких СМИ (подкасты, текстовая расшифровка радио- и телепередач, видеoverсии радиопередач и т. д.), информационными агентствами, зарегистрированными в качестве СМИ (их интернет-версии), интернет-сайтами государственных структур, коммерческих компаний и частных лиц. Неотъемлемой частью современного медиапространства или «пространства массовой коммуникации» является также контент социальных сетей, интернет-мессенджеров (в первую очередь в Telegram) и т. п.

Таким образом, нашей целью является выяснить, как в современном медиадискурсе, в цифровом пространстве массовой коммуникации формируются новые смысловые информационные конструкции – медиапрезентации. Продуктом медиадискурса в данном случае является медиатекст.

Задачами исследования является изучить проблемы современного медиадискурса и в его контексте таких понятий как «медиапространство», «медиатекст», «медиа-дискурс», «массовая коммуникация», «медиапрезентации».

1. Смыслопорождение в цифровом медиатексте

Сегодня вся информация имеет цифровую оболочку, так называемую цифровую упаковку. Фактически все новости, мнения, аналитические доклады априори уже находятся в цифровом пространстве массовой коммуникации.

Полагаясь на точку зрения доктора философских наук, заведующего кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью факультета журналистики НИУ «БелГУ» Евгения Кожемякина можно увидеть, как может быть упакован текст в системе массовой коммуникации. Там все составляющие информации не просто «механически» связаны друг с другом (например, интенцией автора, социальной ситуацией или экономическими интересами СМИ), а представляют собой единое целое, в котором иногда становится сложно различать адресата и адресанта, подразумеваемое и полученное сообщение, канал и средство и т. д. Смыслообразование в массовой коммуникации также связывается с работой всей системы, а не только функционированием каждого из ее элементов. К примеру, автор массовых сообщений или коммуникатор всегда моделирует само сообщение и образ потенциального читателя, исходя из собственного представления о нем. Он совмещает в себе роли коммуникатора и реципиента, будучи таким же потребителем массовой информации, как и его аудитория. Последняя часто формирует свои запросы на основе культурного, социального и масс-медийного опыта или в ходе его формирования [Кожемякин URL].

Евгений Кожемякин считает, что есть основания полагать, что некоторые формы знания формируются в процессе, а не в результате

массовой коммуникации. Речь стоит вести о целостном коммуникативно-когнитивном процессе смыслопорождения, то есть – медиадискурсе.

Считаем целесообразным привести комплексное определение «медиатекста» и «медиапродукта», как взаимодополняющих друг друга феноменов современного информационного медиапространства (в нашем случае пространства массовой коммуникации), сформулированное профессором кафедры периодической печати СПбГУ, доктором политических наук Галиной Мельник: «Сегодня под медиатекстом понимают конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории» [Мельник URL].

Советский и российский литературовед, декан факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова с 1965 по 2007 гг. Ясен Засурский определяет медиатекст как «новый коммуникационный продукт», который может быть использован в разнообразных медийных сферах: газета, радио, телевидение, Интернет, мобильная связь [Засурский 2005].

По определению доктора филологических наук, профессора Ирины Рогозиной, «медиатекст представляет собой вербальное речевое произведение, созданное с целью осуществления опосредованной коммуникации в сфере средств массовой информации и характеризующееся явно выраженной прагматической направленностью, основной целью которой является социальная регуляция» [Рогозина 2003].

Доктор педагогических наук Наталья Чичерина полагает, что самой важной характеристикой современного текста массовой информации, которая отличает его от текста вообще, является многомерность под которой следует понимать сочетание разнородных вербальных, визуальных, аудитивных, аудиовизуальных или других компонентов в едином смысловом пространстве текста [Чичерина 2008].

Повторим, что любой текст в современном медиапространстве априори является цифровым.

Интересен взгляд директора Центра мир-системных исследований, информационные структуры Федора Смирнова на тексты

и аудиозаписи СМИ как средство формирования и изменения ментальной модели мира в сознании адресата, то есть носят воздействующий характер. Важно отметить, что таким адресатом в настоящее время является не отдельная личность, а прежде всего определенные социальные группы, члены которых имеют сходные социокультурные характеристики [Смирнов URL]. Так, в коллективной монографии «Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке» авторы замечают, что модель мира, существующая в коллективном сознании, имеет регулятивный характер, то есть во многом определяет поведение групп [Язык и дискурс... 2011].

Как указывает доктор филологических наук Ирина Анненкова, «СМИ конструируют собственный мир, отличный от мира реального, и предлагают его в качестве единственно возможного массовому адресату» [Анненкова URL]. В свою очередь кандидат филологических наук Елена Федосеева замечает, что современная эпоха характеризуется как культура риторического типа, в которой автор (журналист) властвует над словом и создает неориторическую модель мира [Федосеева 2016]. Ирина Анненкова также отмечает, что обновленная и переосмысленная риторика, или неориторика, позволяет совместить область «тэxnэ», то есть принципы и приемы создания текста, с областью «пайдейи», его философской, воспитательной и аксиологической доминантами [Анненкова URL]. Исследователь в том числе указывает: «Освещая события в мире (казалось бы, демонстрируя экстралингвистическое бытие), СМИ через вербальные и невербальные знаки закрывают эту действительность от адресата, поскольку рассказ об этом мире в СМИ становится важнее самого мира» [Анненкова URL].

Данные положения подчеркивают актуальность проблемы конституирования системы убеждений в рамках современного российского медиа-дискурса.

Говоря о контенте медиатекстов, доктор филологических наук Ирина Ерофеева рассматривает их конструктивное значение и реализацию формы аккумуляции духовного бытия нации [Ерофеева 2009].

В ряду методов изучения медиатекстов выделим когнитивный метод, разработанный Татьяной Добросклонской. Данный научный метод позволяет также ответить на важнейший вопрос о способах

взаимодействия между реальной действительностью и её медийной репрезентацией. Дело в том, что когнитивное освоение реальности во многом зависит от тех версий и интерпретаций, которые производятся и распространяются по каналам массовой коммуникации. Механизм функционирования СМИ предполагает не только и даже не столько отражение окружающей действительности, сколько, и это гораздо более важно, ее интерпретацию, комментарий, оценку, способствующие созданию определенного идеологического фона [Добросклонская URL].

Профессор, заведующий кафедрой стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова до 2016 года Григорий Солганик также подчеркивал, что особенность медиатекста состоит в особом типе автора, поскольку в сфере массовой информации происходит совпадение производителя речи и ее субъекта [Солганик 2005].

2. Медиапрезентации в конвергируемых СМИ

С нашей точки зрения, основополагающим для понимания современного пространства массовой коммуникации является подход Татьяны Добросклонской к моделированию механизма отображения событий средствами массовой информации и коммуникации через медиапрезентации.

Доктор наук выделяет три основных типа медиапрезентаций, которые условно можно обозначить как отражение, реконструкция, миф. Первый из них – новостной медиатекст с максимальным использованием цитат и отсутствием комментариев и оценочных компонентов. Третий тип медиапрезентации «миф» представляет собой целенаправленно созданный, часто весьма отдаленный от реальной действительности, образ события.

Второй тип медиапрезентации – «реконструкция» допускает большую свободу интерпретации со стороны средств массовой коммуникации: реальное событие заново «конструируется» в медийном пространстве на основе тех или иных политико-идеологических установок [Добросклонская URL]. И, по нашему мнению, подобный тип медиапрезентаций (позволим также использовать синоним «медиа-

конструкций”) является основополагающим в современном цифровом пространстве массовой коммуникации.

Так, с нашей точки зрения, медийный текст на радио получил новое рождение за счет конвергенции средств массовой информации и коммуникации. Во многом этому способствовало появление подкаст как особой медиаконструкции в цифровом пространстве массовой коммуникации. В данном случае подобные подкасты могут быть так называемым альтер-эго информационных платформ, как в случае с медиаплощадкой «Медуза» (<https://meduza.io/podcasts>), или Радио «Маяк» (<https://radiomayak.ru/podcasts/>). Во всех случаях подкасты представляются, с нашей точки зрения, «вторым рождением» радиовещания в России. Определенную информационную нишу занимают и влоги, размещаемые также на сайтах известных радиостанций «Эхо Москвы», «Говорит Москва» и т.д. Содержание «Влога» как медиапродукта включает в себя видеоматериалы, как правило, запись наблюдений, мнения одного участника – автора видеобращений, записываемых на постоянной основе.

Сегодня радио «Эхо Москвы» также «ломает» привычное представление о радиостанции как СМИ, представляющем лишь аудио-контент. Материалы этой радиостанции можно послушать, прочитать и увидеть благодаря каналу RTVI. По нашему мнению, сегодня по жанру радиодискурса «Эхо Москвы» преобразовалось в радиотеатр.

В данном случае интересны позиции медиаперсон, регулярно бывающих в эфирах радиостанций и, с нашей точки зрения, формирующих реконструктивные медиапрезентации (особые медиатексты в цифровом пространстве массовой коммуникации) относительно тех событий и явлений, которые интерпретируют. Автор данной статьи предпринимает попытку медиалингвистического анализа текстов, которые имеют несколько «прочтений» в цифровом пространстве массовой коммуникации.

В частности, журналист Антон Красовский является частым гостем рубрик «Особое мнение», «Персонально ваш» и др. на радио «Эхо Москвы», где интерпретируют события, по его мнению, с позиций объективности и честности.

Проследим позицию и подачу информации этого известного общественного деятеля в передаче «Особое мнение» от 9 мая 2017 года, посвященной Параду Победы и гражданскому шествию «Бессмертный полк».

«А. Красовский – ...И за всю войну, включая еще раз повторяю, солдат Вермахта и мирных жителей, погибло около 10 миллионов. В четыре раза меньше, чем в России. Потому что немцы относились к своему народу, как к своему достоянию, и поэтому сейчас Германия живет так, как живет Германия и на эти социальные деньги продолжают жить российские и белорусские, украинские, израильские пенсионеры. А мы живем так, как живем мы, и мы проводим парады, мы не можем заплатить 128 тысячам ветеранам этой войны несколько десятков тысяч рублей выходного пособия. Буквально гробовых. Мы не можем этого сделать. Потому что на самом деле нам всем по-прежнему на этих ветеранов наплевать. Наплевать нам на этих ветеранов, наплевать на детей, которые живут у нас в этой стране. Наплевать нам на самих себя. Это наша национальная черта. Наше достояние не люди. Наше достояние – нефть и газ. Наше достояние...» [Особое мнение URL].

На содержательно-композиционном уровне мы можем наблюдать персуазивное воздействие, где используются цифровые показатели и статистические данные позволяют привлечь к проблеме или событию внимание реципиента, придать мнению авторитетность и достоверность.

Употребление фраз «Да наплевать нам на людей». «Достояние – не люди» также является применением тактики оценочного переименования, тактики абсолютизации оценки, которая подразумевает расположение определенных характеристик в области максимума оценочной шкалы, тактики апелляции к стереотипно отрицательным ценностям.

Антон Красовский: «Вот вы говорите о спекуляциях и о войне, я говорю о спекуляциях и войне, которая не закончена. На самом деле в рекламном слогане Первого канала вся спекуляция на той войне, и вся война, которая не закончена. Они воюют на дне победы друг с другом. И спекулируют днем победы... И если вы говорите, что вы

можете повторить, значит, господь вас заставит это повторить. Вы просто подумайте об этом. Прежде чем сесть в машину с такой наклейкой или наклеить эту наклейку на свой бампер» [Особое мнение URL].

Здесь Антон Красовский выражает собственное отношение к патриотическому лозунгу новейшей истории России «Можем повторить!». Адресант данного сообщения (как и многие подобным образом трактующие данные лозунг) считает, что он взывает к повторению войны, жертвам, точнее призывает повторить войну и жертвы, поэтому говорит Антон Красовский, что «господь заставит это повторить». В данном примере также используется тактика оценочного переименования, абсолютизации оценки и тактика апелляции к стереотипно отрицательным ценностям. Тогда как, с нашей точки зрения, данный лозунг имеет иной посыл – «Можем защитить Родину! Можем победить!». В свою очередь трактовка Антона Красовская обращает аудиторию к конституированию системы убеждений, которые основаны на виновности СССР (и России как правопреемницы Советского Союза) в развязывании Второй Мировой, а также Великой Отечественной Войн. И в данном случае применяется медиаморфоз (mediamorphosis), проявляющийся в искажении фактов или идей в программах [Землянова 2004, с. 202].

Постоянным ведущим программы «Ганапольское. Итоги без Евгения Киселева» является журналист Матвей Ганапольский, который присутствует в радио и видеэфире радиостанции «Эхо Москвы» по связи SKYP, а в данный момент живет и работает на Украине.

Рассмотрим в качестве примера конституирования системы убеждений передачу от 3 июня 2018 года. Матвею Ганапольскому был задан вопрос, касающийся его реакции на заявление депутата Думы Екатеринбурга от «Единой России», сопредседателя регионального отделения ОНФ Николая Косырева, который раскритиковал способ снижения смертности за счет спасения недоношенных детей.

«М. Ганапольский – А я вот прокомментирую это знаменитой фразой Бабченко – помните его самая знаменитая фраза? «Родина бросит тебя, сынок. Всегда». Понимаете, эти нелюди везде. Это не только похороны в братских могилах, некий договор с семьями погибших,

чтобы они ничего никому не рассказывали – вы помните знаменитую историю: «Ваш сын погиб? – Нет, это не мой сын», – и так далее.

