16+

ISSN 1818-4936

АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В. Н. ТАТИЩЕВА
ASTRAKHAN TATISHCHEV STATE UNIVERSITY

ГУМАНИТАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

HUMANITARIAN RESEARCHES

JOURNAL OF FUNDAMENTAL
AND APPLIED RESEARCHES

2026
№ 2 (98)

Журнал издаётся с 2000 г.

Published since 2000

Журнал включён в перечень изданий, утверждённых ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований по отраслям науки:
5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки);
5.9.2. Литературы народов мира (филологические науки);
5.9.3. Теория литературы (филологические науки);
5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки);
5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки);
5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки);
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева
2026

Astrakhan Tatishchev State University
2026

ББК 65
Г93

Рекомендовано к печати редакционно-издательским советом
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева

Recommended by the Editorial and Publishing Board
of Astrakhan Tatishchev State University

ГУМАНИТАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

HUMANITARIAN RESEARCHES

2026
№ 2 (98)

Главный редактор
Л. Ю. Касьянова
доктор филологических наук, профессор
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева

Editor-in-Chief
L. Yu. Kasyanova
D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University

Ответственный секретарь
Ю. А. Васильева
кандидат филологических наук, доцент,
Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева

Executive secretary
Yu. A. Vasileva
Cand. Sc. (Philology), Associate Professor,
Astrakhan Tatishchev State University

Редакционная коллегия
З. Р. Аглеева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева;
Н. Ф. Алефиренко, д-р филол. наук, проф.
Белгородского государственного университета,
заслуженный деятель науки РФ;
А. А. Боровская, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева;
Е. Н. Галичкина, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева;
О. Г. Егорова, д-р филол. наук, проф.
Московского государственного лингвистического университета;
Е. Е. Завьялова, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева;
С. А. Кибальник, д-р филол. наук, ведущий научный сотрудник
Института русской литературы Российской академии наук,
проф. Санкт-Петербургского государственного университета;

Э. А. Китанина, д-р филол. наук, проф.
Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина;
М. Л. Лаптева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева;
И. П. Лысакова, д-р филол. наук, проф.
Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена;
М. Г. Меркулова, д-р филол. наук, проф.
Московского педагогического государственного университета;
С. В. Ракитина, д-р филол. наук, проф.
Волгоградского государственного социально-педагогического университета;
Г. В. Файзиева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева;
Е. Н. Шеховцева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева

Editorial Board

Z. R. Agleeva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
N. F. Alefirenko, D. Sc. (Philology), Professor, Belgorod State University,
Honored Science Worker of the Russian Federation;
A. A. Borovskaya, D. Sc. (Philology), Professor,
B. Astrakhan Tatishchev State University;
E. N. Galichkina, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
O. G. Egorova, D. Sc. (Philology), Professor,
Moscow State Linguistic University;
E. E. Zavyalova, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
S. A. Kibalnik, D. Sc. (Philology), Leading Researcher
Institute of Russian literature of the Russian Academy of Sciences,
Professor, Saint Petersburg State University;
E. A. Kitanina, D. Sc. (Philology), Professor,
Pushkin State Russian Language Institute;
M. L. Lapteva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
I. P. Lysakova, D. Sc. (Philology), Professor, Herzen University;
M. G. Merkulova, D. Sc. (Philology), Professor,
Moscow State Pedagogical University;
S. V. Rakitina, D. Sc. (Philology), Professor,
Volgograd State Pedagogical University;
G. V. Fayzieva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
E. N. Shekhovceva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University

Журнал выходит 4 раза в год
The journal is published 4 times a year

© Астраханский государственный университет им. В.Н Татищева, 2026
© В. Д. Скоблев, оформление обложки, 2026
© Astrakhan Tatishchev State University, 2026
© V. D. Skoblev, cover design, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Е. Н. Бадалова
Подкасты как пространство антропологического конструирования «экспертного» голоса в русском языке 5
Е. В. Донченко, Е. Н. Шеховцева
Актуализация аспектуально-таксисных ситуаций в сложноподчиненных предложениях (на материале французского и русского языков) 14
О. С. Сытник, О. Г. Егорова, В. А. Чистов
Англоязычный художественный дискурс и медиадискурс как эмпирическая база коммуникативно-дискурсивного исследования 25
Л. Г. Золотых, А. И. Казакова, О. Ю. Космачева
Лингвокогнитивный потенциал прецедентных единиц кинодискурса 36
Л. А. Киселева, Т. В. Лукоянова, З. Р. Гречухина
Профессионально-языковая картина мира врача в аспекте этимологического и функционального способов терминообразования 49
Н. В. Поршнева
Речевой жанр «ультиматум» в обиходном дискурсе (на материале английского языка) 61
Н. Н. Савченко
Метафорическая концептуализация общественно значимых событий в политическом дискурсе (на материале двух парламентских речей Сигэру Исиба и Санаэ Такаити) 71
М. И. Свешникова, Е. И. Сернова
Особенности передачи ритмической, лексической и грамматической структуры поэмы А. Пушкина «Руслан и Людмила» в переводе на французский язык 82
Н. С. Федотова, Г.Н. Шатохина
Семантико-прагматические характеристики концепта «гарантия» 94

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Н. М. Байбатырова
Комментарий в онлайновых СМИ: новые грани жанра 106
Г. Х. Кадырова
Велнес-медиа как формат современной цифровой журналистики 117
Е. В. Лазуткина
Сенсорная гиперболизация как стратегия аттракции в медиатекстах о пряностях 126

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ 137

ПОРЯДОК РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ 141

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 5–13.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):5–13.

Научная статья
УДК 811.161.1

ПОДКАСТЫ КАК ПРОСТРАНСТВО АНТРОПОЛОГИЧЕСКОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ «ЭКСПЕРТНОГО» ГОЛОСА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Елена Назимовна Бадалова
Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия, badalova-e@mail.ru, https://orcid.org/0000-0003-1551-7435

Аннотация. Предметом исследования являются языковые и дискурсивные способы конструирования «экспертного» голоса в русскоязычных подкастах. Цель работы – выявить, какими средствами в подкастовом дискурсе создается образ компетентностного, авторитетного и заслуживающего доверия говорящего. В статье показано, что экспертность формируется не только через использование терминологии и отсылки к профессиональному опыту, но и через интонационные особенности, стратегии, самопрезентации, способы обращения к аудитории, элементы разговорной речи. Минимальной единицей интерпретации дискурсивного пространства считается речевой акт, который представляется как внешнее проявление внутреннего сознания человека, его ментальных состояний и интенций. Взаимодействие трёх типов речевых актов в «экспертном» голосе: ассертивы создают информационную основу и авторитет эксперта, директивы направляют внимание слушателя и вовлекают в процесс, экспрессивы устанавливают эмоциональную связь и демонстрируют личную позицию. Такое сочетание позволяет создать образ эксперта, который одновременно компетентен, доступен и эмоционален, что особенно важно для современного образовательного и просветительского подкастинга. Результаты анализа свидетельствуют, что подкаст как жанр способствует антропологическому конструированию экспертного статуса: знание персонализируется, речь приобретает доверительный характер, а границы между научными, просветительскими, повседневными типами коммуникации размываются. Это позволяет говорить о специфичной гибридной модели «экспертного» голоса в современном дискурсе подкаста научно-популярной тематики. Проанализированные нами подкасты содержат языковые и дискурсивные способы конструирования «экспертного» голоса. Гость демонстрирует компетентность, структурирует знание и выстраивает доверие к себе как к источнику интерпретации.

Ключевые слова: дискурс, подкаст, речевой акт, русский язык, антропологический метод исследования

Для цитирования: Бадалова Е. Н. Подкасты как пространство антропологического конструирования «экспертного» голоса в русском языке // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 5–13.

© Бадалова Е. Н., 2026

Original article

PODCASTS AS A SPACE FOR THE ANTHROPOLOGICAL CONSTRUCTION OF THE "EXPERT" VOICE IN THE RUSSIAN LANGUAGE

Elena N. Badalova
Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia, badalova-e@mail.ru, https://orcid.org/0000-0003-1551-7435

Abstract. The subject of this study is the linguistic and discursive ways of constructing an "expert" voice in Russian-language podcasts. The aim of the work is to identify the means by which the podcast discourse creates the image of a competent, authoritative, and trustworthy speaker. The article shows that expertise is shaped not only through the use of terminology and references to professional experience, but also through intonational features, self-presentation strategies, ways of addressing the audience, and elements of conversational speech. The minimal unit for interpreting the discursive space is considered to be a speech act, which is seen as an external manifestation of a person's inner consciousness, their mental states, and intentions. The interaction of three types of speech acts in the "expert" voice: assertives create the informational basis and the expert's authority, directives guide the listener's attention and engage them in the process, expressives establish an emotional connection and demonstrate a personal stance. This combination allows creating the image of an expert who is at the same time competent, approachable, and emotional – which is especially important for modern educational and popular science podcasting. The analysis results show that the podcast as a genre contributes to the anthropological construction of expert status: knowledge becomes personalized, speech takes on a trustworthy character, and the boundaries between scientific, educational, and everyday types of communication become blurred. This allows us to talk about a specific hybrid model of the 'expert' voice in the modern popular science podcast discourse. The podcasts we analyzed contain linguistic and discursive ways of constructing the "expert" voice. The guest demonstrates competence, structures knowledge, and builds trust in themselves as a source of interpretation.

Keywords: discourse, podcast, speech act, Russian language, anthropological research method

For citation: Badalova E. N. Podcasts as a Space for the Anthropological Construction of the "Expert" Voice in the Russian Language. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):5–13 (In Russ.).

Если рассматривать подкаст как новую дискурсивную практику в Рунете, где смысл создается не только содержанием, но и способом коммуникации, технологией распространения и формой взаимодействия со слушателем, то необходимо учитывать тот факт, что подкаст представляет собой аудиоформат, который объединяет признаки устной речи, медийного интервью, разговорного жанра и авторского комментария. Важно подчеркнуть, что в русскоязычном сегменте Интернета подкаст часто существует на пересечении просветительского, развлекательного и экспертного дискурсов.

На наш взгляд, «языку подкастов свойственен разговорный стиль, экспрессивность и вариативность речевых конструкций, что характерно для свободного общения в диалоге, в том числе достаточно популярны интимно-личностные, дружеские формы обращения, часто используются фразеологические обороты, региональная лексика, повторы слов, что усиливает эффект спонтанности» [3, с. 298]. И. Ю. Чистякова отмечает, что в речи ведущих присутствуют модальные конструкции, выражающие отношение к теме и мотивацию слушателей [14, с. 57].

Известно, что изучение языка происходит через человека, его сознание, коммуникацию и речевое поведение [1]. В современном мире речь стала пониматься не только как набор языковых форм, но и как деятельность, в которой проявляются личность говорящего, адресат, ситуация общения и цели высказывания. В то же время эстетическая функция высказывания состоит в том,

что с его помощью осуществляется стимулирование воздействия на эмоциональное состояние получателя. «В речевой коммуникации такое воздействие на получателя возможно благодаря использованию специальных языковых элементов и их конфигураций» [4, с. 20].

Лингвистический анализ речевого акта, акта человеческого бытия, через который констатирует реальность, выражает сознание и устанавливает межличностные отношения, неразрывно связан с философией антропоцентризма, поскольку является воплощением человека как центрального субъекта языковой вселенной. Антропоцентризм в лингвистике постулирует, что человек является главной величиной лингвистической системы, а язык существует исключительно через человека [2].

В современной лингвистике центральное место занимает культурно-антропологический контекст и дискурсивный подход, в котором речевой акт понимается не как изолированное явление, а как часть более широкого человеческого дискурса, неразрывно связанного с деятельностью слушающего и говорящего: наполнен антропоцентризмом, направлен на человека как субъекта речи. Ключевым аспектом этого подхода является противопоставление высказывания языковым единицам, что наиболее глубоко разработано в трудах М. М. Бахтина, который противопоставляет высказывание слову и предложению как формальным языковым единицам, утверждая, что оно диалогично по своей природе и обращено к слушателю, что делает адресата неотъемлемым участником речевого процесса.

Философия антропоцентризма утверждает, что мир понимается, интерпретируется и выражается посредством языка, а для познания языка необходимо обратиться к его антропоцентрическому измерению. Речевой акт является минимальной единицей этого процесса: сознание и язык неразрывны – речевой акт представляет собой внешнее проявление внутреннего сознания человека, его ментальных состояний и интенций; через речевой акт человек не просто описывает мир, но и творит новую реальность благодаря перформативной функции; антропоцентрический поворот в лингвистике свидетельствует о том, что современный лингвистический анализ уже не может считать своей целью простое описание языковых форм.

Говорящий, таким образом, выступает центральным субъектом, чьи намерения, сознание и воля определяют сущность речевого акта. Речевой акт всегда направлен на достижение цели человека – убедить, информировать, воздействовать. Контекст речевого акта представляет собой ситуацию, наполненную культурными, социальными и психологическими факторами. Понимание речевого акта требует обращения к человеческому сознанию, намерениям, ментальным состояниям собеседников (эмоции, ценности участников коммуникации, анализ намерений, убеждений, желаний говорящего и слушающего).

Современная лингвистика характеризуется устойчивым поворотом к человеку как исходной точке описания языка, где речевой акт понимается в культурно-антропологическом и дискурсивном контексте, а высказывание рассматривается как диалогическая единица, обращённая к слушателю. Антропоцентрический подход стал доминирующей пирамидой, изменившей методику лингвистического анализа и способствовавшей интеграции прагматики, семантики, когнитивистики и теории речевых актов в единую систему исследования языка и речи.

Лингвистический анализ речевого акта – это описание того, что именно делается с помощью высказывания, как устроено само высказывание и какого коммуникативного эффекта оно достигает. Е. В. Падучева отмечает, что «…в последние годы был разработан понятийный аппарат, который позволяет осуществлять проникновение в структуру диалога, которое раньше было невозможно» [7, с. 245]. Элементами лингвистического анализа речевого акта являются характеристика адресата и адресанта, описание языковых средств

выражения, ситуации общения, типа речевого акта и ожидаемая реакция собеседника. Однако ключевой остается специфика речевого акта.

Подкаст как гибрид представляет собой сочетание монолога и диалога, которые выполняют разные коммуникативные задачи и часто сочетаются. Монолог – это развёрнутая речь одного автора или ведущего, адресованная аудитории. Для него характерны логичность, тематическая цельность, более длинные реплики и стремление последовательно раскрыть мысль. В подкасте монолог помогает создать эффект экспертности и сосредоточить внимание слушателя на одной линии рассуждения.

Диалог в подкасте строится на чередовании реплик, вопросах, уточнениях и реакции собеседников. Он делает речь более динамичной, позволяет вводить разные точки зрения и создает ощущение живого общения. Диалогическая форма особенно важна для подкастов-интервью и бесед, где смысл рождается в совместном обсуждении темы. Ведущий переходит от монолога к диалогу, затем может возвращаться к обобщающему монологу. Именно эта гибридность делает подкаст удобным форматом для передачи знаний, мнений и личного опыта.

Классификация подкастов включает дискуссионные, смешанные и повествовательные типы. Первый тип подкаста ориентируется на широту контекста, включающего обмен мнениями гостей и экспертов. Второй адаптирован под возможности цифрового формата: можно вернуться к контенту в любой момент, что усиливает интерактивность и персонализацию восприятия. Третий тип связан с сюжетной линией, композицией, раскрывающей тему последовательно [1].

Синтаксическая структура предложений в научно-популярном подкасте соответствует разговорному стилю, что сближает ситуацию общения «живой» речью, что формирует новую коммуникативную практику. Такие проекты, как «Сила тока», «Хакни мозг», «Naked Science», «Learn Russian online» построены вокруг форм диалога и монолога, посвященных профессиональным и культурным темам, что позволяет погрузиться в дискурсивное пространство [9]. Кроме того, интерактивность, связанная с возможностью многократного или повторного прослушивания подкаста, задавать вопросы и получить обратную связь, усиливают вовлечённость аудитории. Таким образом, мы наблюдаем «демонстрацию эффективной модели научно-популярного подкаста, где языковая и дискурсивная организация способствуют формированию уверенного и разностороннего погружения в любую тему» [11]. В результате проведенного дискурс-анализа мы пришли к выводу о том, что языковой строй подкаста отличается простотой и доступностью, что подкрепляется предоставлением транскрипций с ударениями и параллельным переводом на английский язык, что облегчает усвоение новых слов и грамматических конструкций. Интонационные и ритмические особенности речи ведущей способствуют аутентичному восприятию и формируют у слушателя чувство языковой среды.

На наш взгляд, подкасты, посвящённые конкретной известной персоне, необходимо исследовать в контексте внелингвистических факторов. Подобный контент позволяет отразить в аудиоформате существующую научную точку зрения на интерпретацию тех или иных исторических событий, особенно биографического плана. Мы проанализировали подкаст, посвящённый одному из самых загадочных и новаторских представителей русского авангарда и футуризма Велимиру Хлебникову [5]. В современной интернет-коммуникации предлагается «множество новых способов осмысления и репрезентации его образа, что впоследствии позволит не только актуализировать творческое наследие поэта, но и создать новые контексты его восприятия. Осмысление подкаста «Велимир Хлебников: новатор, опередивший время» позволяет выявить особенности филологической интерпретации творческой поэта-футуриста

в медиапространстве сегодняшнего дня, а также техно- и культурные медиаторы, формирующие восприятие его образа» [4, с. 22].

Актер Михаил Шмаков акцентирует внимание слушателя «на сложности и многослойности текстов В. Хлебникова, понимание которых требует от читателя и интепретатора умственного напряжения и контекстуального погружения для обнаружения скрытых смыслов, так как поверхностное чтение будет проблематичным – смысл часто остается “за пределами видимости”, что подчеркивается участниками медиадискуссии» [4, с. 23].

Очевидно, что анализ данного подкаста как интернет-текста демонстрирует переосмысление традиционного литературного образа в современной коммуникации, интегрируя его в цифровое пространство. Однако каждый слушатель может создать собственную интерпретацию посредством гибкой медийной рециркуляции, проводить аналогии между поэтической утопией Хлебникова и реалиями сетевого общества, в котором «заумь» становится принципом общения и конструирования смыслов.