Они везде, эти люди. Родина не только солдат бросает «всегда», она может бросить инвалидов, онкобольных, и так далее. Не знаю, во имя чего – наверное, во имя того, чтобы «плодить», как он говорит, здоровых. Понимаете, это нелюди.

Я сейчас смотрю сериал «Ходячие мертвецы» американский. Замечательный сериал, он совсем не о ходячих мертвецах, не об этих зомби...» [Ганапольское URL].

Проводя ассоциацию с сериалом Матвей Ганапольский предлагает определение «мертвеца» к вполне конкретному человеку, Николаю Косыреву.

«Вот перед нами ходячий мертвец, человек мертвый, по сути, который говорит про мертвых, мертвое говорит, и призывает к смерти» [Ганапольское URL].

В данном случае Матвей Ганапольский эксплуатирует образ автора данного выпуска передачи, поскольку является ведущим. Делает акцент на собственной авторской оценке «я сейчас прокомментирую», «а вот я сейчас смотрю».

Он неоднократно использует фразы – идеологемы «Родина бросит тебя, сынок, всегда»; «Родина не только солдат бросает «всегда», она может бросить инвалидов, онкобольных, и так далее». Приводит аналогию для депутата, высказавшего неудачную идею, с «ходячим мертвецом».

В данном случае согласимся с Еленой Федосеевой, которая подобную лексику и стиль описывает как личностный нарратив [Федосеева 2016]. Кроме того, Матвей Ганапольский использует модус чувственного восприятия. К данному модусу относятся как зрительное (see, watch, look, witness), так и слуховое восприятие (hear) [Федосеева 2016].

Подобный медиатекст и перенесение его в радиодискурс и дискурс медиаслова, расшифрованного в тексте эфира, в комплексе позволяет, с нашей точки зрения, конституировать особую систему убеждений у постоянной аудитории данной передачи на радиостанции «Эхо Москвы».

В качестве одной из способов конституирования системы убеждений в российском радиодискурсе является размещение на сайтах радиостанций видеоблогов (влогов). В данном случае перед нами яркий пример конвергенции современных СМИ в пространстве массовой коммуникации. Таким образом поступал российских теле- и радиожурналист продюсер, главный редактор радиостанции «Говорит Москва» Сергей Доренко. Собственный видеоблог «russtriga pastushok» из социальной сети Instagram он дублировал на сайт радиостанции «Эхо Москвы». Пост «Обидное новое правило» за 10 апреля 2018 года нам стал интересен из-за большого количества комментариев (91), которые также являются составной частью данного видеосюжета. Автор статьи предлагает следующую расшифровку.

С. Доренко: «Я хочу, чтобы вы поняли обидные правила. Они обидные, но их надо понять. Правила заключаются в том, что Запад вообще не разговаривает с нами не разговаривает с нами больше. Вообще. Нам обидно, что наши аргументы не слышат. Даже когда мы говорим правду. Но это – так. Запад убедил себя в том, что мы презренные, лживые циники. И на любое наше слово будут – только плевки. И объяснения, что вы, дескать, презренные лживые циники. Что делать? Не знаю. Может быть, поприутихнуть. Хотя, думаю, это не поможет. Они хотят Путина и сделать Россию послушной и до известной степени безопасной. Но если мы подзатихнем и начнем отползать, то все равно будут добивать. Всего вам доброго!» [Новое обидное правило URL]

В данном случае автор видеоблога Сергей Доренко также использует личный нарратив. Данный текст изобилует с разговорными, сниженными, оценочными лексемами: «снести» (свергнуть), «подзатихнем», «поприутихнуть». Речь Сергея Доренко изобилует экспрессивностью, вопросительными конструкциями, конструкцией «вопрос – ответ».

С нашей точки зрения, во всех представленных примерах используется второй тип медиарепрезентации (или медиаконструкции) – реконструкция. Оба интервью и видеоблог пытаются конституировать систему убеждений аудиторий в заданном авторами направлении.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, медиатекст в современном цифровом пространстве массовой коммуникации (медиапространстве) представляет собой одновременно набор печатных символов и звуков, но в первую очередь порождает новые смыслы, преподнося их в контексте медиапрезентаций. Медиаконструирование реальности на основании авторских оценок лидеров мнений становятся основополагающим для аудитории средств массовой информации и коммуникации, прошедших необходимые этапы конвергенции.

Современное медиапространство ставит аудиторию перед проблемой когнитивного освоения реальности, которое зависит от собственных версий и интерпретаций событий, а также от подобных установок автора информации, сюжета, комментария, прочитанного, просмотренного, увиденного по каналам массовой коммуникации. Одним из важных факторов восприятия медиатекста является контекст события, в том числе грамматический, экзистенциальный, ситуационный и социально-исторический. Полагаем, что изучение понимания такого психологического феномена как «убеждение» позволит в будущем уяснить, каким образом на этот мировоззренческий компонент могут повлиять средства массовой информации и коммуникации, конструирующие новые смыслы в современном российском медиапространстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анненкова И. В.* Современная медиакартина мира: неориторическая модель (лингвофилософский аспект) : автореф. дис. ... докт. филол. наук: М., 2012. 11 с.
- Видеоблог Сергея Доренко. Новое обидное правило. URL: <https://govoritmoskva.ru/blogs/1141/> (дата обращения 15.10.2019).
- Ганапольское. Итоги без Евгения Киселева. URL: https://echo.msk.ru/programs/ganapolskoe_itogi/2213550-echo/ (дата обращения 15.09.2019).
- Добросклонская Т. Г.* Массмедийный дискурс как объект научного описания. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massmediyny-diskurs-kak-obekt-nauchnogo-opisaniya> (дата обращения 30.10.2019).

- Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие. М.: Наука, 2008. 264 с.
- Ерофеева И. В.* Аксиология медиатекста в российской культуре (Ценностная рефлексия журналистики начала XXI века). Чита : Изд-во ЗабГГПУ, 2009, 298 с.
- Засурский Я. Н.* Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10: «Журналистика». 2005. № 2. С. 3–6.
- Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М. : МГУ, 2004. С. 202.
- Кожемякин Е. А.* Массовая коммуникация и медиа-дискурс к методологии исследования. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologii-issledovaniya> (дата обращения 30.10.2019).
- Кожемякин Е. А.* Медиадискурс (опубликовано с некоторыми изменениями: Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. URL: http://discourseanalysis.org/ada2_1/st20.shtml (дата обращения 30.10.2019).
- Мельник Г. С.* Медиатекст как объект лингвистических исследований. URL: <https://psibook.com/sociology/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy.html> (дата обращения 30.10.2019).
- Особое мнение. URL : <https://echo.msk.ru/programs/personalno/1977316-echo/>: (дата обращения 25.09.2019).
- Рогозина И. В.* Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: монография. М. : АлтГТУ, 2003. 105 с.
- Смирнов Ф. А.* К вопросу о дискурсе. Медиадискурс в современном информационном пространстве. URL: <http://moyuniver.net/k-voprosu-o-diskurse-mediadiskurs-v-sovremennom-informacionnom-prostranstve/> (дата обращения 01.10.2019).
- Солганик Г. Я.* К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского ун-та. Серия 10: «Журналистика». 2005. № 2. С. 7–15.
- Чичерина Н. В.* Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов: автореф. дис. ... докт. пед. наук. СПб. 2008. 50 с.
- Федосеева Е. В.* Когнитивные механизмы дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе (на материале статей о России в современных англоязычных средствах массовой информации) : дис...канд. филол. наук. Иркутск. 2016. 187 с.
- Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академический Проект, 2011. 332 с.

REFERENCES

- Annenkova I. V.* Modern media picture of the world: non-rhetorical model (linguophilosophical aspect): abstract. dis. ... Doct. Philol. Sciences: Moscow, 2012. 11 p.
- Video Blog Of Sergey Dorenko. The new offensive rule. URL: <https://govoritmoskva.ru/blogs/1141/> (accessed 15.10.2019).
- Ganapolsky. The results without Yevgeny Kiselyov. URL: https://echo.msk.ru/programs/ganapolskoe_itogi/2213550-echo/ (accessed 15.09.2019).
- Dobroklonsky T. G.* mass media discourse as an object of scientific description. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massmediyny-diskurs-kak-obekt-nauchnogo-opisaniya> (accessed 30.10.2019).
- Erofeeva I. V.* Axiology of media text in Russian culture (Value reflection of journalism of the beginning of XXI century). Chita: Zabggpu Publishing house, 298 p.
- Zassoursky Y. N.* Media text in the context of the convergence // the Moscow University Herald. Series 10: "Journalism". 2005. No. 2. Pp. 3–6.
- Zemlyanova L. M.* communication Studies and media: English-Russian dictionary of concepts and terms. Moscow: MSU, 2004. Pp. 202.
- Kozhemyakin E. A.* Mass communication and media discourse on research methodology. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologii-issledovaniya> (accessed 30.10.2019).
- Kozhemyakin E. A.* media Discourse (published with some changes: Mass communication and media discourse: towards research methodology. URL: http://discourseanalysis.org/ada2_1/st20.shtml (accessed 30.10.2019).
- Melnik G. S.* Mediatext as an object of linguistic research. URL: <https://psibook.com/sociology/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy.html> (accessed 30.10.2019).
- Dissenting opinion. URL : <https://echo.msk.ru/programs/personalno/1977316-echo/>:(accessed 25.09.2019).
- Rogozina I. V.* Media picture of the world: cognitive-semiotic aspect: a monograph. Moscow: AltSTU, 2003. 105 pp.
- Smirnov F. A.* To the question of discourse. Media discourse in the modern information space. URL: <http://moyuniver.net/k-voprosu-o-diskurse-mediadiskurs-v-sovremennom-informacionnom-prostranstve/> (accessed 01.10.2019).
- Solganik G. Ya.* To definition of concepts "text" and "mediatext" // Vestnik Moskovskogo UN-TA. Series 10: "Journalism". 2005. No. 2. Pp. 7–15.

Chicherina N. V. the Concept of media literacy formation among students of language faculties on the basis of foreign media texts: abstract. dis. ... Doct. Ped. sciences'. SPb. 2008. 50 pp.

Fedoseeva E. V. Cognitive mechanisms of discursive construction of reality in media discourse (based on articles about Russia in modern English-language mass media): dis...Cand. Philol. sciences'. Irkutsk. 2016. 187 pp.

Language and discourse of mass media in the XXI century / edited by M. N. Volodina. Moscow: Academic Project, 2011. 332 pp.

УДК 808

Ухова Лариса Владимировна

доктор филологических наук, доцент,
доцент кафедры теории коммуникации и рекламы факультета
русской филологии и культуры, Ярославского государственного
педагогического университета имени К. Д. Ушинского»
e-mail: larissauchowa@mail.ru

**РИТОРИКА МЕДИАТЕКСТОВ:
К ПРОБЛЕМЕ МАРКЕТИЗАЦИИ ДИСКУРСА СМИ**

В статье поднимается проблема маркетизации дискурса СМИ, когда новостной контент приобретает черты продвигающего/продающего текста. «Продающий» текст, по мнению автора, является риторическим, поскольку содержит позицию актора и набор веских (как рациональных, так и эмоциональных) аргументов, эмоционально / экспрессивно окрашен и строится по классической риторической схеме расположения содержания в речи-рассуждении, а кроме того, содержит набор триггеров – маркетинговых приемов влияния на аудиторию.

Ключевые слова: риторика, медиадискурс, медиатексты, СМИ, маркетинг, маркетизация дискурса

Ukhova Larisa Vladimirovna

Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor Department of the Theory of Communication
and Advertising, Yaroslavl State Pedagogical University
named after K. D. Ushinsky
e-mail: larissauchowa@mail.ru

**THE RHETORIC OF MEDIA TEXT: ON THE PROBLEM
OF MARKETIZATION OF MEDIA DISCOURSE**

The article raises the problem of marketization of media discourse, when news content acquires the features of promoting / selling text. The “selling” text, according to the author, is rhetorical, because it contains the position of the actor and a set of strong (both rational and emotional) arguments, emotionally / expressively colored and built on the classical rhetorical scheme of content arrangement in speech-reasoning, and in addition, contains a set of triggers-marketing techniques to influence the audience.

Keywords: rhetoric, media discourse, media texts, media, marketing, discourse marketization.

Сегодня журналистика является отнюдь не единственной профессией, поставляющей содержание для СМИ. Безусловно, она сохраняет свои традиционные черты и предметную деятельность, предполагающую одновременно и выполнение профессиональных обязанностей, и реализацию творческого потенциала, и социальную активность. Однако в данном случае за пределами внимания все-таки остается системная и целенаправленная деятельность компаний СМИ по организации производства комплекса медиатекстов, по приданию медиатекстам законченной медиаформы, по их дальнейшему распространению.

В связи с этим представляется актуальным разделить понятия «СМИ» и «журналистика», с одной стороны, по сфере функционирования, с другой – по их сущности. Журналистика – профессия очень конкретная, прикладная. Задача журналиста очевидна: найти новость, изложить ее в том виде, в каком это требуется для конкретного органа СМИ, и в принципе на этом она может считаться выполненной. Встроить эту новость в более широкий информационный контекст, передать ее затем аудитории должен уже не журналист, а редакция, медиаорганизация, – канал СМИ.

Журналистика применительно к СМИ – это, безусловно, прежде всего содержание, или контент, но это профессия и вид профессиональной (творческой) деятельности, на которую опирается социальная система, являющаяся одновременно мощнейшей отраслью современной экономики. Понятие «СМИ» сегодня описывает индустрию, систему производства содержания – от создания до упаковки – и отчасти организации каналов по их распространению. А особенностью медиаиндустрии всегда был и остается высокий уровень индустриализации.

Журналисты как важнейший сегмент на рынке труда в медиаиндустрии занимаются созданием содержания (контента). Однако сегодня не только журналисты занимаются производством медиатекстов. Новости, документальные фильмы, аналитические программы сегодня не занимают основного времени ни на российских федеральных, ни на многих зарубежных общенациональных телеканалах. Они мирно соседствуют с рекламными материалами, художественными

фильмами, развлекательными шоу и т. д. Анализируя сегодня положение журналистских текстов, содержания, произведенного журналистами в СМИ, мы понимаем, что их необходимо встраивать в более широкий контекст сферы производства содержания/информации. Основываясь на индустриальном подходе к СМИ, декан факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, медиаэкономист Елена Леонидовна Вартанова, предлагает рассматривать сами СМИ частью формирующегося кластера индустрий (производства) содержания, в котором журналисты только частично выполняют задачи создания, обработки, распространения и хранения информации [Вартанова 2009].

Но есть еще и другая сторона медали – потребитель этой информации. Ситуация такова, что все важные политические решения современный человек «сверяет» со СМИ. Личного опыта или времени оказывается недостаточно для того, чтобы сформировать мнение или отношение к событию/явлению действительности, и СМИ как самые близкие, доступные и распространенные источники информации начинают играть в процессе выбора важную роль. Это с одной стороны.

С другой – само содержание СМИ приобретает ценность в процессе «потребления» его аудиторией. Присутствие человека в медиaprостранстве означает одновременно и удовлетворение его медиазапросов, и вовлечённость его в процессы потребления. В результате, по словам Е. Л. Вартановой, наш современник из человека «экономического и социального» постепенно превращается в «человека медийного» (*homo mediatus*), и это становится сегодня важнейшей особенностью общества. «Человек медийный» – это член общества, бытие которого определяется и в значительной степени формируется содержанием СМИ как продуктом, производимым отдельной отраслью современной экономики – медиаиндустрией – и потребляемым в процессах массовой/социальной коммуникации, а также коммуникационными отношениями и интересами индивида [Вартанова 2009]. Следовательно, мировоззрение современного человека, его мнения, оценки и даже убеждения во многом формируются именно благодаря средствам массовой информации, а последние, в свою очередь, еще и очень умело манипулируют этим общественным мнением.

Но, несмотря на все вышесказанное, речь в статье пойдёт именно о журналистике, которая, являясь традиционной компонентой массовой коммуникации, сегодня сосуществует в пространстве массмедиа с рекламой и PR. В отличие от других форм массовой коммуникации (например, кинематографа) функционирование журналистики, рекламы и PR очень взаимосвязано, и отсутствие или ограниченное функционирование одной из этих родственных сфер принципиально влияет на состояние двух других. Они обречены на взаимное сотрудничество прежде всего потому, что работа журналистов, рекламистов и PR-специалистов тесно связана с информацией. Однако качество этой информации в каждом случае разное [Ухова 2011].

Основная характеристика журналистской информации по сравнению с рекламной и PR-информацией – ее релевантность, то есть возможность и необходимость наиболее полного и адекватного аудиторией информирования о социальных субъектах и процессах. Рекламная и PR-информация представляет собой инициированные (субъектами рекламы и PR), селективные (отобранные) и оптимизированные (наиболее выгодно представляющие заказчика информации) сведения о чем-либо [Кривоносов 2002, с. 153].

Журналистика – это искусство оперативной передачи и обработки информации. Новостной журналист отличается от остальных тем, что должен передавать информацию без искажений. Он – транслятор информации. Это не значит, что он только повторяет то, что сообщают новостные агентства или очевидцы события. Скорее, он старается осветить одно и то же событие с нескольких точек зрения, давая адресату возможность самому сделать выводы. Для того чтобы читатель/слушатель/зритель располагал всей необходимой информацией, новостной журналист использует разные инструменты: он может изложить факты в определенном порядке, указать на нестыковки в сообщениях источников, наконец, напомнить адресату о предыстории происходящего, чтобы тот понял, в каком направлении развиваются события.

Итак, информация – это совокупность фактов, событий, явлений. Задачей журналиста является поиск социально значимой информации, ее обработка по канонам журналистского творчества и размещение

в средствах массовой информации. Однако сегодняшние новости, которые транслируются по каналам как федерального, так и регионального уровней, резко отличаются от того новостного материала, который мы воспринимали еще 5–10 лет назад, и объясняется это, на наш взгляд, неизбежной маркетизацией дискурса современных СМИ.

Под маркетизацией в данной статье понимается процесс, включающий несколько элементов в общем виде: коммодификацию – превращение объекта в вещь для использования, встраивание её в мир актора, квалификацию, то есть выделение значимых характеристик, характеризующих его в качестве блага; стандартизацию – процесс превращения качественных характеристик блага в измеряемые количественные оценки, сопряжённый, в том числе, с использованием различных текстов, дискурсов и нарративов; определение цены – процесс, сопряжённый со столкновением противоречивых определений и оценок благ и выработкой механизмов ценообразования [Жукова 2018]. Очевидно, что в нашем случае в качестве такого блага выступает информация, которая в маркетинге наряду с физическими объектами, услугами, лицами, организациями, идеями является тем, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку в целях привлечения внимания, приобретения, использования или потребления; сочетанием материальных и нематериальных компонентов, объединенных с целью предоставления потребителям того, что они хотели бы иметь, т. е. товаром (Ф. Котлер). Журналистика же все чаще приобретает черты «продвигающих» коммуникаций [Карамурза 2015], а медиатекст – черты продвигающего / продающего текста [Ухова 2018, с. 283]. И если черты продвигающего текста в новостном контенте являются отчасти оправданными, поскольку латентной задачей любого СМИ является формирование имиджа региона, то в продающем тексте СМИ угадывается так называемая «джинса» (коммерческий заказной материал, имеющий вид журналистского текста) – сленговое словечко, которое всё чаще звучит в последнее время при оценке различных новостных сюжетов.

Итак, «продающий» текст должен склонить потребителя к нужному для актора действию (покупке/повторной покупке), поэтому при текстопорождении не следует забывать о том, кому он предназначен,

какие потребности может удовлетворить и *какую выгоду* получит аудитория при его покупке.

Известная с античности композиция готового текста: Exordium (вступление), Narratio (изложение). Confirmatio (утверждение). Peroratio (заключение) – в «продающем» тексте напоминает классическую модель рекламного воздействия AIDA (Attention – внимание, Interest – интерес, Desire – желание, Action – действие):

1. Exordium (вступление). Начните с интригующего заявления, которое привлечет внимание целевой аудитории.
2. Narratio (изложение). Озвучьте проблему, которая имеется у читателей/слушателей и которую сможет решить ваш продукт.
3. Confirmatio (утверждение). Пообещайте решение, подкрепив обещание убедительными доказательствами.
4. Peroratio (заключение). Назовите преимущества, которые получит человек, воспользовавшийся вашим предложением, и призовите к действию.

Нужную аттрактивность и призывность придают «продающему» тексту триггеры – психологические приемы, которые мотивируют слушателя на конкретное действие здесь и сейчас (*однозначность, сделаем за вас, стадность, индивидуальность, жадность, развлечение, недоверие и т. д.*).

По такой схеме строится, как правило, традиционный рекламный текст. Но особой аттрактивностью обладает рекламный жанр житейской истории – вид драматизированной рекламы, для которого характерно наличие сюжета, причем различные сюжетные варианты развиваются, как правило, по одной схеме, описанной в книге В. Я. Проппа «Исторические корни волшебной сказки» [Пропп 2009]. Базисными элементами этой схемы являются беда, герой, волшебное средство и др. В начале текста описывается проблемная ситуация (беда), которая является отправной точкой развития сюжета. Беда предстает в различных формах и обликах. Герой должен преодолеть беду с помощью некоего волшебного средства. «Давая в руки героя волшебное средство, сказка достигает своей кульминации. С этого момента развязка уже видна...» [Пропп 2009, с. 166].

Нарративная схема драматизированной рекламы развивается в пяти основных частях: 1) вводное утверждение; 2) актуализация драматического момента; 3) появление «героя» и/или «волшебного средства»; 4) аргументация; 5) генерализация аргументации и представление товара / услуги / организации. Безусловно, некоторые элементы могут и отсутствовать (в частности, не всегда в рекламе используется введение), однако общая схема, как правило, соблюдается [Аниськина, Колышкина 2010]. В журналистике тоже есть жанр житейской истории, но в новостном контенте она чаще всего приобретает черты именно рекламного жанра, за которым непротиворечиво угадывается заказчик.

В качестве примера приведем новостной сюжет региональной телекомпании «Городской телеканал – Ярославль», который вышел в эфир в марте 2018 года и сразу же попал в поле зрения УФАС г. Ярославля.

I. Ведущий новостей предваряет сюжет: У тех, кто не может добиться решения проблем от управляющей компании, появилась альтернатива. Мэрия Ярославля учредила муниципальную управляющую компанию. К необходимости создания такой структуры городские власти подтолкнули многотысячные жалобы горожан, которые часто не находят помощи в своих управдомах (*вводное утверждение, обозначение проблемы, беда*).

II. Появляются герои сюжета – жители дома по улице Собинова.

Галина Алексеевна: Дворник убирается из рук вон плохо. Люки загрязнены, вода не уходит. Грязь под дом стекает. Жаловались, ходили, сказали, писать коллективное (*актуализация драматического момента*).

Журналист: Галина Алексеевна вторит соседке. Двор заполонили машины и клиенты миграционной службы. Навести порядок во дворе невозможно, дворник только изображает деятельность. Даже высаженные деревья исчезают на следующий день (*актуализация драматического момента*).

Галина Шугаева: Надо нам, чтобы крышу переделали. Это безобразие (*актуализация драматического момента*).

Журналист: Жаловались в управляющую компанию? (*актуализация драматического момента*).

Галина Шугаева: Как не жаловались, жаловались. Сменилось 5 компаний, которые делали крышу, положили все шиворот-навыворот. Вся крыша течет (*актуализация драматического момента*).

Журналист: Таких домов, увы, немало в Ярославле. Если взаимопонимание между жильцами и управляющей компанией не достигнуто, в ход могут идти другие, более мощные механизмы, нежели жалобы. В Ярославле создана муниципальная управляющая компания (*появление «героя» / «волшебного средства»*).

III. На экране появляется начальник этой муниципальной управляющей компании.

Юлия Овчинникова: Муниципальная управляющая организация уже начала свою работу. Все помнят, раньше по районам были ДЕЗы, дирекции единого заказчика. Сейчас мы – Управляющая дирекция Ярославля, это наше официальное название. Мэром города поставлена задача – в первую очередь навести порядок там, где его нет. Как это сделать, мы знаем (*аргументация + триггер «Сделаем за Вас»*).

Журналист: В управление муниципалы будут брать тех, кто придет, с их проблемами и жалобами, и, безусловно, новые дома (*аргументация*).

Юлия Овчинникова: Самое главное наше преимущество, что мы не частная управляющая компания, у которой есть владельцы, а у них – заинтересованность получить прибыль, у нас другая задача – грамотно управлять многоквартирными домами (*генерализация аргументации и представление товара / услуги / организации + отстройка от конкурентов, преимущества предложения, триггер «Однозначность»*).

IV. Журналист: Механизм перехода не сложен. Позвонить по телефону 38-98-98 (телефон дан на экране – прим. автора). Главное требование перехода – наличие представительного органа, совета дома, а если его нет, то его помогут создать. А далее сроки

и порядок решается индивидуально. Звонки, говорят специалисты, поступают каждый день. Около 10 домов уже в стадии перехода в новую муниципальную управляющую компанию (*призыв к действию, триггер «Стадность»*).

Как видно из сюжета, новостной контент выстраивается по принципу продающего текста и призван склонить потребителя к нужному для инициатора (заказчика) действию – как можно быстрее воспользоваться услугами указанной организации.

Таким образом, процесс создания «продающего» текста крайне алгоритмизирован: текст имеет устойчивую структуру, очевидный и нарочитый набор вербальных и психологических приемов привлечения и удержания внимания адресата, понуждения к принятию решения. Следует признать, новостной медиатекст все чаще приобретает черты «продающего» текста, что свидетельствует, на наш взгляд, о неизбежной маркетизации дискурса СМИ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аниськина Н. В., Кольшикина Т. Б.* Рекламный текст: теория и практика анализа. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2010. 178 с.
- Вартанова Е. Л.* Основы медиабизнеса: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2009. 360 с.
- Жукова А. Г.* «Маркетинговое красноречие»: о риторическом облике дискурса продаж // Русский язык за рубежом. 2018. № 2 (267). С. 29–35.
- Кара-Мурза Е. С.* Анализ «продвигающего» текста: риторический, композиционный и стилистический аспект // Текст: филологический, социокультурный, региональный и методический аспекты: материалы V Межд. науч. конф. Тольятти: ТГУ, 2015. С. 200–207.
- Кривонос А. Д.* PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. 369 с.
- Протт В. Я.* Исторические корни волшебной сказки. М.: Лабиринт, 2009. 336 с.
- Ухова Л. В.* Внутренняя структура рекламного текста: к вопросу об эффективности коммуникации // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2011. № 2 (16). С. 159–163.
- Ухова Л. В.* «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 3. С. 71–82.