Д. Бак, литературовед, профессор, обладает статусом культурного посредника: он не просто сообщает сведения, а интерпретирует литературный материал для массовой аудитории [5]. В качестве адресата выступает широкий круг слушателей и зрителей, интересующихся литературой, историей культуры и гуманитарным знанием. Анализ лексической наполненности диалога демонстрирует, что речь ориентирована на подготовленного, но не обязательно профессионального филолога адресата, которому важны понятность, увлекательность и культурная значимость темы.

Мы выявили посредством дискурс-анализа данного подкаста, что акторам характерна оценочная и экспрессивная лексика: «одна из самых больших загадок», «один из самых смелых новаторов», «невероятно сильно опередил свое время» [4; с. 23]. Действительно, подобные формулировки создают эффект интеллектуальной интриги и сразу задают положительную, почти героизирующую рамку образа поэта. Стоит отметить важную роль терминов и культурно-научной лексики, таких как «звукопись», «интертекстуальность», «строение времени», «математические формулы», «будетлянин», что служит созданию просветительского характера речи эксперта, который передает сложное знание в популярной форме. В результате применения описательного метода нами выявлены метафорические и образные конструкции, например «житель будущего», а в целом – композиция, построенная на контрасте между «загадкой» и «новаторством». Это делает речь не сухо информативной, а эмоционально вовлекающей [3].

Таким образом, мы определили основной тип речевого акта в данном подкасте – смешанный: подкаст не просто сообщает биографические сведения, а формирует определённое понимание автора.

Стоит отметить, что в высказываниях дополнительно присутствует апеллятивно-просветительский компонент: текст приглашает аудиторию к интеллектуальному интересу и культурному слушанию. Иными словами, это не приказ и не просьба собеседнику, а мягкое побуждение к восприятию и размышлению, его ожидаемая реакция – интерес, доверие и познавательная включённость. Слушатель должен не только узнать факты о поэте, но и принять предложенную интерпретацию его личности как новаторской и значимой для русской культуры.

Кроме того, подкаст явно рассчитан на эмоционально-интеллектуальный отклик: удивление, уважение к масштабу фигуры Хлебникова и желание дальше знакомиться с его текстами. В этом смысле реакция адресата должна быть не спорящей, а согласительной и продолженной: послушать, заинтересоваться, перейти к чтению или дальнейшему просмотру материалов. В процессе

исследования мы выявили, какими средствами в подкастовом дискурсе создается образ компетентностного, авторитетного и заслуживающего доверия говорящего.

В подкасте «НаукаPRO» мы можем определить типичные для научно-популярного жанра информативность, ориентацию на актуальную тему, обращение к слушателю, а также сочетание разговорных и книжных элементов, так как автор использует средства сближения с адресатом: ассертивы и экспрессивы [8]. На наш взгляд, эксперт использует ассертивы для констатации проверенных данных, научных фактов, статистики, теорий. Например: «Исследования показывают, что 70 % аудитории подкастов слушают контент во время общения». Эксперт часто использует модальные частицы и смягчители: «можно сказать», «как правило», «вероятно», «данные указывают на то, что». Это создаёт баланс между уверенностью и научной скромностью. Используются также формулы вроде «ученые установили», «исследования показывают», «мы знаем, что», «это означает», «данные подтверждают». Такие конструкции создают эффект достоверности и формулируют научный, объяснительный тон речи. Экспрессивы выражают отношение говорящего к сообщаемому и делают речь живой, эмоционально окрашенной. В подкастах этого типа они могут проявляться в оценочных словах, метафорах, сравнительных оборотах, усилителях и интонационно выделенных репликах [8, вып. 1–3].

Мы считаем, что для подкаста «Кот Шрёдингера» определенно центральным является не только сообщение факта, но и его интерпретация: ведущий не просто передает информацию о парадоксе, а направляет слушателя к определенному пониманию научной проблемы, поэтому анализ должен учитывать не только, что сказано, но и зачем это сказано и какой эффект должен вызвать у адресата. Действительно, ведущий посредством ассертивов «представите, что…», «на деле это означает…», «если упростить» сообщает сведения о мысленном эксперименте, квантовой суперпозиции, вероятной природе состояния явления и т.п., поскольку их функции – констатация и объяснение научного. Применение в речи директивов необходимо для организации слушательского восприятия, например, в форме призывов «представьте», «посмотрим», «обратим внимание». Эти акты задают траекторию понимания и помогают удерживать когнитивное внимание [10].

Несмотря на то, что экспрессивы («парадоксально», «сложно представить») выражают удивление, иронию, заинтересованность или оценку парадоксальной ситуации, именно они делают научный дискурс более живым и менее формальным; комиссивы встречаются реже, но могут проявляться в обещании вернуться к вопросу, дать примеры или объяснить термин подробнее. Они создают эффект доверия и структурировать дальнейшее развитие темы [12].

По словам исследователя А. Киклевича, «иллокутивная сила речи актора особенно важна для высказываний, одно и то же предложение может выполнять разные функции в зависимости от интонации, контекста и коммуникативной цели» [6, с. 22]. Например, одна и та же фраза может в подкасте функционировать «не как буквальное утверждение, а как объяснительная формула, метафора или средство научной популяризации» [6, с. 28].

Необходимо подчеркнуть, что перлокутивный эффект такого подкаста заключается в том, чтобы вызвать у слушателя интерес, интеллектуальное напряжение и желание продолжить размышление о научной проблеме. Например, в одном из эпизодов подкаста «Кот Шрёдингера» это особенно заметно, потому что сам образ построен на парадоксе и провоцирует когнитивное несоответствие: слушатель сначала сталкивается с кажущейся абсурдностью, а затем получает объяснение. «Что такое геном? – Носитель информации: Вы – это Вы, я – это я, Бари (кот ведущего) – это Бари. Вся эта информация называется геном» [10].

Таким образом, подкаст воздействует не только на уровень понимания, но и на уровень интеллектуальной вовлеченности. Это типично для данного жанра, где успешность коммуникации измеряется не только точностью, но и способностью удерживать внимание и стимулировать размышление.

В исследовании Е. В. Сажиной отмечается, что использование в речи ассертивов (репрезентативов) – речевых актов, которые констатируют факты, мотивировано описанием реальности, утверждением или отрицанием чего-либо – в «экспертном» голосе подкастов они выполняют основную функцию передачи информации и формирования авторитета эксперта. В числе свойств ассертивов: 1. Фактологическая точность. 2. Снижение категоричности при сохранении авторитета. 3. Обращение к авторитетным источникам. 4. Объяснительная функция. Ассертивы служат для разъяснения сложных концепций: «Антропоцентрический подход означает, что человек становится исходной точкой описания языка». 5. Диалогичность высказывания. Даже в ассертивных высказываниях эксперт обращается к слушателю, предвосхищает вопросы: «Возможно, вы спросите, почему это важно, дело в том, что...» [13, с. 58].

По нашему мнению, в свою очередь, директивы – речевые акты, которые побуждают слушателя к действию: просьбы, приказания, рекомендации, советы, призывы, в экспертном голосе подкастов используются осторожно, чтобы не нарушить равенство общения, но сохранить педагогическую и направляющую функцию. Нами выявлены основные особенности директивов в экспертном голосе подкастов: 1. Мягкость и косвенность. Эксперт чаще использует вместо прямых приказов косвенные директивы: «Стоит обратить внимание на...», «Можно заметить, что...», «Рекомендуется присмотреться к...». 2. Образовательная направленность. Директивы служат для навигации слушателя в материале: «Давайте рассмотрим», «Обратите внимание на этот момент», «Попробуем проанализировать вместе». 3. Совместное действие. Эксперт включает слушателя в процесс: «Давайте вместе подумаем», «Можно попробовать применить эту концепцию», «Что вы думаете об этом?» 4. Обоснование необходимости. Перед директивой эксперт объясняет, зачем нужно действие: «Чтобы понять эту концепцию, важно сначала разобраться в...», «Это поможет вам лучше усвоить материал, если...». 5. Отсутствие принуждения. Директивы в экспертном голосе не содержат давления, а предлагают возможность: «Вы можете попробовать», «Интересно будет посмотреть», «Стоит рассмотреть». Экспрессивы – это речевые акты, выражающие эмоциональное отношение говорящего к ситуации, состоянию, другому человеку: благодарность, извинение, поздравление, соболезнование, восхищение, разочарование. В экспертном голосе подкастов экспрессивы используются для создания эмоциональной связи с аудиторией и демонстрации личной вовлечённости [12, с. 58].

Ранее нами были определены и проанализированы способы конструирования «экспертного» голоса, которые являются отражением компетентности, структурированного знания и позволяют выстроить доверие к говорящему как к источнику интерпретации, в числе которых мы можем выделить использование терминологии и профессиональной лексики, точность номинаций и определений. На наш взгляд, речевой акт является минимальной единицей процесса интерпретации дискурсивного пространства, представляет собой внешнее проявление внутреннего сознания человека, его ментальных состояний и интенций. Взаимодействие трёх типов речевых актов в «экспертном» голосе проявляется в следующем: ассертивы создают информационную основу и авторитет эксперта, директивы направляют внимание слушателя и вовлекают в процесс, экспрессивы устанавливают эмоциональную связь и демонстрируют личную позицию. Такое сочетание позволяет создать образ эксперта, который одновременно компетентен, доступен и эмоционален, что особенно важно для современного образовательного и просветительского подкастинга.

Список источников

1. Ануфриева Г. В. Подкасты как новая дискурсивная практика русскоязычных масс-медиа / Г. В. Ануфриева // CyberLeninka. – 2022. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/podkasty-kak-novaya-diskursivnaya-praktika-russkoyazychnyh-mass-media (дата обращения: 05.06.2026).

2. Арутюнова К. Д. Речевой акт / К. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва : Советская энциклопедия, 1990. – С. 412.

3. Бадалова Е. Н. Подкаст как фактор формирования неодискурса русского языка / Е. Н. Бадалова // Глобальный научный потенциал. – 2025. – № 9. – С. 288–291.

4. Бадалова Е. Н. Филологическая интерпретация образа В. Хлебникова в современной интернет-коммуникации: опыт анализа подкаста / Е. Н. Бадалова // Велимир Хлебников и мировая художественная культура. – Астрахань, 2025. – С. 22–24.

5. Бак Д. В. Хлебников: новатор, опередивший время / Д. В. Бак // Подкаст Лаб (Первый канал). – 2024. – URL: https://www.1tv.ru/podcasts/pust-ne-govoryat-pust-chitayut/vypuski/pust-ne-govoryat-pust-chitayut-velimir-hlebnikov-novator-operedivshiy-vremya-vypusk-ot-11-11-2024 (дата обращения: 05.06.2026).

6. Киклевич А. Эстетика и прагматика. Эстетические речевые акты / А. Киклевич. – Бостон : Academic Studies Press, 2025. – 400 с. (Сер. «Современная западная русистика»).

7. Падучева Е. В. Статьи разных лет / Е. В. Падучева. – Москва : Язык славянских культур, 2009. – 736 с.

8. Подкасты радио «Комсомольская правда». – URL: https://www.kp.ru/online/news/6507442/ (дата обращения: 05.06.2026).

9. Подкаст «Learn Russian online» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. URL: https://www.spbstu.ru/international-cooperation/international-educational-programs/summer-school/ (дата обращения: 05.06.2026).

10. Тарасевич Г. В. Можно ли увеличить биологический возраст человека? / Г. В. Тарасевич // Кот Шрёдингера. – 2023. – URL: https://www.1tv.ru/podcasts/kot-shredingera/vypuski/kot-shredingera-mozhno-li-uvelichit-biologicheskiy-vozrast-cheloveka-vypusk-ot-06-04-2023 (дата обращения: 05.06.2026).

11. Тарасевич Г. В. Геномные исследования / Г. В. Тарасевич // Кот Шрёдингера. – 2023. – URL: https://www.1tv.ru/podcasts/kot-shredingera/vypuski/kot-shredingera-genomnye-issledovaniya-vypusk-ot-13-08-2023 (дата обращения: 05.06.2026).

12. Тарасевич Г. В. Современная наука: между Эйнштейном и Менделеевым / Г. В. Тарасевич // Кот Шрёдингера. – 2024. – URL: https://www.1tv.ru/podcasts/kot-shredingera/vypuski/kot-shredingera-sovremennaya-nauka-mezhdu-eynshteynom-i-mendeleevym-vypusk-ot-03-04-2024 (дата обращения: 05.06.2026).

13. Сажина Е. В. Жанр «Подкаст» в пространстве интернет-дискурса / Е. В. Сажина // Актуальные вопросы современной лингвистики / отв. ред. М. Н. Левченко [и др.]. – Москва, 2021. – С. 56–60.

14. Чистякова И. Ю. История русской традиции «Говорить публично» / И. Ю. Чистякова // Гуманитарные исследования. – 2006. – № 4. – С. 28–30.

References

1. Anufrieva G. V. Podcasts as a New Discursive Practice of Russian-Language Mass Media. *CyberLeninka*. 2022. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/podkasty-kak-novaya-diskursivnaya-praktika-russkoyazychnyh-mass-media (accessed: 05.06.2026).

2. Arutyunova K. D. Speech Act. Lingvisticheskiy entsiklope-dicheskiy slovar = Linguistic Encyclopedic Dictionary. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya; 1990:412.

3. Badalova E. N. Podcast as a Factor in the Formation of the Neodiscourse of the Russian Language. *Globalnyy nauchnyy potentsial = Global Scientific Potential*. 2025;9:288–291.

4. Badalova E. N. Philological interpretation of the image of V. Khlebnikov in modern internet communication: an attempt at podcast analysis. *Velimir Khlebnikov i mirovaya khudozhestvennaya kultura = Velimir Khlebnikov and World Artistic Culture*. Astrakhan; 2025:22–24.

5. Bak D. V. Khlebnikov: an innovator ahead of his time. *Podkast Lab (Pervyy kanal) = Podcast Lab (Channel One)*. 2024. URL: https://www.1tv.ru/podcasts/pust-ne-govoryat-pust-chitayut/vypuski/pust-ne-govoryat-pust-chitayut-velimir-hlebnikov-novator-operedivshiy-vremya-vypusk-ot-11-11-2024 (accessed: 05.06.2026).

6. Kiklevich A. Estetika i pragmatika. Esteticheskie rechevye akty = Aesthetics and Pragmatics. Aesthetic Speech Acts. Boston: Academic Studies Press; 2025:400 p. (Series “Modern Western Russian Studies”).

7. Paducheva E. V. *Stati raznykh let = Articles from Different Years*. Moscow: Yazyk slavyanskikh kultur; 2009:736 p.

8. *Podkasty radio “Komsomolskaya Pravda” = Komsomolskaya Pravda Radio Podcasts*. URL: https://www.kp.ru/online/news/6507442/ (accessed: 05.06.2026).

9. *Podkast «Learn Russian online» Sankt-Peterburgskogo politekhnicheskogo universiteta Petra Velikogo = “Learn Russian Online” Podcast by Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University*. URL: https://www.spbstu.ru/international-cooperation/international-educational-programs/summer-school/ (accessed: 05.06.2026).

10. Tarasevich, G. V. Is It Possible to Increase Human Biological Age? *Kot Shredingera = Schrödinger's Cat.* – 2023. – URL: https://www.1tv.ru/podcasts/kot-shredingera/vypuski/kot-shredingera-mozhno-li-uvelichit-biologicheskiy-vozrast-cheloveka-vypusk-ot-06-04-2023 (accessed: 05.06.2026).

11. Tarasevich G.V. Genomic research. *Kot Shredingera = Schrödinger's Cat*. 2023. URL: https://www.1tv.ru/podcasts/kot-shredingera/vypuski/kot-shredingera-genomnye-issledovaniya-vypusk-ot-13-08-2023 (accessed: 05.06.2026).

12. Tarasevich, G. V. Modern Science: Between Einstein and Mendeleev. *Kot Shredingera = Schrödinger's Cat.* 2024. URL: https://www.1tv.ru/podcasts/kot-shredingera/vypuski/kot-shredingera-sovremennaya-nauka-mezhdu-eynshteynom-i-mendeleevym-vypusk-ot-03-04-2024 (accessed: 05.06.2026).

13. Sazhina, E. V. The Podcast Genre in the Space of Internet Discourse. *Aktualnye voprosy sovremennoy lingvistiki = Current Issues in Modern Linguistics*. Ed. by M. N. Levchenko [et al.]. Moscow; 2021:56–60.

14. Chistyakova I. Yu. History of the Russian tradition of “Speaking publicly”. *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian studies*. 2006;4:28–30.

Информация об авторе

Е. Н. Бадалова – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка.

Information about the author

E. N. Badalova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Russian Language.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: the author declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 30.05.2026; одобрена после рецензирования 22.06.2026; принята к публикации 29.06.2026.

The article was submitted 30.05.2026; approved after reviewing 22.06.2026; accepted for publication 29.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 14–24.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):14–24.

Научная статья
УДК 811.81'362

АКТУАЛИЗАЦИЯ АСПЕКТУАЛЬНО-ТАКСИСНЫХ СИТУАЦИЙ В СЛОЖНОПОДЧИНЕННЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Елена Валентиновна Донченко[1]✉, Елена Николаевна Шеховцева[2]
[1, 2]Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия
[1]edontchenko@mail.ru✉
[2]elen-gorbachyova@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена функционально-семантическому анализу аспектуально-таксисных ситуаций зависимого и независимого таксиса в рамках сложноподчиненного предложения с атрибутивным придаточным во французском и русском языках. Таксис в работе понимается как грамматическая категория, актуализирующая взаимоотношения между действиями в рамках единого временного периода. Формирование аспектуально-таксисных ситуаций происходит на основе взаимодействия временных отношений действий единого полипредикативного комплекса с аспектуальными характеристиками действий и с признаками локализованности / нелокализованности действий во времени. Выявление аспектуально-таксисных ситуаций, формирующих зависимый и независимый таксис, осуществляется путем установления семантической связи между основным и второстепенным действиями сложноподчиненного предложения. Исследование проводится на основе сопоставления типов временных соотношений, позволяющих определить условия формирования зависимого и независимого таксиса в сложноподчиненных предложениях французского языка в сравнении с русским. В зависимом таксисе отношения между основным и второстепенным действиями выражают их сопряженность во времени или конкретизацию (характеризацию, оценку). Сопряженность во времени может быть представлена в придаточном предложении формами изъявительного или сослагательного наклонения, нейтрализующими временную характеристику, но сохраняющими аспектуальную семантику действия. Отношения конкретизации имеют место в том случае, если второстепенное действие, выраженное причастной или личной формой глагола, характеризует действие главного предложения с точки зрения особенностей, фазы или времени его протекания. В конструкциях независимого таксиса отсутствует указание на временную соотнесенность, однако признаки одновременности / разновременности действий выявляются благодаря аспектуальной семантике предикатов, взаимодействующей с лексико-грамматической семантикой периферийных компонентов полипредикативного комплекса. Результаты исследования могут быть применимы в теории и практике перевода.