REFERENCES

- Aniskina N. V., Kolyshkina T. B.* Advertising text: theory and practice of analysis. Yaroslavl: RIO YAGPU, 2010. 178 pp.
- Vartanova E. L.* Fundamentals of media business: A textbook. Moscow: Aspect Press, 2009. 360 pp.
- Zhukova A. G.* “Marketing eloquence”: about the rhetorical appearance of the sales discourse. Russian language abroad. 2018. No. 2 (267). Pp. 29–35.
- Kara-Murza E. S.* Analysis of the “promoting” text: rhetorical, compositional and stylistic aspects // Text: philological, socio-cultural, regional and methodological aspects: materials vol. science. Conf. Togliatti: TSU, 2015. Pp. 200–207.
- Krivososov A. D.* PR-text in the system of public communications. SPb.: Petersburg Oriental Studies, 2002. 369 pp.
- Propp V. Ya.* Historical roots of a fairy tale. Moscow: Labyrinth, 2009. 336 pp.
- Ukhova L. V.* the Internal structure of the advertising text: the question of the effectiveness of communication // the Bulletin of the Yaroslavl state University. P. G. Demidova. Series of Humanitarian Sciences. 2011. No. 2 (16). Pp. 159–163.
- Ukhova L. V.* “Promoting text”: concept, features, functions // Verkhnevolzhsky philological Bulletin. 2018. No. 3. Pp. 71–82.

УДК

Филиндаш Лариса Васильевна

кандидат философских наук, доцент,
доцент кафедры философии Института управления персоналом,
социальных и бизнес коммуникаций Государственного университета
управления
e-mail: lfilindash@mail.ru

Паудяль Надежда Юрьевна

кандидат философских наук, доцент,
старший преподаватель кафедры стилистики русского языка
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова
e-mail: ansyna@yandex.ru

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Статья посвящена инновационным тенденциям коммуникационного процесса в эпоху цифровизации. Авторы рассматривают четыре способа трансляции и сохранения информации, характеризуя черты каждого, делая акцент на особенностях последнего. К ним относятся сокращение вербального компонента общения, увеличение роли языка символов. Языковые и коммуникативные изменения рассматриваются в социокультурном контексте. Предлагается вариант творческой работы обучающихся с брендами известных российских банков в целях развития речевой культуры и совершенствования коммуникативных навыков.

Ключевые слова: информационная парадигма, коммуникационный процесс, брендовое сознание, экранная коммуникация, речевая культура, коммуникативные навыки.

Filindash Larisa Vasilyevna

PhD of philological science, assistant of Professor,
Assistant of Professor department of philosophy, Institute of personnel management, social and business communications, State University of Management
e-mail: lfilindash@mail.ru

Paudyal Nadezhda Yuryevna

PhD of philological science, assistant of Professor,
Senior lecturer Department of Russian Language Stylistics,
Moscow State University named M. V. Lomonosov
e-mail: ansyna@yandex.ru

INNOVATIVE TRENDS IN THE COMMUNICATION PROCESS IN THE ERA OF DIGITALIZATION

The article is devoted to the innovative trends of the communication process in the era of digitalization. The authors consider four ways of translation and preservation of information, characterizing the features of each, focusing on the features of the latter. These include reducing the

verbal component of communication, increasing the role of the symbol language. Language and communicative changes are considered in the socio-cultural context. A variant of creative work of students with brands of well-known Russian banks in order to develop speech culture and improve communication skills is proposed.

Keywords: the informational paradigm; communication process, brand consciousness, screen communication; speech culture, communication skills.

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап хранения и передачи информации, связанный с внедрением ее дискретно-аналогового преобразования, получил название цифрового. Массивы данных, закодированных при помощи специального алгоритма и сохраненных на конкретном носителе, становятся цифровыми средствами фиксации текстов. Изображения также могут быть представлены в цифровом виде, поскольку есть возможность рассчитать их в двухмерной системе координат, векторами которой являются размер и глубина цвета. За единицу изображения принят пиксель. Их множество в строках и столбцах представляет фрагмент оригинала с усредненным колористическим воплощением. Достоинством цифровизации изобразительного материала является допустимость произвольно менять размеры образца, что не сказывается на его цветовом решении. Количество оттенков, передаваемых пикселями, характеризует глубину цвета.

Основная часть. Культурно-историческому этапу цифровизации предшествовали три способа трансляции и сохранения информации, которые были революционными для своего времени.

Первый был связан с устной формой, традицией которой было «перепевание», передача зачастую в рифмованном виде сказаний, былин, мифов. Этот способ устной передачи оказался наиболее продуктивным в творческом отношении и длительном по времени. Уникальность и универсальность этого периода проявилась в изобретении условного языка, чертами которого являлись схематичность, символичность, изобразительность. Его знаки, представляющие типичные легко узнаваемые черты предмета или явления, называются пиктограммами (от лат. *pictus* – нарисованный и греч. *γραψμα* – запись).

Пиктография как система наглядного воспроизведения существующей картины мира представляет собой предтечу письменности.

Этот период, продолжавшийся многие тысячелетия, сменился эпохой письменности в IV–III тысячелетиях до н.э.

Рукописная книга стала сокровищницей, хранилищем всех накопленных знаний, а также важным средством формирования и закрепления знаковой системы естественных языков. Книжная культура, созданная человеком, в свою очередь оказала обратное влияние на его мыслительные способности, ментальные особенности. Человек пишущий научился передавать знания логически, создавая структурированные тексты, имеющие вступления, основные части, заключения. Композиционно оформленные произведения, использующие все изобразительно-выразительные средства языка, представляли собой литературные образцы настоящей беллетристики. Письменная традиция сопровождалась кардинальными новациями в образовании и обучении, духовном просвещении и развитии эстетического вкуса. При отсутствии специальной учебной литературы обучение изначально велось на основе религиозных источников (Библия, Веды, Коран и др.), что гарантировало его высокий нравственный потенциал. На Руси читаемыми были Евангелие, Часослов, Псалтырь, Апостол, а впоследствии авторские оригинальные произведения «Слово о Законе и Благодати» митрополита Иллариона, Поучение Владимира Мономаха, «Повесть временных лет» Нестора.

Очередная, третья информационная парадигма воплотилась в печатной форме, связанной с таким значительным нововведением, как печатный станок Иоганна Гуттенберга (середина XV в.). Значительный объем информации в печатном виде стал важным каналом развития науки и образования, средством трансляции достижений культуры и искусства, источником формирования мировоззрения и общественного мнения. Печатная форма хранения и передачи информации преобладала в течение нескольких сотен лет. За это время возросла значимость литературы, ее образовательная, пропагандистская, кумулятивная роль в жизни общества.

Информационно-коммуникативная революция, положившая начало современному четвертому этапу, произошла на рубеже XX–XXI веков.

Наукоемкие производства систематически обогащают человечество инновационными технологическими устройствами как личного, так и сетевого характера.

Главным достижением явилось повсеместное распространение глобальной сети Интернет или Word Wide Web (WWW). Интернет, в свою очередь, стал крупнейшим и мощнейшим носителем информации, а также жизненно необходимым звеном коммуникации. Различные интернет сайты, поисковые платформы (Google, Yandex, Yahoo и т. д.), а также социальные сети (Facebook, Одноклассники, Linned in и т. д.) стали неотъемлемыми источниками информации в жизни людей и дали толчок беспрепятственному общению людей из разных стран, разных земных полушарий.

Коммуникационный процесс на уровне интернет-общения приобретает некоторые принципиально новые черты: использование компьютерного сленга, лексики ограниченного круга участников, жаргонизмов, англицизмов, сокращений. Все указанные болевые точки речевой традиции имеют конкретное воплощение в языке, который является ядром национальной культуры. В частности, влияние английского языка сказывается не только на лексике, но и на правилах начертания. Так, правило капитализации английского языка, по которому необходимо писать заглавные буквы в названиях, начинает использоваться и в русском языке, в частности в рекламах, объявлениях, наименованиях продукции, например чипсов компании «Lays» – «Сметана и Зелень», «Зелёный Лук».

Закрепленный в преобладающем интернет-общении специфический язык целенаправленно вытесняет изучаемую в образовательной системе грамматическую норму. Зачастую это носит неконтролируемый, неосознанный характер, а для молодого человека психологически оправданный выбор для сохранения идентичности в своей возрастной группе. «Замена литературных слов в общепринятом понимании новоязами-бессмыслицами не только приводит к речевой безответственности, неряшливости, но и искажает сознание, делает его агрессивным, инфантильным, не соответствующим русской ментальности», – отмечают исследователи [Филиндаш 2015б, с.135].

Необходимость экономии времени, эмоций приводит к широкому применению картинок-символов, имеющих конкретное содержание

и заменяющих слово, предложение, настроения. Они могут быть представлены в виде комиксов, слайдов, смайлов. Придание зрительному комплексу текстового, психологического значения, передача изображению роли выразителя эмоций освобождает человека от этой роли, уменьшает его способность передавать свои состояния, чувствовать переживания других, что, в конце концов, может изменить человека, сделать его индифферентным, равнодушным, холодным. «Дегуманизация общества как чрезвычайно актуальная в условиях девальвации гуманитарных ценностей заставляет задуматься о перспективах духовности человеческой цивилизации в целом и о вопросе нравственного воспитания молодежи в России, в частности», – подчеркивают некоторые авторы [Филиндаш 2015а, с. 244].

Эти знаковые особенности Интернет-общения проникают в социокультурную сферу. Например, в самом популярном, востребованном общественном транспорте Москвы – метро – стремление к лаконизму приводит к замене информационных лент на станциях: в новых лентах на стенах отсутствуют названия станций пересадочных линий. Увлечение графикой в ущерб слову выражается в непропорциональности применяемых шрифтов размерам станции, невыразительности цветового решения. Использование желтых кругов, ладоней и пальцев на полу и стенах для справочных сведений, которые дублируют уже имеющиеся, в общем, нарушает стиль архитектурного облика станций. Одна из самых красивых станций Московского метрополитена на первой, Сокольнической линии, замечательное творение А. Н. Душкина и Я. Г. Лихтенберга, потеряла выразительную целостность интерьера, за которую в свое время была удостоена многих международных премий, например, Гран-при в Париже (1937 г.) и Брюсселе (1958 г.). В более широком варианте грубое нарушение границ приличного-неприличного, принятого-непринятого, высокого-низменного можно наблюдать в разных сферах общественной жизни. Даже столичная городская среда шокирует, например, наличием такого рода объявлений, названий: сеть магазинов изделий интимного характера именуется «Презервативная». Один из таких магазинов находится на Кузнецком мосту напротив знаменитой «Книжной лавки писателей», другой – на Старом Арбате в здании, который является

объектом культурного наследия. В доме № 4 располагалась гостиница, где подолгу жили писатели И. А. Бунин, А. И. Левитов, поэт К. Д. Бальмонт, художник Н. Н. Сапунов, историк А. Д. Удальцов и другие, а также располагался общенародный Университет Шаняевского.

Данное явление находится в рамках современного культурного процесса, основой которого является эгоцентризм в самых негативных проявлениях, физиологических, психологических, нравственных. Низведение ценностных ориентиров, опoшление культурных норм, вульгаризация форм общения воспринимается не всем обществом, что усиливает поляризацию, углубляет границы между социальными стратами. «Сведение высоконравственного, смыслового, художественного начала к обыденному, вульгарному, общедоступному связано с коммерциализацией культуры. Специальная эстетизация физиологического, безобразного, жестокого, брутального рассчитана на невзыскательные, низменные вкусы массового потребителя», – отмечают исследователи. [Паудяль 2016, с. 244]

Испанский философ, писатель Хосе Ортега-и-Гассет в первой четверти XIX века предупреждал об опасности дегуманизации общества, которая может выразиться в крахе цивилизации в связи с формированием поколения людей толпы, не умеющих не только создавать, но и сохранять интеллектуальные и художественные ценности.

Особенность современной культуры, ориентирующей человека на визуальное восприятие в ущерб критическому пониманию, проявляется в утверждении брендового сознания. Известные фирмы разрабатывают собственные образы своей фирмы и продукции с целью внедрения положительного стереотипа о качестве изделий, о целях товара и услуг. Брендовое сознание регулируется потребительским поведением, которое программируется ассоциациями с названием торговой марки, длительностью ее существования, оригинальностью колористического решения, уникальностью продукции. «Образ торговой марки представляет собой эмоционально окрашенный, социально-окрашенный объект, имеющий характер стереотипа, сложившийся в сознании потребителя, оказывающий психологическое влияние на потребительской поведении личности», – так характеризуют современные исследователи бренд [Макарова 2009, с. 21].

Цифровая информация в массовом масштабе, иллюзорная видимость ненужности хранения знаний в голове приводит к неумению думать и выражать свои мысли. Предлагаемая нами методика работы с логотипами разных фирм и нацелена на развитие коммуникативных навыков, совершенствование речевой культуры, создание целостного текста, формирование образного мышления.

Не только производственные компании и фирмы, территориальные образования и некоторые семьи создают свой узнаваемый образ, воплощенный в логотипе, и бережно хранят его. Вузы, старейшие университеты также имеют собственную символику. Так, Государственный университет управления незначительно изменяет свой логотип, сохраняя основные положения. К ним относится квадрат – развернутая перфолента как символ электронно-вычислительной техники, сменившийся двумя книгами, означающими менеджмент и юриспруденцию. Хотя со временем менялось сочетание цветов, их значения оставались прежними: синий – управление, красный – прикладные дисциплины, черный и белый – практичность. В настоящее время цветовая гамма логотипа ГУУ повторяет триколор государственного флага РФ. Аббревиатура университета неофициально интерпретируется как «Гарантия. Уверенность. Успех».

В начале занятий обучающимся можно дать задание познакомиться и описать эмблему своего вуза. Чтобы научить «читать», то есть понимать язык символов, целесообразно обратиться к логотипам известных нефтяных, автомобильных, телекоммуникационных, авиационных, туристических и других компаний и расшифровать графическое изображение, цветовую гамму, аббревиатуру.

Задания можно строить на данных банков. Примером легко узнаваемой эмблемы является фирменный знак Сбербанка России – круг, усеченный сверху, может означать копилку, монету, кошелек. Изображение «галочки» символизирует отличное качество услуг, а насыщенный зеленый цвет как цвет денежных купюр – надежность, стабильность, растущую прибыль.

Обучающимся можно дать задание на основе составленной преподавателем таблицы 1 соединить эмблему (I) с названием банка (II), значением символов, входящих в состав эмблемы (III); сформули-

ровать возможные девизы и ценностные приоритеты представленных банков. Например, возможные девизы Сбербанка: «Я – лидер»; «Мы – команда»; «Все – для клиента»; главная ценностная позиция – верность.

Отдельным творческим заданием может быть предложение придумать и обосновать собственный знак своей будущей компании.

Таблица 1

РОССИЙСКИЕ БАНКИ

№	I Эмблема	II Название	III Значение символов
1.		Райффайзенбанк – российский коммерческий банк.	Три полосы слева – знак крыла – символа полета. Печатные буквы аббревиатуры ВТБ, группируясь в устойчивый прямоугольник, создают ощущение стабильности и надежности.
2.		Банк «Открытие»	Две перекрещенные головы лошадей – распространенный оберег от несчастий, гарантирует защищенность денег, вложенных в банк.
3.		Сберегательный банк	Красно-чёрный квадрат с белой полосой, справа – слово «Росбанк», внизу – групповой идентификатор на английском языке: SOCIETE GENERALE GROUP. Квадрат – знак стабильности, силы, устойчивости. Горизонталы красного и черного прямоугольников – символы адаптивности, оперативности, маневрированности; белый цвет – знак открытости в будущее.

№	I Эмблема	II Название	III Значение символов
4.		Альфа Банк	<p>Круг, усеченный сверху – копилка, монета, кошелек.</p> <p>Знак «галочки» – отличное качество услуг.</p> <p>Насыщенный зеленый цвет – надежность, стабильность, преобладающий цвет денег, растущая прибыль.</p>
5.		Тинькофф банк	<p>Красная буква «А» напоминает треугольник или пирамиду.</p> <p>Красная горизонтальная черта под ней, ниже – название «Альфа-банк» красными буквами и жирным шрифтом с большими буквами «А» и «Б» придают устойчивость всей структуре.</p> <p>Красный цвет – символ огня, агрессии, давления.</p> <p>В целом логотип соответствует наступательной политике банка, свидетельствует о желании доминировать и давить.</p>
6.		Российский универсальный банк	<p>Белые створки в голубом овале – открытость к миру, людям, новому. Название, демонстрируя готовность к общению, символизирует честность, доступность, гласность, публичность, что импонирует молодой аудитории.</p>
7.		Внешний торговый банк	<p>Родовой герб семьи Тиньковых представляет щит в обрамлении девизной ленты, увенчанной короной. Щит, шлем, рука с мечом – символы защиты интересов банка и его клиентов. Корона – символ власти, единорог – знак змееборца. В целом дворянский герб призван демонстрировать высокий статус банка, верность долгу, надежности, победоносности.</p>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение необходимо отметить, что изменения в коммуникационном процессе, вызванные цифровизацией, связаны с повышением роли визуального ряда в ущерб вербальному комплексу, увеличением смысловой нагрузки языка символов. Эта тенденция находится в общем русле преобладания зрительного ряда над вербальным в эпоху экранной коммуникации. Последствия перечисленных в статье тенденций могут негативно сказаться на ментальной целостности нации. Признавая верность афоризма М. Хайдеггера «Язык – дом бытия», можно утверждать, что проблема целостности языка может означать сохранение идентичности нации, решение вечного вопроса «Быть или не быть?»

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Маркова В. М.* Социально-психологические характеристики образа торговой марки. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. – М. 2009. 24 с.
- Паудяль Н. Ю.* Диссипативность коммуникации в системе массовой культуры / Н. Ю. Паудяль // Вестник университета. – 2016. – № 5. – С. 240–246.
- Филиндаш 2015а – Филиндаш Е. В.* Особенности информационного общества, инициирующие одиночество, в среде российской молодёжи // Вестник университета. – 2015. – № 8. – С. 243–249.
- Филиндаш 2015б – Филиндаш Л. В.* Культурообразующая роль языка в среде студенческой молодёжи // Наука сегодня. – Вологда, 2015. – С. 134–135.

REFERENCES

!!!!!!!!!!

УДК 808.51

Хохловская Ольга Геннадьевна

кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка и литературы
Челябинского государственного университета
khokh-olga@yandex.ru

ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕЧЬ (ДОКЛАД): ФУНКЦИОНАЛЬНО-ДИДАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена проблеме конфликта риторических задач при работе с научной информационной речью, реализуемой в условиях дидактического дискурса, для решения которой предлагается комплекс учебных текстов, направленных на внедрение в речевую практику студентов регулятивных элементов или коммуникативных сигналов, являющихся средствами диалогической регуляции. В статье осуществляется попытка классификации регулятивов в свете принципов диалогизации и разговорности, обосновывается эффективность предлагаемого дидактического подхода.

Ключевые слова: доклад, дидактический дискурс, информационная речь, персонализация и разговорность.

Khokhlovskaya Olga Gennadyevna

PhD in philological Science

Associate Professor of the Russian language and literature department
at Chelyabinsk State University

khokh-olga@yandex.ru

INFORMATION SPEECH: FUNCTIONAL AND DIDACTIC ASPECT

The article is dedicated to the problem of conflict of rhetorical objectives when working with scientific information speech, which is implemented in conditions of didactic discourse. For the solution is offered the complex of educational texts aimed at introducing into the speech practice of students regulatory elements or communicative signals, which are means of dialogical regulation. The article attempts to classify regulators in the light of the principles of dialogue and speech. Also, the article prove the efficiency of didactic approach.

Keywords: report, didactic discourse, information speech, personalization and conversations.

ВВЕДЕНИЕ

Одной из наиболее существенных задач образовательной деятельности вуза является формирование научного мышления и научной и профессиональной речи студентов. На решение этой задачи направлены многие виды учебной деятельности, важнейшими из которых, на наш взгляд, являются устные формы. В связи с постоянным изменением образовательной среды, под влиянием социокультурных факторов, задача поиска наиболее эффективных дидактических средств, способствующих развитию устной научной речи студентов, остается актуальной всегда. Настоящее сообщение связано с проблемами формирования у студентов риторических умений, обусловленных использованием такого жанра устной научной речи, как доклад (или информационная речь). Как известно, любое публичное выступление может быть максимально эффективным, если оно оптимальным образом сочетает элементы публичной и личностной ориентированности общения, включая и позиционирование личности оратора. Вместе с тем в научной речи такое сочетание не может не быть противоречивым, задавая внутреннюю конфликтность речи, в чем также нужно отдавать себе отчет. Противоречие возникает, как мы видим, с одной стороны, между реально существующей односторонней направленностью научного выступления: от оратора к адресату, к аудитории слушающей и, по преимуществу, молчащей, и необходимостью при этом осуществлять диалогичный формат общения со слушателем. С другой стороны – между заранее подготовленным письменным текстом и устной формой его воспроизведения, которая теряет требуемую естественность и непринужденность, если автор звучащего текста не стремится к синтезу научного стиля и разговорного. Таким образом, речевой поток, который должен, в идеале, восприниматься слушателем как спонтанный, импровизационный на самом деле таковым не является. Указанная проблема достаточно широко освещена в работах многих ученых, занимающихся проблемами общей и частной риторики, прежде всего, это работы Аннушкина В. И., Волкова А. А., Граудиной Л. К., Ивановой С. Ф., Кохтева Н. Н., Минеевой С. А., Михальской А. К., Петрова О. В., Стернина И. А. и других

авторов. Своей задачей, в рамках данного сообщения, мы видим описание некоторых содержательно-методических аспектов, способствующих разрешению указанной конфликтности в учебно-научной речи.

Доклад как жанр устной речи

Следует отметить, что сегодня в рамках академической сферы доклад как жанр устной речи приобрел некоторую жанровую многоликость и неоднозначность. Все увеличивающееся разнообразие в объеме, форме и статусе докладов породили виды текстов, синонимичные докладу как жанру устной речи: доклады-визуализации, доклады-презентации, стендовые доклады и др. В учебно-научной речи доклад небольшого объема, предназначенный для чтения на рядовом семинарском занятии, называют «сообщением», а доклад и реферат стали различаться только объемом, а не содержательно. При использовании термина «доклад» мы намерены ориентироваться на следующую его дефиницию: доклад как жанр устной речи – это текст, подготовленный в письменном виде, но реализуемый в устной форме перед аудиторией; это текст, который представляет собой краткое изложение какого-либо вида научного письменного текста (реферата, диссертации, статьи, тезисов и т. п.), соединяющего в себе устно-литературные нормы и нормы непринужденной разговорной речи при сохранении целенаправленности, научности, информативности, ясности сообщения [Культура речи 1999].

Итак, в речевом поведении человека, выступающего с докладом перед аудиторией, ожидается некий синтез в реализации жанровостилевых норм и правил научной речи и принципов непринужденной разговорной речи. Однако человеку, не имеющему большого опыта выступлений перед аудиторией, довольно сложно найти оптимальный выход из создавшегося противоречия, поэтому недостаточно подготовленные выступления с докладом (информационной речью) в исполнении студентов чаще всего превращаются в чтение текста вслух или с экрана. Одним из дидактических приемов, эффективно решающих, на наш взгляд, данную проблему является внедрение в речевую практику студентов так называемых регулятивных элементов или коммуникативных сигналов, являющихся средствами

диалогической регуляции, в терминологии А. А. Романова [Романов 1990]. С точки зрения этого автора, «регулятивные элементы, принадлежащие к разным уровням языковой системы, объединенные общей функцией динамичной организации речевого взаимодействия, – это главное и специфическое средство построения речевого общения и реализации тактических задач» [Романов 1990]. Вслед за автором, мы полагаем, что одним из оснований для классификации регулятивов, способствующих динамичности взаимодействия докладчика и слушателей, является целевая установка коммуникации. Классификация регулятивных элементов, необходимых для создания докладов, должна осуществляться, на наш взгляд, с учетом риторических принципов разговорности и диалогизации.

Регулятивы для осуществления принципа разговорности

Необходимость реализации принципа разговорности нам диктуют особенности общения в формате устной речи, когда у слушателя нет возможности перечитать непонятный текст или уточнить сложный термин, когда слишком большое лексическое разнообразие мешает восприятию, когда, наконец, слишком развернутая аргументация не позволяет слушателю удерживать логическую доминанту звучащего текста. В риторике под принципом разговорности понимается следующее: экономное использование лексики, четкая структурная организация выступления, конкретизация темы, информационная точность материала, выбор эффективной композиции. Другими словами, регулятивы, способствующие реализации данного принципа, можно назвать, на наш взгляд, средствами повышения репрезентативности, под которой мы понимаем все усилия докладчика при создании текста, направленные на облегчение работы слушателя. К таковым мы относим: слова-связки, слова-маркеры, подчеркивание, уточнение, цитирование, указание на источники:

1. *Слова-связки* – это слова или словосочетания, используемые для удержания целостности текста в сознании слушателя. Например: «*Итак*, для адекватного понимания...» или «*С другой стороны*, когда мы...».

2. *Слова-маркеры* – это слова или словосочетания, используемые для предупреждения о предстоящих изменениях текста (формальных или содержательных). Например: «В **итоге** мы видим, что «для речевого поведения...» или «К числу таких **вербально-символических средств** можно отнести...».

3. *Подчёркивание* – это слова или словосочетания, используемые для выделения главных мыслей, важной информации, для расстановки логических акцентов в тексте. Например: «**Хотелось бы подчеркнуть**, что язык является...» или «**Как наиболее важное, стоит отметить**, что рассматривая данную функцию...».

4. *Уточнение* – это слова или словосочетания, используемые для разъяснения информации, для помощи аудитории в понимании и запоминании излагаемого материала. Например: «**Иначе говоря**, мы «приспосабливаем» наш язык...».

5. *Цитирование* – это речевой материал, необходимый для обеспечения доказательности, авторитетности и объективности излагаемого материала. Например: «Авторы указанного мной источника пишут: **«Кроме прямых представлений, когда называются наиболее значимые для общения социальные роли собеседников, существуют косвенные – социально-символические средства демонстрации социального статуса и ролевых репертуаров общающихся».**

6. *Указание на источники и авторов* – это речевой материал, необходимый для обеспечения научной точности доклада и адресации слушателей к необходимой информационной базе. Например: «Разбираясь с этими вопросами, мы воспользовались материалами **учебника «Русский язык и культура речи» под редакцией профессора В. И. Максимова**» [Хохловская 2011].

Регулятивы для осуществления принципа диалогизации

С точки зрения риторики, диалогизация ораторского выступления заключается в том, что речь, композиционно построенная как монолог, содержит структурные элементы диалога, т. е. рассчитана на реакцию слушателей. К регулятивам, реализующим принцип диалогизации, на наш взгляд, можно отнести слова-контакты, авто-

комментаторы, этикетные формулы [Формановская 1989], риторические средства изобразительности:

1. *Слова-контакты* – это слова или словосочетания, используемые для поддержания непрямого диалога с аудиторией, привлечения и удержания её внимания. Например: «*Давайте* рассмотрим этот вопрос подробнее...» или «*Давайте не будем забывать*, что в социальном...».