Ключевые слова: зависимый / независимый таксис, аспектуально-таксисные ситуации, дифференцированные / недифференцированные типы временных соотношений

Для цитирования: Донченко Е. В., Шеховцева Е. Н. Актуализация аспектуально-таксисных ситуаций в сложноподчиненных предложениях (на материале французского и русского языков) // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 14–24.

© Донченко Е. В., Шеховцева Е. Н., 2026

Original article

ACTUALIZATION OF ASPECTUAL AND TAXIS SITUATIONS IN COMPLEX SENTENCES (IN THE FRENCH AND RUSSIAN LANGUAGES)

Elena V. Dontchenko[1]✉, Elena N. Shekhovtseva[2]
[1, 2]Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia
[1]edontchenko@mail.ru✉
[2]elen-gorbachyova@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the functional-semantic analysis of aspectual-taxis situations of dependent and independent taxis within the framework of a complex sentence with an attributive subordinate clause in the French and Russian languages. Taxis in the work is understood as a grammatical category that actualizes the relationships between actions within a single time period. The formation of aspectual-tactic situations is based on the interaction of the temporal relations of actions within a single poly-predicative complex with the aspectual characteristics of actions and the signs of localization/non-localization of actions in time. The identification of aspectual-tactical situations that form dependent and independent taxis is carried out by establishing a semantic connection between the main and secondary actions of a complex sentence. The study is based on a comparison of the types of temporal relations, which allows us to determine the conditions for the formation of dependent and independent taxis in complex sentences in French and in Russian. In dependent taxis, the relationship between the primary and secondary actions expresses their temporal conjugation or concretization (characterization, evaluation). Temporal conjugation can be represented in the subordinate clause by indicative or subjunctive forms, which neutralize the temporal characteristic but preserve the aspectual semantics of the action. Concretization relationships exist when the secondary action, expressed by a participial or personal verb form, characterizes the action of the main clause in terms of its features, phase, or time of occurrence. In independent taxis constructions, there is no indication of temporal correlation; however, features of simultaneity/divergence of actions are revealed through the aspectual semantics of predicates, interacting with the lexical and grammatical semantics of the peripheral components of the polypredicative complex. The results of the study can be applied in the theory and practice of translation.

Keywords: dependent, independent taxis, aspectual-tactic situations, differentiated, undifferentiated types of temporal relations

For citation: Dontchenko E. V., Shekhovtseva E. N. Actualization of Aspectual and Taxis Situations in Complex Sentences (in the French and Russian languages). *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):14–24 (In Russ.).

Термин «таксис» заимствован из биологии, где он указывает на направленные движения организмов, реакцию на внешний раздражитель. В лингвистике этот термин появился в середине прошлого века для характеристики действий и порядка их следования в отношении друг к другу. Вероятно, именно поэтому природа таксиса заинтересовала прежде всего аспектологов, была всесторонне ими исследована и в настоящее время трактуется как отношение между действиями в рамках целостного периода времени.

Несмотря на то, что в последние годы наблюдается определенное снижение интереса к изучению категории таксиса, актуальным представляется исследование данной категории в рамках контрастивной лингвистики [6, с. 150; 7] и функционально-семантической грамматики [1–3]. Анализ взаимоотношений между действиями и их видовыми характеристиками в рамках единого временного периода, определяемого как таксис, на материале русского языка позволил выявить определенные условия реализации таксисных отношений, именуемые аспектуально-таксисными ситуациями [4, с. 256]. В едином полипредикативном комплексе действия могут быть равноправны и независимы или же они находятся в отношениях иерархии [11, с. 200]. Важной особенностью связи действий единого временного периода является их зависимый или независимый

характер. Кроме того, каждое действие обязательно сопряжено с аспектуальной характеристикой, с признаками временной локализованности / нелокализованности во времени, модальностью и с другими характеристиками.

Тесная взаимосвязь глагольных категорий в языке объясняется полисемией грамматических форм, которые способны выражать различные грамматические категории. Глагольные формы в разных оппозициях выражают взаимодействие категорий времени, вида, наклонения, а также таксиса в полипредикативном комплексе. В русском языке во главе этой иерархии находится вид, который характеризует каждую глагольную лексему, взятую вне контекста. Оппозиция неличных форм совершенного / несовершенного вида глагола определяет выбор форм времени, наклонения, таксиса в контексте предложения.

Если для выражения категории времени в языке достаточно оппозиции 2–3 времен, передающих отношение действия к плану прошлого или настоящего / будущего, то существование других грамматических форм обусловлено наличием в языке других грамматических категорий, которые взаимодействуют. Во французском языке многообразие временных форм и их морфологическая полисемия, позволяющая вступать в разные оппозиции, создает, помимо временного, видовое, модальное, таксисное и другие пространства, отражающие внеязыковую реальность событий.

Таблица 1. Базовая оппозиция французских грамматических форм времени

Indicatif (изъявительное наклонение)	Temps absolus (абсолютное время)	Temps relatifs (относительное время)
Présent	Je fais	J'ai fait
Imparfait	Je faisais	J'avais fait
Aoriste	Je fis	J'eus fait
Futur	Je ferai	J'aurai fait
Conditionnel (условное наклонение)	Je ferais	J'aurais fait
Subjonctif (сослагательное наклонение)	Subjonctif présent / prétérit	Subjonctif passé / plus-que-parfait
Présent / passé	Que je fasse	Que j'aie fait
Prétérit / plus-que-parfait	Que je fisse	Que j'eusse fait

Большинство лингвистов делят времена французского глагола на абсолютные и относительные, или дейктические и анафорические. Время является абсолютным, если момент совершения действия и момент сообщения о нем совпадают: *le passé simple, le présent, le futur simple*. Относительные времена выражают хронологию событий по отношению к другому действию в плане прошлого или будущего [17, с. 124].

В вопросе о виде во французской аспектологии всегда были серьезные разногласия – от отрицания вида до признания его в оппозициях различных форм. Большинство лингвистов, признающих наличие грамматической категории вида во французском языке, склонны видеть средством ее выражения именно противопоставление «сложные формы / простые формы», связывая таким образом время и вид в единую категорию, в которой временные формы выражают видовые значения [13, с. 27].

Анализ показывает, что оппозиция простых и сложных форм во французском языке носит, безусловно, категориальный характер. Однако все сложные формы характеризуются не наличием видовой семантики, а наличием семы завершенности (перфектности), заложенной в причастии прошедшего времени (в таблице это *fait),* и семы связи с последующим действием, наполняющей грамматическую семантику вспомогательного глагола (в таблице это *ais, avais, eus*). Взаимодействие этих сем создает значение перфектности, характеризующее все сложные формы [6, с. 80–99]. Понимая под категорией вида различный

взгляд на одно и то же действие с точки зрения его процессности или целостности, мы можем признать, что значение перфектности явно не соответствует семантике вида, т. к. состоит в обозначении сложной временной соотнесённости с другим моментом, выражает предшествование этой временной точке и связь с последующим моментом действия. Формально эта оппозиция охватывает всю глагольную систему. С точки зрения семантики эта категория не совпадает ни с категорией вида, ни с категорией времени и не имеет аналога в русском языке.

Распределение всех грамматических форм французского глагола на условной оси времени показывает, что настоящему времени (*le présent*), которое соответствует моменту речи, можно противопоставить несколько грамматических форм, выражающих прошедшее время, не связанное с моментом речи: *présent/passé simple, imparfait,* Именно эта оппозиция легла в основу грамматической категории времени во французском языке и охватывает она в изъявительном наклонении 3 грамматические формы.

Вместе с тем формы *passé simple* и *imparfait* занимают одно и то же положение в прошлом и отличаются различным представлением действия как единого целого (*passé simple)* или в процессе его протекания (*imparfait*). Оппозиция этих временных форм позволяет говорить о наличии во французском языке грамматической категории вида, но только в плане прошлого.

Как видим, все грамматические времена имеют функцию определения хронологии событий в высказывании, и это значение присуще им постоянно. Если они связаны единым временным отрезком, то формируются таксисные отношения: во французском языке *un perfectif prétérit* указывает на предшествование управляющей конструкции, *un imperfectif présent* – на одновременность событий придаточного и главного действия, *un futur, imperfectif ou perfectif* – на действие, последующее по отношению к управляющей конструкции, каким бы ни было время глагола главного предложения, прошедшим или настоящим, хотя на прагматическом уровне речевой акт редко употребляется в будущем времени.

Семантическая связь между основным и второстепенным действиями сложноподчиненного предложения позволяет выявить аспектуально-таксисные ситуации, которые формируются в контексте полипредикативной структуры и являются следствием взаимодействия глагольных категорий в контексте [11, p. 280]. Однако современные исследователи отрицают традиционный взгляд на время исключительно как на глагольную категорию [15; 16]. По мнению некоторых ученых, ни в русском, ни во французском языках грамматические времена глагола не связаны непосредственно с планом прошлого / настоящего / будущего. «En français et en russe les formes verbales ne sont pas directement liées avec les époques passé-présent-futur sur un axe temporel» [14].

- Il aura terminé son travail la semaine prochaine (I. Novakova).
- On est bientôt arrivé.
- Sans cette panne, j'avais fini demain.
- Вскоре он приехал (Bientôt il est revenu).
- Вчера смотрю и вижу (Hier, je regarde et je vois).

*Паншин **скоро догадался**, что **не доставляет** особенного удовольствия своему собеседнику, и под благовидным предлогом **скрылся**, **решив** про себя, что Лаврецкий, может быть, и прекрасный человек, но… несимпатичный и несколько смешной (И. С. Тургенев).*

В данном примере действия объединены одним временным отрезком и взаимодействуют между собой, выражая одновременность (*догадался, что не доставляет*) и следование (*догадался и скрылся*). Таксисные отношения между действиями включают и аспектуальную характеристику, которая выражает особенности их протекания. Связь временного порядка, таксиса

и аспектуальности определяет характер аспектуально-таксисной ситуации. Результативность семантики глагола совершенного вида *догадался* подчеркнута наречием *скоро* и усилена лексико-грамматической семантикой глагола совершенного вида *скрылся* в прошедшем времени, который акцентирует быструю смену действий одного временного периода. Характер аспектуально-таксисной ситуации связан здесь с совмещением разных временных планов, с семантикой временной локализованности действий, которая передается наречием *скоро*, подчеркнут деепричастием *решив*, а также удачным чередованием глаголов действия (*решив, скрылся*) и состояния (*не доставляет*). Таксисные отношения зависимы от семантических и структурных особенностей сложноподчиненных предложений. В данном примере сочетание сочинения и подчинения способствует раскрытию аспектуально-таксисной ситуации одновременности и следования результативных, законченных действий (*догадался, решил, скрылся*) на фоне состояния, семантика которого усиливается настоящим временем глагола несовершенного вида (*не доставляет*).

По мнению А. В. Бондарко, в формировании аспектуально-таксисных ситуаций участвует не только глагол и его лексико-грамматическая семантика, но также семантика временных союзов, наречий и других компонентов периферии полипредикативного комплекса. Совершенно очевидно, что локализованность во времени, выраженная в сложных предложениях временными союзами, передает значения одновременности / разновременности, характеризующие отношения независимого таксиса. А. В. Бондарко выделяет отношения одновременности процессов, процесса и целостного факта, а также целостных фактов в русском языке [4, с. 276–77].

Временная семантика может быть осложнена или обусловлена причинно-следственными, целевыми, отношениями уступки, условия и др. [5, с. 267–272]:

В ***это утро*** *Петя долго* ***одевался, причесывался и устраивал*** *воротнички так, как у больших (Л. Толстой)* – временная обусловленность.

Но Соня, ***пошедшая в переднюю искать бумаги****, нашла их в шляпе Пьера, куда он их старательно заложил за подкладку (Л. Толстой)* – целевая обусловленность.

Таблица 2. Аспектуальная семантика русских глаголов

Глаголы	Лексическое значение	Характер глагола	Вид: НСВ/ СВ	Способы действия
заговорить	говорить	предельный	СВ	инхоативный
попрыгать	прыгать	предельный	СВ	лимитативный
прихрамывать	хромать	непредельный	СВ	аттенуативный
взлететь	лететь	предельный	СВ	эволютивный
рассматривать	смотреть	непредельный	СВ	интенсивный
придумать	думать	предельный	СВ	результативный

Многоуровневый характер средств выражения таксиса позволяет заключить, что на первый план при выражении таксиса в русском языке выступает аспектуальная семантика глаголов: характер глагола, грамматическая категория вида, способы действия, компенсирующие отсутствие согласования времен. Например:

Обладая хорошей памятью, представитель Генштаба ***понял****, что рядом с красавицей Глашей* ***сидит*** *лейтенант Анисимов, которого он лично* ***забраковал*** *(А. Азольский).*

В данном случае действие, выраженное глаголом совершенного вида *забраковал,* воспринимается читателем как предшествующее действию главного предложения *(понял)* благодаря аспектуальной семантике префиксального глагола *забраковать*, в котором префикс *за-* придает всему глаголу значение

завершенности, исчерпанности единичного, целостного, ограниченного во времени действия.

Семантическая емкость префиксальных глаголов русского языка во французском языке компенсируется комбинацией богатой временной системы глагола и лексико-грамматической наполняемостью контекста.

Во французском переводе, как видим, план прошлого обозначен формой passé simple глагола главного предложения (*comprit*), но в придаточном для выражения одновременности, в отличие от русского настоящего времени, используется *imparfait (était),* как этого требует правило согласования времен во французском языке*: сидит = était.* В атрибутивном придаточном в качестве эквивалента глагольной формы *«забраковал»* выступает глагольно-именное словосочетание «mettre au rebut» (отправить в архив, в брак) в форме *plus-que-parfait*, которая выражает предшествование. Префиксальному глаголу «забраковать» во французском языке соответствует аналитическая форма «глагол + существительное», что отражает специфику передачи видовых значений во французском языке глагольно-именными словосочетаниями, выступающими в качестве эквивалентов русских приставочных глаголов.

Будучи ФСП, таксис объединяет семантику временных отношений между действиями, которые представлены в сложном предложении, их видовую и модальную характеристику. Сопряженность таксиса с видовой характеристикой двух и более действий полипредикативного единства определила целесообразность введения понятия «аспектуально-таксисная ситуация» [5, с. 239]. Это понятие отражает не только сопряженность категорий, но и пересечение ФСП, ядром которых являются грамматические категории глагола, а семантической доминантой – таксис. Именно функциональный принцип позволяет объединить явления разного плана и средства разных уровней в одну структуру, в которой формируются новые связи, одной из которых и является аспектуально-таксисная ситуация.

Анализ сложноподчиненных предложений с атрибутивным придаточным во французском языке показал, что в плане прошлого другим ведущим средством выражения таксисных отношений и реализации аспектуально-таксисных ситуаций является сама грамматическая категория вида, представленная оппозицией: imparfait/passé simple. Другими средствами, способными влиять на выражение таксиса, являются характер глагола (предельность / непредельность), временные локализаторы и другие.

Аспектуально-таксисные ситуации в сложноподчиненных предложениях с атрибутивным придаточным во французском языке формируются благодаря взаимодействию семантики зависимого и независимого таксиса в сложных предложениях с признаками локализованности / нелокализованности действий во времени и видовой семантикой каждого глагола в составе сложноподчиненной конструкции.

Аспектуально-таксисные ситуации передаются в русском языке конструкциями с деепричастиями совершенного и несовершенного вида. Конструкции с деепричастиями также представляют полипредикативную структуру, которая включает основное действие и второстепенное действие, выраженные соответственно двумя сказуемыми [5, с. 257]. Изучение взаимодействия временных отношений между действиями с их аспектуальными признаками (длительности, кратности, фазовости, перфектности) во французском языке также позволяет выявить конструкции с деепричастиями и инфинитивные обороты, лаконично выражающие одновременность действий. В русском языке подобным конструкциям соответствуют придаточные предложения:

*Je **l’**entends **chanter**. – Я слышу, как она поет.*

*Je **l**’ai vue **partir.** – Я видел, как она уходит(ла).*

В зависимом таксисе отношения между основным и второстепенным действиями выражают их сопряженность во времени, которая может быть представлена в придаточном предложении формами изъявительного и сослагательного наклонений, в которых нейтрализована временная характеристика, но сохраняется аспектуальная семантика действия.

При употреблении *imparfait* в главном и в придаточном предложениях реализуется, как правило, полная одновременность, особенно при использовании непредельных глаголов:

A droite et à gauche, nous ***entendions*** *couler des ruisseaux, qui* ***roulaient*** *des graviers et des pierres et* ***bouillonnaient*** *au bas de petites chutes invisibles (M. Pagnol).* – Справа и слева мы **слышали**, как текут ручьи, которые **перекатывают** гравий и камни и **бурлят** на дне маленьких невидимых водопадов.

Полная одновременность действий в прошлом, выражаемая во французском языке одинаковыми формами *imparfait,* на русском языке, как правило, передается прошедшим временем глагола НСВ главного предложения и глаголами НСВ в настоящем времени в атрибутивном придаточном предложении.

Il ***entendit*** *une voiture qui* ***s'arrêtait*** *devant la maison... (M. Druon)* – Он **услышал**, как перед домом **остановилась** машина…

Nous ***franchîmes*** *une troisième cheminée qui* ***était*** *presque verticale (M. Pagnol).* – Мы **преодолели** третью трубу, которая **была** почти отвесной.

Частичная одновременность действий проявляется и в переводе на русский язык глаголами совершенного (преодолели) и несовершенного вида (была).