2. *Автокомментаторы* – это слова или словосочетания, используемые для демонстрации личных позиций докладчика, его отношения к излагаемому материалу, проблеме, для персонификации текста. Например: «...данная информация должна оказаться полезной для каждого из вас, *я уверен*» или «*На мой взгляд*, темп речи тоже...».

3. *Этикетные формулы* – это слова или словосочетания, используемые для демонстрации вежливости докладчика, его позитивного отношения к слушателям, для обеспечения продуктивного общения с аудиторией. Например: «*Приветствую всех присутствующих!* Сегодня я хотел бы...» или «*Подводя итог, я хотел бы поблагодарить вас за внимание и пожелать в дальнейшем...*».

4. *Риторические средства изобразительности* (тропы и фигуры) – это слова или словосочетания, используемые для обеспечения эмоциональности, яркости и выразительности текста. Например, использование сравнения: «Важность данных качеств для выпускника университета так же высока, *как наличие хорошего компьютера для программиста или точного ружья для охотника*» [Хохловская 2011].

Дидактический аспект риторической подготовки студентов

Практика обучения студентов информационной речи показывает, что в качестве дидактического материала, необходимого для внедрения регулятивных элементов в речевую практику студентов, могут выступать следующие учебные тексты: мини-словарь «Средства обеспечения репрезентативности и устности текста», список оценочных конструкций в научной речи, план анализа доклада, клише для оформления анализа доклада, примеры комплексного использования

регулятивных элементов. Методика работы с данными дидактическими единицами выглядит следующим образом:

1) теоретическая подготовка: знакомство с особенностями информационной речи (доклада), работа с понятиями «репрезентативность» и «устность», знакомство со средствами, обеспечивающими репрезентативность и устность с помощью мини-словаря и примеров комплексного использования регулятивных элементов, например:

- Пример этикетной формулы, соединенной с контактором: *Приветствую вас, уважаемые слушатели!*
- Пример автокомментатора, соединенного с контактором: *Полагаю, вам будет интересно узнать...*
- Пример подачи темы с использованием автокомментатора: *сегодня я хотела бы предоставить вашему вниманию свой доклад на тему...*
- Пример подачи актуальности с использованием контактора и автокомментатора: *Каждому из нас приходилось неоднократно выступать с поздравительными речами на различных торжественных мероприятиях. Поэтому, думаю, каждый из вас понимает, насколько важно знать речевые особенности поздравительных речей.*
- Пример подачи тезиса с использованием автокомментаторов: *Безусловно, данная тема достаточно обширна и включает в себя множество вопросов. Однако я намерена ограничиться лишь следующими: речевые особенности официальных и неофициальных поздравлений, композиция построения поздравительной речи. Кроме того, мне кажется весьма полезным рассмотреть вопрос о том, как развить мысль для оригинальных неофициальных поздравлений.*
- Пример фразы перехода к основной части с использованием слова-связки: *Итак, в чем же состоят особенности поздравительных речей?*
- Пример подачи информации об использованной для разработки доклада литературе на основе автокомментатора: *Завершая свою работу, я хотела бы обратить ваше внимание на следующих авторов: Л. В. Введенская и О. Г. Тургина, книги которых легли в основу моего доклада.*

- Пример использования маркера, соединённого с указанием на источники: ...Рассмотрим конкретные *примеры* официальных поздравлений, *предложенные С. В. Тургиной, автором книги «Сценарии. Презентации»*, ставшей основным источником моего доклада.
- Пример цитирования с использованием контактора: ...Но здесь нам в *своевременно вспомнить Цицерона*, который уже более двух тысяч лет назад сказал: “самое трудное в речи, как и в жизни, – это понять, что в каком случае уместно... Всегда и во всякой части речи, как и в жизни, следует соблюдать уместность по отношению и к предмету, о котором идет речь, и к лицам как говорящего, так и слушающего”.
- Примеры использования подчеркивания на основе автокомментатора: *Наиболее важной* нам представляется мысль...; *особое внимание* аудитории хочу обратить на...; хотелось бы *обратить внимание на очень существенное* замечание...;
- Примеры использования уточнения на основе контакторов и автокомментаторов: хотелось бы *уточнить* следующие положения...; эти формулировки, на мой взгляд, нуждаются в *уточнении*...; ... давайте *уточним* некоторые аспекты прозвучавшей информации...

2) первичный опыт создания риторического текста с использованием регулятивных элементов: создание черновика своего доклада в соответствии с принципами диалогизации и разговорности, анализ текста доклада, созданного другим студентом, по предложенному плану, создание аналитических материалов на основе предложенного преподавателем клише, например:

Во введении докладчиком проведена следующая работа со слушателями по подготовке их к восприятию материала доклада:

- ◆ тема сформулирована следующим образом: «»;
- ◆ актуальность выбранной темы обсуждена с аудиторией в следующих фразах: « ... »;
- ◆ докладчик умело убеждает аудиторию в важности данной темы: «...»;

- ◆ на основе темы и актуальности докладчиком сформулирован тезис доклада: «...».

В докладе продемонстрирована способность докладчика реагировать на поведение слушателей, проявлять диалогичность и вежливость в общении:

- ◆ для организации общения использованы (в кол-ве: ...) слова-контакты: «...»;
- ◆ в доклад включены автокомментаторы (в кол-ве: ...), позволяющие докладчику вступить в диалог с аудиторией, персонафицировать своё выступление: «...»;
- ◆ использованы этикетные речевые формулы (в кол-ве: ...), что свидетельствует о корректности и вежливости докладчика: «...».

Докладчик стремился достичь достаточной репрезентативности текста:

- ◆ докладчик использует следующие слова-маркеры (в кол-ве: ...), помогая слушателям воспринимать логику текста: «...»;
- ◆ для отделения главного материала от второстепенного в докладе используются слова-«подчеркивания» (в кол-ве: ...) : «...»;
- ◆ для лучшего понимания слушателями и запоминания использованы слова-уточнения (в кол-ве: ...) : «...»;
- ◆ с той же целью использованы намеренные повторы (в кол-ве: ...) : «...».

Проведена следующая работа над качеством содержания доклада:

- ◆ полнота раскрытия темы соответствует тематическим границам, заданным с помощью тезиса: «...», так как освещено всё, что запланировано;
- ◆ докладчик стремился обеспечить достаточную научную глубину, подавая проблемы (или информацию) на обобщенном уровне (кол-во обсужденных проблем (или блоков основной информации): ...), и в деталях кол-во научных фактов, примеров, подкрепляющих теорию (или блоков информации частного характера): ...);

- ◆ докладчик старался обеспечить научную и фактическую точность, ссылаясь на мнения ученых в косвенной форме (в кол-ве: ...), а также в форме прямого цитирования (в кол-ве: ...);
- ◆ докладчик пытался обеспечить высокую степень доказательности текста доклада, используя убедительные аргументы в количестве (в кол-ве: ...), достаточном для раскрытия затронутой в докладе проблемы.

Докладчик стремился к соблюдению законов текста, а также пытался помочь слушателям в восприятии целостности и логичности текста:

- ◆ достигнута связность и целостность текста, так как уместно и в достаточном количестве использованы слова-связки (в кол-ве: ...) : «...»;
- ◆ докладчиком обеспечена достаточная логичность текста, так как не нарушена смысловая последовательность, не нарушается логика рассуждения;
- ◆ тезис не только сформулирован во введении, но докладчик повторяет его слушателям несколько раз (в кол-ве: ...);
- ◆ аргументы использованы уместно (в кол-ве: ...);
- ◆ вывод сделан в заключении доклада и выделен с помощью маркера: «...».

Проведена работа над выразительностью, яркостью текста:

- ◆ уместно использованы риторические средства изобразительности (в кол-ве: ...) : «...»;
- ◆ в достаточной мере использованы эмоционально-экспрессивные средства речи (в кол-ве: ...) : «...».

Докладчиком обеспечена в полной мере адресация научных точек зрения, мнений:

- ◆ соблюдена корректность цитирования: слушателям сообщены авторы цитируемых фрагментов текста (в кол-ве: ...) : «...»;
- ◆ соблюдена корректность в использовании научных источников: для слушателей озвучены источники данного материала (в кол-ве: ...) : «...»; , названы авторы основного заимствованного текста:

Докладчиком проведена следующая работа над культурой речи:

- ◆ использована уместная лексика, требуемая стилем и ситуацией общения, например: ... ;
- ◆ докладчик старался избегать неуместных жаргонизмов, диалектизмов и др., использование в докладе лексических средств типа: «...» докладчик считает допустимым, так как ... ;
- ◆ докладчик старался не допустить нарушений орфографической, грамматической и лексической правильности речи.

Докладчик с помощью автокомментаторов стремился продемонстрировать самостоятельность в создании текста и в работе с аудиторией:

- ◆ прозвучала личная точка зрения (в кол-ве: ...): «...»; высказаны критические замечания (в кол-ве: ...) : «...»; несогласие с чем-то (в кол-ве: ...) : «...»; ;
- ◆ сформулированы предложения, смелые гипотезы (в кол-ве: ...): «...»

3) редактирование чернового варианта своего доклада на основе аналитических материалов и рекомендаций, сделанных другим студентом, окончательная доработка текста доклада; 4) выявление уровня репрезентативности и устности своего текста, создание перечня регулятивных элементов, использованных в тексте доклада, в виде примечаний, например:

в тексте доклада выделены курсивом и обозначены цифрами:

1. Слова-связки (для обеспечения целостности текста) – 24 шт.;
2. Слова-маркеры (для предупреждения слушателей о каких-либо изменениях в форме или содержании текста) – 5 шт.;
3. Слова-контакты (для обеспечения активного взаимодействия со слушателями, создания диалогизации текста) – 7 шт.;
4. Автокомментаторы (для персонификации текста, обеспечения диалога) – 8 шт.;
5. Подчеркивание (для выделения главных мыслей, важной информации, расстановки логических акцентов) – 4 шт.;

6. Уточнение (для конкретизации, пояснения какой-либо информации) – 1 шт.;
7. Этикетные формулы (для обеспечения контакта и вежливого общения с аудиторией) – 2 шт.;
8. Риторические средства выразительности (для обеспечения наибольшей выразительности и привлекательности текста) – 1 шт.;
9. Цитирование (для обеспечения объективности и авторитетности текста) – 1 шт.;
10. Указание на источники и авторов (для обеспечения научной и фактической точности материала) – 1 шт.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, для того, чтобы информационная речь представляла собой полнейшую гармонию между содержанием и формой, а не бездумное манипулирование языком, необходимо осознанное и целенаправленное использование ресурсов языка и речи, и, в первую очередь, средств диалогической регуляции. Проблема кажущегося жанрово-стилистического противоречия, функциональной несовместимости риторических задач при создании информационной речи (доклада) может быть снята в результате использования регулятивных действий-реплик, которые и определяют «вектор» речевого общения. Правильная дифференциация этих регулятивных элементов и навык их уместного употребления позволяют осуществлять результативную риторическую подготовку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. проф. Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева. М.: Издательство НОРМА; НОРМА-ИНФРА, 1999. 560 с.
- Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 1990. 183 с.
- Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. М.: Высш. шк., 1989. 159 с.
- Хохловская О. Г. Устная научная речь. Доклад как жанр устной речи: методическое пособие. Челябинск: Энциклопедия, 2011. 80 с.

REFERENCES

- Culture of Russian speech: a textbook for high schools / under the editorship of Professor L. K. Graudina, E. N. Shiryaev. Moscow: NORMA publishing House; NORMA-INFRA, 1999. 560 pp.
- Romanov A. A.* System analysis of regulatory means of dialogical communication dis. ... d-ra filol. sciences'. Moscow, 1990. 183 pp.
- Formanovskaya N. I.* Speech etiquette and communication culture. M.: Higher. SHK., 1989. 159 pp.
- Khokhlovskiy og* Oral scientific speech. Report as a genre of oral speech: a methodological guide. Chelyabinsk: Encyclopedia, 2011. 80 p.

УДК 81'42

Якель Алексей Олегович

старший преподаватель кафедры журналистики
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования

«Донецкий национальный университет»

e-mail: ayakel@narod.ru

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЧЕВОГО ЖАНРА «ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЙ» В ВИРТУАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ НОВЫХ МЕДИА

В статье рассматривается специфика речевого жанра «интернет-комментарий», функционирующего в виртуальном дискурсе новых медиа. Материалом исследования являются размещенные в социальной сети «ВКонтакте» фрагменты гипертекстов, соответствующие изучаемому речевому жанру. Среди дифференцирующих параметров речевого жанра выделено воздействие виртуализации как особенность коммуникативной среды, а также технические факторы, влияющие на использование интернет-комментария. Внимание уделено взаимодействию коммуникантов, использующим изучаемый речевой жанр.

Ключевые слова: интернет-лингвистика; новые медиа; речевой жанр; интернет-комментарий; виртуальный дискурс.

Iakel Aleksey Olegovich

Senior Lecturer, Department of Journalism, State Educational Institution of Higher Professional Education "Donetsk National University".

e-mail: ayakel@narod.ru

FUNCTIONAL FEATURES OF SPEECH GENRE "INTERNET COMMENTARY" IN THE VIRTUAL DISCOURSE OF NEW MEDIA

The article deals with the specifics of the "Internet Commentary" genre of speech functioning in the virtual discourse of new media. The research material is fragments of hypertext placed in the social network "VKontakte", corresponding to the studied speech genre. Among the differentiating parameters of the speech genre, the impact of virtualization as a feature of the communicative environment, as well as technical factors that affect the use of Internet comment. Attention is paid to the interaction of communicators using the studied speech genre.

Keywords: Internet linguistics; new media; speech genre; Internet commentaries; virtual discourse.

ВВЕДЕНИЕ

Изучение риторической природы новых медиа невозможно представить без понимания специфики используемых участниками общения речевых жанров (РЖ). Комментарии, как следствия реакции на размещаемые в сети «Интернет» публикации, в новых медиа представлены в большом объеме. Большинство интернет-ресурсов имеют формы обратной связи с аудиторией, что обусловлено интерактивностью интернет-журналистики.

На сегодняшний день теория РЖ и отдельные РЖ, функционирующие в сети «Интернет», детально изучены рядом исследователей: Бирюкой Е. В. [Бирюкова, Собянина, Волкова 2018], Дементьевым В. В. [Дементьев 2010], Ереминой М. А. [Еремина 2016], Рабенко Т. Г. [Рабенко 2017], Романтовским А. В. [Романтовский 2014], Стексовой Т. И. [Стексова 2014] и другими. Однако единое универсальное представление о РЖ «интернет-комментарий», к сожалению, не разработано из-за выделения исследователями различных лингвистических параметров РЖ, а также особенностей проанализированного материала. Поэтому рассмотрение указанного РЖ является актуальной проблемой.

Цель статьи – определить специфику функционирования речевого жанра «интернет-комментарий» в виртуальном дискурсе новых медиа.

Материалом исследования послужили комментарии пользователей, размещенные в новостных сообществах социальной сети «ВКонтакте».

Для точного определения РЖ «интернет-комментарий» и выявления его места в виртуальном дискурсе новых медиа следует опереться на параметры, по которым может быть выделен РЖ. С нашей точки зрения, наиболее универсальные принципы определены Бахтиным М. М. в его статье «Проблема речевых жанров» [Бахтин 1996, т. 5]. Так, дифференцирующими параметрами для определения речежанровой принадлежности следует считать: специфику среды, коммуникативную ситуацию, персональный состав участников и композицию высказывания.

Тематико-предметное содержание, экспрессивность (интонация) коммуникантов не могут быть дифференцирующими признаками, однако могут стать основой для разработки репертуара изучаемого РЖ. Данные параметры напрямую зависят от текущей ситуации, которая может быть обобщена с подобными ей только при исключении сущности отражаемого в комментарии смысла. Например, к публикации о повышении тарифов на проезд в общественном транспорте, размещенной в сообществе «Типичный Донецк» можно встретить такие комментарии (прим. – тут и далее сохранены авторская орфография, грамматика, лексика, синтаксис и пунктуация): *«Да молодец! За то обещал энергетикам зп поднять с февраля!! и отменил,сказал и так до ничего получают! За то цены подымает!»*, *«В Польше 25 рублей 10 минут езды, так что не парьтесь!»*), *«Отличная новость!»*, *«шесть рублей?? Боже, у нас по моему шесть руб не стоит НИЧЕГО, совсем ничего»*. Как видно из данных примеров экспрессивность коммуникантов не влияет на сущность РЖ «интернет-комментарий», однако мы можем выделить, к примеру, группу агрессивных интернет-комментариев.

Дифференцирующие параметры в своей сущности взаимосвязаны, так как являются характеристиками дискурса. Отчасти такой подход пересекается с анкетой речевого жанра, разработанной Т. В. Шмелёвой [Шмелёва 1997]. Определение данных аспектов позволяет установить границы высказывания.

Проблема выделения интернет-комментария в отдельный РЖ состоит также в том, что часть таких текстов является креолизованными, содержит экстралингвистические компоненты: фрагменты видео, фотографии, мемы, гиф-анимации, аудиофайлы и т. д. Они могут полностью или частично заменять текстовую основу комментария. При этом само обсуждение не прерывается. Адресат одинаково точно воспринимает как текстовые, так и нетекстовые комментарии, что создает определенные трудности при упорядочении подобных примеров.

Влияние виртуализации на интернет-комментарий

При изучении РЖ «интернет-комментарий» в первую очередь во внимание следует брать специфику виртуального дискурса новых медиа. Интернет-коммуникация в зависимости от особенностей нового

медиа может быть подвергнута определенным техническим и содержательным ограничениям. Речь идет о техническом оформлении комментария – особенностях интерфейса, используемого для отправки такого типа сообщений, а также о модерации, которая формализует отношения между участниками обсуждения. Следовательно, данные аспекты также нужно учитывать при изучении РЖ виртуального курса новых медиа.

Стоит также отметить, что виртуальная коммуникативная среда также имеет ряд особенностей. Осуществляемая адресантами отправка комментариев является формой виртуального общения. Участники коммуникации не просто удалены друг от друга, но, что самое главное, используют для идентификации страницы-аккаунты, которые являются формальными образами реальных людей. Фактически общение осуществляется между отдельными страницами пользователей, за каждой из которых стоит реальный человек.

Это дает большие возможности для создания как собственных (персональных) страниц, так и страниц, информация на которых не соответствует реальной действительности. Последние называются фейками и могут быть использованы для осуществления информационных атак.

За несколькими такими аккаунтами может стоять всего один реальный адресант – автор публикуемых комментариев. Для формирования и корректировки общественного мнения он может благодаря использованию нескольких аккаунтов стимулировать начало дискуссии, устроить травлю отдельных комментаторов или создать численный перевес в представлении определенной позиции.

Воздействие технических факторов на интернет-комментарий

Важным фактором в определении РЖ «интернет-комментарий» является то, что в таких текстах используется разговорный стиль. На всех уровнях языка участники коммуникации применяют соответствующие ему языковые единицы. С классической бахтинской точки зрения ключевым является индивидуальный стиль говорящего. Для лучшего понимания специфики взаимодействия между адресантом

и адресатами, выделения жанровых подвидов, а также для отбора естественных сообщений, созданных реальными пользователями, данный фактор является базовым.

В бахтинской теории большое значение уделено целостности, завершенности и границам речевого жанра. С данной позиции изучение РЖ возможно как исследование текстов самих по себе безотносительно формы воспроизведения или носителя. Однако новые медиа, существующие исключительно в виртуальном пространстве, порождают необходимость учитывать технические особенности размещения высказывания, отлитого в речевом жанре комментария.

Так, для размещения нового текста адресант использует специальную форму отправки сообщения. При публикации, кроме текста, возникают элементы взаимодействия с таким сообщением. К ним можно отнести функцию ответа на комментарий, систему оценки размещаемого сообщения, компоненты организации текста в системе ветки обсуждения публикации (рисунок 1).

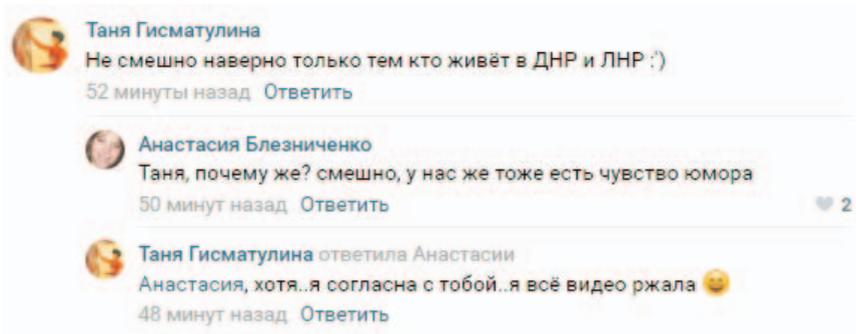


Рисунок 1. Элементы интерфейса, позволяющие взаимодействовать с интернет-комментариями

Оценочная система отчасти определяет статус комментатора, создает условия для дополнительной стимуляции дискуссии. Поэтому, например, в рамках информационного противостояния кроме публикации комментариев также используются средства их продвижения.

Прямого влияния на текст у данных элементов нет. Однако они оказывают косвенное воздействие на участников коммуникации,

могут порождать в определенных обстоятельствах коммуникативное намерение.

Интернет-сервисы зачастую стремятся к упрощению моделей взаимодействия с аудиторией, поэтому в большинстве новых медиа комментарий обладает типовым набором технических элементов.

Интернет-комментарий в коммуникативной среде новых медиа

Понимание комментария как речевого жанра неотрывно связано с его местом в структуре обсуждения информационного сообщения. С позиции адресанта, который порождает высказывание, мы можем рассматривать комментарий как отдельный жанр, однако с точки зрения адресата все выглядит несколько иначе.

Интерпретация высказывания неотрывно связана с соседствующими сообщениями. При этом раскрываемый смысл так или иначе вычленяется при наличии более широкого контекста. Для виртуального дискурса новых медиа таких контекстов может быть два и более. Первый – размещение сообщения, как реакции на написанное выше. Второй – публикация нового комментария, как ответ на комментарий другого адресанта. К примеру, в группе «Донецк, что не так?» к новостному сообщению о том, что жители Донецка смогут бесплатно звонить с таксофонов, расположенных на территории ДНР, приводится следующий комментарий: «*Скоро мы с таким успехом на паровые двигатели перейдем)))*». В данном случае ироничный комментарий является реакцией на описанный в новостном сообщении факт. Примером ответа на интернет-комментарий другого пользователя может служить следующее после указанного выше сообщение: «*Алена, потом к ним освещение подведут, это не всё))*».

Сообщение может иметь большее число контекстов, так как на некоторых площадках в сети «Интернет» структура представленных комментариев в форме полилога может распадаться на ряд диалогов. В социальных сетях такая форма обычно не предполагается, поэтому восприятие сообщений порой может происходить в абсурдном контексте, что также оказывает непрямое воздействие на массовую аудиторию.

В таком отношении комментарий перестает существовать как отдельный РЖ, а становится частью гипержанра обсуждения публикации, размещенной в новом медиа. И если мы не выделяем РЖ «интернет-комментарий», а рассматриваем ветку обсуждения как гипержанр, комментарию отводится роль речевого акта, который может существовать в пределах диалогического единства.

Однако этому противоречит то, что потенциальный адресат не всегда является активным участником коммуникации, а значит, интерпретация написанного в комментариях производится бессистемно. Адресат может прочесть отдельные комментарии, не погружаясь в рассмотрение всех сообщений, отправленных участниками обсуждения.

Возможно, более продуктивным является рассмотрение комментария через призму теории речевых актов. В таком случае можно формализовать признаки, отделяя каждый комментарий от ветки обсуждения, в которой он размещен. Каждый такой текст можно рассматривать с позиции коммуникативистики, как речевой акт. Его структура и признаки будут определяться в первую очередь коммуникативным намерением, целью, которую ставит перед собой говорящий.

Однако нам такой подход кажется непродуктивным. Интернет-комментарий возникает как сообщение-реакция на публикацию или другой комментарий. Такое высказывание не может быть порождено адресантом без видимых на то причин. Например, сообщения, оторванные от контекста обсуждения, рассматриваются участниками коммуникации и модераторами как информационный мусор – комментарии, нарушающие правила поведения в рамках конкретного нового медиа и деструктурирующие коммуникацию.

Также следует учитывать понятие активно-ответного понимания слушающего, введенное М. Бахтиным. При условии отсутствия данного обстоятельства комментарии не образовывали бы некоторую полилогичную целостность, которой они по сути являются в пределах одного обсуждения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учитывая изложенное выше, РЖ «интернет-комментарий» существует как новое диалоговое единство. Определение его параметров обуславливается не только дифференцирующими параметрами, которые приняты в теории речевых жанров, но и особенностями виртуальной среды, ее технологичностью и спецификой формирования образов адресанта и адресата.

Репертуар РЖ «интернет-комментарий» определяется исходя из содержательной составляющей отправляемых сообщений. Тут речевой замысел говорящего и коммуникативное намерение играют первоочередную роль.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бахтин М. М.* Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7 т. Т. 5. М. : «Русские словари», 1996. С. 159–207.
- Бирюкова Е. В., Собянина В. А., Волкова Ю. В.* Читательский комментарий в электронной версии журнала как жанр интернет-дискурса (на материале немецкого и русского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 12–1 (90). С. 79–82.
- Дементьев В. В.* Теория речевых жанров М.: Знак, 2010. 600 с.
- Еремينا М. А.* Речевой жанр отзыва в коммуникативном пространстве Интернета // Научный диалог. 2016. № 5 (53). С. 34–45.
- Рабенко Т. Г.* Проблема речежанровой первичности / вторичности в контексте современной лингвистики // Сибирский филологический журнал. 2017. № 2. С. 235–248.
- Романтовский А. В.* Метакоммуникативные индексы в дискурсе интернет-комментариев // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. 2015. № 3. С. 141–149.
- Стексова Т. И.* Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. 2014. № 1–2 (9–10). С. 81–88.
- Шмельва Т. В.* Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 88–98.

REFERENCES

- Bahtin M. M.* Problema rechevyh zhanrov // Bahtin M. M. Sbranie sochinenij: v 7 t. T. 5. M. : «Russkie slovani», 1996. S. 159–207.

- Birjukova E. V., Sobjanina V. A., Volkova Ju. V.* Chitatel'skij kommentarij v jelektronnoj versii zhurnala kak zhanr internet-diskursa (na materiale nemeckogo i russkogo jazykov) // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2018. № 12–1 (90). S. 79–82.
- Dement'ev V. V.* Teorija rechevyh zhanrov M.: Znak, 2010. 600 s.
- Eremina M. A.* Rechevoj zhanr otzyva v kommunikativnom prostranstve Interneta // *Nauchnyj dialog*. 2016. №5 (53). S. 34–45.
- Rabenko T. G.* Problema rechezhanrovoj pervichnosti / vtorichnosti v kontekste sovremennoj lingvistiki // *Sibirskij filologičeskij žurnal*. 2017. № 2. S. 235–248.
- Romantovskij A. V.* Metakommunikativnye indeksy v diskurse internet-kommentarijev // *Vestnik LGU im. A.S. Pushkina*. 2015. № 3. S. 141–149.
- Steksova T. I.* Kommentarij kak rechevoj zhanr i ego variativnost' // *Zhanry rechi*. 2014. № 1–2 (9–10). S. 81–88.
- Shmeleva T. V.* Model' rechevogo zhanra // *Zhanry rechi*. – Saratov: Izd-vo GosUNC «Kolledzh», 1997. S. 88–98.