Последовательность действий также определяет таксисные отношения и может быть выражена формами imparfait предельных глаголов, а также *используя imparfait в стилистической функции:*

Dix minutes plus tard il ***signait*** *la note dactylographiée par Marion qui la* ***transmettait*** *aussitôt à la rédaction.* – Десять минут спустя он подписал (подписывает) записку, напечатанную Марион, которая немедленно отправила (отправляет) ее в редакцию.

В ряде примеров время второстепенного действия обусловливает осуществление основного действия. Эта обусловленность является, по мнению А. В. Бондарко, семантическим эффектом взаимодействия лексической и грамматической семантики глаголов главного и придаточного предложений, определяющего основные характеристики аспектуально-таксисных ситуаций и лексико-грамматической характеризованностью периферии ФСП таксиса в целом [5, с. 257]. Однако последовательность действий может быть отражена в последовательности предложений, где главное опережает придаточное. Соответственно и действие главного предложения может предшествовать времени действия придаточного предложения:

Предшествование выражено, как правило, грамматическим временем *plus-que-parfait.* Следование выражается в формах *futur simple* или *futur dans le passé.*

Таксисные отношения зависимого таксиса могут быть связаны также отношением характеризации, конкретизации или оценки:

Mon frère, qui ***était*** *timide,* ***refusa*** *de la suivre*. – Мой брат, который **был** скромным, **отказался последовать** за ней.

Отношения конкретизации имеют место в том случае, если второстепенное действие, выраженное причастной или личной формой глагола, характеризует действие главного предложения с точки зрения особенностей, фазы или времени его протекания.

Il ***était*** *vraiment* ***pâle*** *et, quand il* ***fixait*** *les gens qui lui* ***serraient*** *la main, il* ***semblait*** *les reconnaître à peine* (G. Simenon). – Он **был** действительно бледным и, когда **смотрел** на людей, которые **пожимают** ему руку**, казалось**, их едва **узнает.**

Независимый таксис в сложноподчиненных предложениях характеризуется самостоятельной временной отнесенностью каждой глагольной формы, выражает абсолютное время, если речь идет о придаточных времени, где основным показателем временной отнесенности могут служить союзы (*пока, в то время как, когда*), но в центре остается видо-временная семантика глагола [5, с. 275]. В предложениях с атрибутивным придаточным отсутствует указание на временную соотнесенность, однако можно выявить признаки одновременности / разновременности действий благодаря аспектуальной семантике предикатов, взаимодействующей с лексико-грамматической семантикой периферийных компонентов сложноподчиненного предложения.

Временную соотнесенность регулирует в таких сложных предложениях семантика простых и сложных временных форм, как в следующем примере, где *plus-que-parfait* выражает отнесенность к плану прошлого, предшествующего всем формам прошедшего времени и, тем более, семантике *présent*.

Глагол атрибутивного придаточного может быть в изъявительном, сослагательном или условном наклонении.

Грамматические формы *plus-que-parfait* и *passé simple* также могут коррелировать в одном контексте для выражения предшествования, следования и связи между действиями в целостном временном периоде. Однако в отличие от дополнительных и обстоятельственных придаточных предложений, в сложноподчиненных предложениях с атрибутивной связью порядок следования действий свободный, т. е. предшествование может быть выражено в главном предложении, а следование в придаточном:

Le pays ***avait pris*** *l'allure de ces derniers rochers où les hommes* ***courent*** *pour échapper à des vagues montantes...* – Эта местность **стала тогда походить** на скалы, куда **бегут** люди, чтобы укрыться от набегающих волн.

Грамматическое время *plus-que-parfait,* в главном предложении выражает предшествование по отношению ко времени действия атрибутивного придаточного*,* в котором глагол-сказуемое стоит в *présent,* но выражает скорее обобщенное действие, которое находится вне времени (*courent)*.

Для выражения предшествования более естественным кажется употребление *plus-que-parfait* в главном и *imparfait* в придаточном предложении, и это возможно, если действие главного опережает действие придаточного предложения:

Il ***avait posé*** *les lèvres sur la main de la jeune fille, qu'il* ***baisait*** *d'un humble baiser d'esclave.* – Он **прикоснулся** губами к руке девушки и **поцеловал** ее смиренным поцелуем раба.

В русском языке эти два действия можно передать одинаково глаголами совершенного вида в прошедшем времени. Семантика завершенности в русском языке дополнительно передается семантикой приставочных глаголов: *прикоснулся* с префиксом *при-* (сема приближения, достижения места) и *поцеловал* с префиксом *по-* (сема достижения результата, завершенность действия).

Отсутствие специальных грамматических форм для выражения предшествования часто компенсируется в русском языке использованием настоящего времени глаголов совершенного вида и прошедшим временем глаголов несовершенного вида:

Те, кто ***заказывал*** *места,* ***заставляли*** *себя ждать*.

Использование глагола несовершенного вида выражает отдаленность действия, отсутствие связи с моментом речи.

На основании проведенного исследования можно заключить, что каждое сложное предложение является манифестацией взаимодействия таксиса с категориями вида и временной локализованности. Это взаимодействие в свою очередь создает условия для возникновения различных аспектуально-таксисных ситуаций. Отсутствие единого мнения в вопросе о семантике и средствах выражения вида среди французских аспектологов не мешает признать, что основной функцией глагольного вида и способов действия является характеристика действия, распределенного во времени в рамках сложного предложения, с точки зрения его протекания, кратности, фазисности, интернсивности, а категория временной локализованности определяет степень конкретности действия во времени и место его протекания, отражая таким образом объективную реальность. Системно-парадигматические связи глагольных категорий в различных языках основаны на доминирующей роли основного семантического компонента этого взаимодействия, в качестве которого во французском языке выступает глагольное время и его производные, категория временной локализованности, содержание которой не заложено в лексической семантике глагола. Многообразие временных форм во французском языке позволяет не только локализовать действие во времени, но и выразить особенности его протекания во времени и в пространстве:

Elles ***brillaient maintenant d'un éclat plus vif****, la pluie* ***s'était arrêrée*** *de* ***tomber****, et la route qui, a droite,* ***menait*** *vers elles* ***était tracée*** *droit à travers les champs de vigne dont les fils de fer* ***brillaient*** *par endroits (A. Camus).* – Этот свет сейчас **был особенно ярким**, ведь уже прошел дождь, и дорога справа, которая **вела** прямо к деревне, **проходила** через виноградники, которые сейчас тоже местами **блестели**.

В русском языке классификационная категория вида, или видовая характеристика, присущая каждой глагольной форме, подчиняет себе все категории глагола: категорию времени, наклонения и даже категорию таксиса. Во французском языке основная нагрузка в формировании таксисных отношений и аспектуально-таксисных ситуаций ложится на разветвленную систему времен, морфологическая полисемия которых позволяет им вступать в различные оппозиции, создавая новые аспектуально-таксисные ситуации, внутри которых взаимодействуют все компоненты полипредикативной структуры.

Аспектуально-таксисные ситуации, таким образом, по-разному отражают особенности протекания действия: они передают характер распределения действия во времени, его прерывистость или целостность, фазу протекания действия, кратность, степень интенсивности. В рамках сложноподчиненных предложений с атрибутивным придаточным возможны как дифференцированные отношения, характеризующие одновременный или разновременный характер действий, так и недифференцированные отношения, которые относят действия к единому временному плану.

Список источников

1. Андреева Л. А. Зависимый таксис, выраженный деепричастной конструкцией, в марийском языке / Л. А. Андреева // Вестник угроведения. – 2016. – № 3 (26). – С. 7–18.

2. Архипова И. В. Кратный таксис в современном немецком языке / И. В. Архипова // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2013. – № 6 (16). – С. 149–159.

3. Архипова И. В. Таксисный потенциал немецких девербативных существительных: семантико-деривационный аспект / И. В. Архипова // Гуманитарные исследования. – 2025. – № 4 (96). – С. 13–19.

4. Архипова И. В. Функционально-семантическая категория таксиса в отечественной лингвистике / И. В. Архипова // Евразийский гуманитарный журнал. – 2019. – № 4 (1). – С. 59–66.

5. Бондарко А. В. Теория функциональной грамматики: Введение. Аспектуальность, временная локализованность, таксис / А. В. Бондарко. – Москва : Едиториал УРСС, 2003. – 352 с.

6. Пицкова Л. П. Грамматическая категория вида в современном французском языке / Л. П. Пицкова. – Москва : Высшая школа, 1982. – 160 с.

7. Силантьева М. В. Сравнение нефинитной и комбинированной модели выражения категории таксиса на примере русского и английского языков / М. В. Силантьева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 9 (63): в 3 ч., ч. 2. – С. 150–154.

8. Тирадо Р. Г. О категории таксиса в русском и испанском языках Р. Г. Тирадо // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2016. – № 1. – С. 90–94.

9. Шаммасова У. С. Контрастивное исследование категории таксиса в системе разноструктурных языков / У. С. Шаммасова // Вестник Башкирского университета – 2017. – Т. 22, № 4. – С. 1165–1174.

10. Якобсон Р. Избранные работы / Р. Якобсон. – Москва : Просвещение, 1984. – 460 с.

11. Boulanger A. Pratique de la traduction russe, première partie. Eléments de syntaxe comparée / A. Boulanger. – Paris : Orphys, 2000. – 215 p.