УДК
Ян Юнья

магистр Шэньсиского Педагогического Университета,
стажер Московского государственного лингвистического университета
yunya626ya@163.com

Бережная Т.М.

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры «русский язык как иностранный»
Московского государственного лингвистического университета

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА ИНТЕРНЕТА В КИТАЕ

В начале XXI века интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни, помогая в работе и учебе, давая новые возможности для расширения кругозора и повышения уровня образования и просвещения. Интернет оказывает значительное влияние на разные стороны жизни, в частности на язык. С появлением и развитием интернета появился и активно развивается и продвигается в жизнь особый язык, имеющий ряд характерных черт и особенностей. В статье описывается процесс возникновения и развития интернета в Китае, основные характеристики языка интернета, используемого, в частности в межличностном общении и приводятся примеры языка чатов.

Ключевые слова: интернет, язык интернета, язык чата в Китае.

Yan Unyia

master of Shaanxi Pedagogical University,
trainee of the Moscow state linguistic University
yunya626ya@163.com

Berezhnaya T. M.

Supervisor: PhD of philological Sciences, associate Professor,
associate Professor of the Department of "Russian as a foreign language"
of the Moscow state linguistic University

SOME FEATURES OF THE INTERNET LANGUAGE IN CHINA

At the beginning of the XXI century, the Internet became a necessary part of our lives, helping in work and study, giving new opportunities to expand our horizons and increase the level of education and development of new generations. The Internet has a significant impact on various aspects of life, in particular the language. With the advent and development of the Internet, a special language has appeared and is actively developing

and is moving forward. It has a number of characteristic features. The article describes the process of the emergence and development of the Internet in China, the main characteristics of the Internet language used, in particular in interpersonal communication, and provides examples of the chat language.

Keywords: internet, internet language, chat language in China.

В Китае, впрочем как и во всем мире, Интернет и его особый язык имеет не очень долгую историю, но развитие идет очень быстрыми темпами.

Интернет в Китае появился относительно поздно. Можно указать следующую периодизацию: июнь 1989 – март 1993 – первый период, который можно назвать периодом изучения и подготовки; апрель 1994 – 1996 – второй период, начало; 1997 по настоящее время – третий период, ускоренное развитие. В это время появляются и первые исследования интернет-коммуникации и интернет-языка таких лиц, как, например, Чэнь Тяньцяо, Ма Хуатенг, Ван Янь и т. д. В настоящее время можно отметить большой интерес китайских исследователей к особенностям использования языка в интернете, так называемому «интернет языку» как новому явлению. Материалом для наблюдений и анализа служит, в частности, язык сетевых СМИ, а также различные сетевые ресурсы, на которых происходит общение между людьми или группами людей, т.н. межличностная коммуникация (форумы, блоги, чаты и так далее). При этом отмечается, что темпы и качество развития нового языка связаны как с развитием техники интернета, так и с некоторыми экономическими и политическими процессами в Китае. Так, например, невозможно использовать некоторые зарубежные приложения, не всегда возможно войти на некоторые зарубежные сайты и т. д. В значительной мере особенности языка, используемого в сети, определяются также особенностями народного сознания.

Как известно, письменная форма языка появилась позже, с ее помощью можно передавать информацию через время и пространство. «С появлением новой формы коммуникации – Интернета – появился так называемый промежуточный тип коммуникации, который техни-

чески может расцениваться как письменный, а с точки зрения структуры используемого языка – как устный. И эта форма коммуникации становится все более значимой, актуальной и ограничивает сферу других более традиционных, нормативных форм». [Синишина, 2014:57] И так, можно сказать, что с помощью интернета люди могут выражать свои мысли и взгляды более актуально и удобно.

Главными характеристиками современного интернет языка, используемого в сети можно считать следующие:

а) Практичность и экономичность.

Как известно, развитие интернета увеличивает темп развития нашего общества, поэтому, когда люди общаются с другими в интернете, они стремятся к практичности и экономичности, чтобы ускорить процесс своего общения и экономить больше времени. И благодаря этому, в интернете возникают больше и больше упрощенных вариантов написания слов, аббревиатур и сокращенных знаков. Например, в интернете люди часто используют сокращенные слова и имена, например в русском языке употребляется «Саш» вместо слова «Саша»; «грю» вместо слова «говорю»; «тока» вместо «только» и т. д, а для языка китайского интернета свойственны упрощения такие, как, например, FQ (от 愤青 фэньцин) означает сердитую молодежь. Буквами ZF (от 政府 чжэнфу) обозначается правительство, чтобы обойти интернет-фильтры цензуры». [Бурмистрова, 2010]

б) Индивидуализированность и персонифицированность.

Когда люди выражают мысли, общаются с другими людьми, оценивают какое-то явление, они предпочитают свою точку зрения и мысли, стремясь выразить себя.

в) Относительная, хотя и широкая свобода в выборе средств.

Общаясь в интернете, люди хотят свободно выражать слова и мысли, и используют для этого все имеющиеся инструменты.

г) Символизация и разнообразие.

В наше время, интернет дает всё больше возможностей для нашего общества. Он становится новым культурным социальным пространством. В интернете возникает больше и больше разнообразных

символических знаков, например «для обозначения эмоционального состояния, жестов и мимики используются эмограммы (Ideograms, Emoticon, Smiley):

Хорошее настроение	Плохое настроение	Нейтральные эмограммы
:-) и ^ _ ^ хорошее настроение :-> улыбка и очень весёлый смех :-) подмигивать, подшучивать 8D широко улыбаться В-) и 8-) шутник в очках :-x поцелуй :-? облизываться :-] или :-J небольшая ирония и др.	:-(плохое настроение, злость :-o :-O кричать и громко кричать :-(неodobрение или обида @- объявить атомную войну (:-< быть одиноким волком :-С несчастье :-{ угроза или зависть :-d или :-b – показать язык и др.	00 или !00! требовать внимания :Т «это серьёзно» :/) не смешно или не понял :- обычное выражение лица и др.

Китайские пользователи сети Интернет чаще всего применяют сложные смайлы, в то время когда для российских пользователей характерны более простые или упрощенные, например, « :-) » и « :-(«. Иногда минус пропускается, а число скобок в зависимости от настроения может быть увеличено, например: « :) » означает просто хорошее настроение, а « :)) » – очень веселое настроение. Помимо функции экономии места и времени, графические сокращения при общении в Интернете играют роль маркеров принадлежности человека к интернет-сообществу». [Палкова, 2004: 2–3]

Хотя вышеприведённые примеры больше относятся к мировым интернет трендам, в китайском сегменте интернета они также находят своё применение.

Популярность использования подобной лексики можно объяснить необходимостью передачи максимального количества информации за самые сжатые сроки. После анализа современных предложений, WEIBO, QQ, чатов и блогов (WeChat 微信) можно выделить основные признаки модели языка в интернет-чатах Китая.

1. Буквенные сокращения, используемые во время дружеского общения для экономии времени на набор иероглифов, например GG (哥哥 брат), JS (奸商 хитрый бизнесмен), GF (女朋友, girlfriend, девушка), CU (再见, see you, пока) и т. д.

2. Цифровые сокращения, состоящие только из цифр. Многие люди используют эвфонии и внутренние значения цифр чтобы выражать свои мысли, например, 88 (拜拜 пока), 9494 (就是 вот так), 521 (我爱你 я люблю тебя), 1314 (一生一世 мы всегда будем вместе) и т.д.

3. Буквенно-цифровые сокращения, состоящие из начальных букв слов и цифр, где цифра ставится вместо слова или части слова, например, 3q (цифра и английский язык, спасибо), me2 (me too, цифра и английский язык, я тоже), +U (математический знак и английский язык, давай) и т. д.

4. Фонетические и иероглифические подмены слов, когда новое значение созвучно со старым, например 粉丝 (бывшее значение – еда, переносное значение – fans, любитель), 果酱过奖 (бывшее значение – еда, переносное значение-чрезмерная похвала), 稀饭喜欢 (бывшее значение – еда, переносное значение любить) и т. д.

Все приведенные примеры взяты из «чатов», на которых осуществляется межличностное общение, происходит обмен мнениями, оценками и пр. Безусловно, особенности интернет-общения и интернет-языка являются отражением происходящих в жизни общества перемен и в свою очередь влияют на сознание людей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бурмистрова Ю.* Китайский язык в интернете и СМС. 521, или Я люблю тебя. 2010.
- Палкова А. В.* Аббревиация как способ образования новых лексических единиц в сфере компьютерной техники и Интернета // Иностранные языки в экономических вузах России: Всероссийский научно-информационный альманах. СПб., 2004. С. 66–80.
- Синицина О. О.* Филология Интернет-лексика в современном китайском языке. // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 13. Востоковедение. 2014. № 3.

REFERENCES

- Burmistrova Yu.* Chinese on the Internet and SMS. 521, or I love you. 2010.
- Palkova A. V.* Abbreviation as a way to form new lexical units in the field of computer technology and the Internet // Foreign languages in economic universities of Russia: all-Russian scientific and information almanac. SPb., 2004. Pp. 66–80.
- Sinicina O.* Pedagogy of the Internet-vocabulary in modern Chinese. // Vestn. Mosk. UN-TA. Ser. 13. Orientalism. 2014. No. 3.

РЕШЕНИЕ

XXIII-й Международной конференции Российской ассоциации исследователей, преподавателей и учителей риторики

«Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации»

1. XXIII-я Международная конференция по риторике проходит в условиях интенсивных преобразований, которые происходят в разных областях жизни российского общества вследствие развития компьютерных и цифровых технологий. Данная ситуация накладывает большую ответственность на сообщество русистов-риторов, поскольку целью риторики всегда было совершенствование русского языка и русской речи, а через это – совершенствование личности и благоустройство жизни общества.

Цифровизация общества принципиально меняет жизнь человека, и это особенно отражается на судьбах российского образования, где всегда приоритетным было внимание к жизни языка, организации эффективного и оптимального общения в разных сферах профессиональной и бытовой деятельности. Российская Риторическая ассоциация пытается сохранить лучшие традиции российского языкового образования и с опорой на эти традиции выстраивать свои предложения относительно построения коммуникативной практики в новом информационно-цифровом сообществе.

В настоящее время можно смело утверждать, что риторика как наука и учебный предмет восстановлена в вузах и школах России, утверждён интерес к грамотной и хорошей речи в разных областях общественной и профессиональной жизни, развиваются различные формы пропаганды и борьбы за культуру русской речи. Нашему сообществу русистов и членам Российской риторической ассоциации есть что предложить для творческого внедрения новых идей для качественного преобразования нашего научного, педагогического и общественно-речевого пространства.

В приветствиях, адресованных нашей Конференции со стороны ректоров Московского государственного лингвистического университета и Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина, содержалась высокая оценка деятельности Ассоциации.

Высокую оценку деятельности Ассоциации высказала в приветственном слове ректор Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина, член Президиума РОПРЯЛ М. Н. Русецкая, которая не только одобрила деятельность Риторической ассоциации по распространению риторики и культуры речи в российском образовательном пространстве, но и сделала ряд перспективных предложений относительно будущей работы риториков-ученых и педагогов.

За последние годы осуществлена идея создания Школы русского слова в Государственном институте русского языка имени А. С. Пушкина с организацией занятий по широкой пропаганде культуры русской речи, основ риторики, стилистики и культуры речи.

2. Конференция с удовлетворением констатирует, что большинство региональных риторических объединений в стране продолжает активно работать. Однако следует сказать объективно, что ряд региональных отделений фактически свернули свою работу и не функционируют. Совет РА предлагает обсудить реальную деятельность региональных отделений и если от них не поступает сведений, то в будущем считать их не существующими.

3. Конференция констатирует, что возросло число ее участников, к традиционным «старожилам» прибавились новые заинтересованные риторикой и культурой речи лица. В XXIII-й Конференции всего приняло участие 143 человека, из них 88 – из Москвы, 12 – из Санкт-Петербурга, 33 – иногородних и 10 – зарубежных.

Города России представлены участниками из следующих городов: Саратов, Вятка, Новосибирск, Сочи, Ярославль, Вологда и др.

Иностранные участники Конференции:

6 – Китай, 3 – Казахстан, 1 – Белоруссия.

В очном пленарном заседании Конференции приняли участие 19 человек, ряд авторов не смог приехать по уважительным причинам.

Председатель Российской ассоциации исследователей, преподавателей и учителей риторики, профессор Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина

В. И. Аннушкин

Научное электронное издание

**Риторические традиции
и коммуникативные процессы
в эпоху цифровизации**

XXIII Международная научная конференция

06–08 февраля 2020 г.

Компьютерная верстка: *М. А. Моисеева*

Дизайн обложки: *А. Г. Проскураков*

Подписано в печать 27.10.2020
Объем 67,38 п. л. Формат 60×90/16
Заказ 92/20

ФГБОУ ВО МГЛУ

Адрес редакции:
Москва, Остоженка, 38, стр. 1
Тел./факс (495) 245-33-23
E-mail: ipk-mglu@rambler.ru