12. Bracquenier Ch. Concordance(s) des temps en russe contemporain / Ch. Bracquenier. – Paris, 2000.

13. Comrie B. Language Universals and Linguistics typology / B. Comrie. – Oxford : Oxford University Press, 1981. – P. 25–39.

14. Creissels D. Syntaxe générale. Une introduction typologique / D. Creissels. – Paris – Hermes – Lavoisier, 2006.

15. Maillard M. Le prédicat. Comment sortir de la Tour de Babel ? / M. Maillard // Lidilem. – 2008. – № 37. – P. 23–44.

16. Novakova I. Grammaire et lexique. Regards croisés / I. Novakova, E. Dontchenko. – Astrakhan – Grenoble : ELLUG, 2010. – 248 p.

17. Tesnière L. Eléments de syntaxe structurale / L. Tesnière. – Paris, 2002.

References

1. Andreyeva L. A. Dependent taxis expressed by an adverbial participial construction in the Mari language. *Vestnik ugrovedeniya = Bulletin of Ugric Studies*. 2016;3(26):7–18.

2. Arkhipova I. V. Multiple taxis in modern German. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Vestnik of the Novosibirsk State Pedagogical University*. 2013;6(16):149–159.

3. Arkhipova I. V. Taxis Potential of German Deverbative Nouns: Semantic-Derivational Aspect. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches.* 2025;4(96):13–19.

4. Arkhipova I. V. Functional-semantic category of taxis in domestic linguistics. *Yevraziyskiy gumanitarnyy zhurnal Eurasian = Journal of the Humanities*. 2019;4(1):59–66.

5. Bondarko A. V. *Teoriya funktsionalnoy grammatiki: Vvedenie. Aspektualnost. Vremennaya lokalizovannost, taksis = Functional Grammar Theory: Introduction. Aspectuality, Temporal Localization, Taxis*. Moscow: Editorial URSS; 2003:208 p.

6. Pitskova L.P. *Grammatitcheskaya kategoria vida v sovremennom frantsuzskom yazyke = The Grammatical Category of Aspect in Modern French*. Moscow: Vyschaya chkola; 1982:160 p.

7. Silanteva M. V. Comparison of non-finite and combined models of expressing the category of taxis using the example of Russian and English languages. Filologicheskiye nauki. *Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*. 2016;9(63),2:150–154.

8. Tirado R. G. On the category of taxis in Russian and Spanish. Aktualnyye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki = Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics. 2016;1:90–94.

9. Shammasova U. S. Contrastive study of the category of taxis in the system of languages with different structures. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = Bulletin of Bashkir University*. 2017;22(4):1165–1174.

10. Jakobson R. *Izbrannye raboty = Selected Works*. Moscow: Prosvechenie; 1984.

11. Boulanger A. *Pratique de la traduction russe, première partie. Eléments de syntaxe compare = The Practice of Russian Translation, Part One. Elements of Comparative Syntax*. Paris: Orphys; 2000:215 p.

12. Bracquenier Ch. *Concordance(s) des temps en russe contemporain = Concordance(s) of Tenses in Contemporary Russian*. Paris; 2000.

13. Comrie B. *Language Universals and Linguistics typology = Language Universals and Linguistics Typology*. Oxford: Oxford University Press; 1981:25–39.

14. Creissels D. *Syntaxe générale. Une introduction typologique = General Syntax. A Typological Introduction*. Paris – Hermes – Lavoisier; 2006.

15. Maillard M. The Predicate. How to Escape the Tower of Babel? Grenoble : *Lidilem*. 2008;37:23–44.

16. Novakova I., Dontchenko E. *Grammaire et lexique. Regards croisés = Grammar and Lexicon: Interdisciplinary Perspectives*. Astrakhan – Grenoble: ELLUG; 2010:248 p.

17. Tesnière L. *Eléments de syntaxe structural = Elements of Structural Syntax*. Paris; 2002.

Информация об авторах

Е. В. Донченко – кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии;

Е. Н. Шеховцева – доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, лингводидактики и перевода .

Information about the authors

E. V. Donchenko – Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Philology.

E. N. Shekhovtseva – D. Sci. (Philology), Professor of the Department of English Philology, Linguodidactics and Translation.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 15.05.2026; одобрена после рецензирования 22.06.2026; принята к публикации 29.06.2026.

The article was submitted 15.05.2026; approved after reviewing 22.06.2026; accepted for publication 29.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 25–35.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):25–35.

Научная статья
УДК 811.161.142

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ДИСКУРС И МЕДИАДИСКУРС КАК ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА КОММУНИКАТИВНО-ДИСКУРСИВНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Сергеевна Сытник[1], Ольга Геннадьевна Егорова[2]✉, Владимир Алексеевич Чистов[3]
[1]Санкт-Петербургский горный университет императрицы Екатерины II, Россия
[2]Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
[3]Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
[1]bochkova_os@pers.spmi.ru, ORCID:0009-0002-9903-5678
[2]o.g.egorova@linguanet.ru✉, ORCID ID 0000-0003-1841-065X
[3]chisvlad52@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена обоснованию англоязычного художественного дискурса и медиадискурса как валидных источников эмпирических данных для коммуникативно-дискурсивных исследований, ориентированных на анализ конструктивной коммуникации. Актуальность исследования обусловлена тем, что результаты коммуникативно-дискурсивного анализа напрямую зависят от свойств эмпирической базы: именно они определяют возможность сегментации коммуникативного события, кодирования речевых ходов и сопоставления результатов. Научная новизна статьи состоит в экспликации четырехкомпонентной системы критериев валидности эмпирической базы, применимой к художественным диалогам и журналистским интервью, а также в описании процедуры анализа. Цель статьи заключается в обосновании методологической продуктивности англоязычного художественного дискурса в сопоставлении с англоязычным медиадискурсом, в формулировании рабочей дефиниции конструктивной коммуникации и в разработке критериев валидности эмпирического материала, релевантного для его параметризации. Материалом для методологического обоснования служит аннотированный корпус прямой речи англоязычной художественной прозы, дополняемый сопоставительным массивом транскриптов англоязычных журналистских интервью. В качестве единицы анализа рассматривается речевой ход в составе коммуникативного события. Методы исследования: сопоставительный контент-анализ, сравнительная аналитическая систематизация, дискурсивная интерпретация последовательности речевых действий, контекстуальный и прагма-коммуникативный анализ. Показано, что художественный дискурс обеспечивает полноту коммуникативных циклов и коммуникативную правдоподобность, тогда как журналистское интервью задает институционально контролируемый формат публичного взаимодействия. В совокупности оба типа материала могут рассматриваться как комплементарная эмпирическая база для дальнейшего перехода к параметрической модели конструктивной коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативное исследование, художественный дискурс, медиадискурс, речевой ход, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, журналистское интервью

Для цитирования: Сытник О. С., Егорова О. Г., Чистов В. А. Англоязычный художественный дискурс и медиадискурс как эмпирическая база коммуникативно-дискурсивного исследования // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 25–35.

© Сытник О. С., Егорова О. Г., Чистов В. А., 2026

Original article

EMPIRICAL DATA FROM ENGLISH LANGUAGE LITERARY AND MEDIA DISCOURSE IN COMMUNICATION AND DISCOURSE STUDIES

Olga S. Sytnik[1], Olga G. Egorova[2]✉, Vladimir A. Chistov[3]
[1]Saint Petersburg Mining University of Empress Catherine II, Russia
[2]Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
[3]Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia
[1]bochkova_os@pers.spmi.ru, ORCID:0009-0002-9903-5678
[2]o.g.egorova@linguanet.ru✉, ORCID ID 0000-0003-1841-065X
[3]chisvlad52@yandex.ru

Abstract. This article offers a theoretical and methodological justification for treating English-language literary discourse and media discourse as valid sources of empirical data in research on constructive interaction. It addresses a central methodological problem: which types of material make it possible to observe communicative strategies and tactics in context, segment interaction reproducibly, and compare analytical results across discourse types. The study aims to substantiate the methodological value of these two sources, propose a working definition of constructive communication, and formulate criteria for the validity of empirical material. The analysis draws on English-language prose dialogue and a comparative body of journalistic interview transcripts, with the speech move treated as the basic unit of analysis within a communicative event. Methodologically, the article combines comparative content analysis, analytical systematisation, discourse analysis, contextual analysis, and pragmatic interpretation of speech moves in sequence. Its principal contribution is a four-part framework for assessing empirical validity, based on observability, reproducibility, comparability, and representativeness. The insights show that literary dialogue provides relatively complete communicative cycles and socially recognisable interactional patterns, whereas journalistic interviews offer an institutionally structured and publicly observable format in which strategic and tactical organisation is especially explicit. Taken together, these discourse types constitute a complementary empirical basis for developing a parametric model of constructive communication and for future comparative studies of interactional dynamics.

Keywords: communication, communicative research; fictional discourse; media discourse; speech move; communication strategy; communication tactics; journalistic interview.

For citation: Sytnik O. S., Egorova O. G., Chistov V. A. Empirical Data from English Language Literary and Media Discourse in Communication and Discourse Studies. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):25–35 (In Russ.).

В коммуникативно-дискурсивных исследованиях вопрос о валидности материала и выбор эмпирической базы имеет принципиальное значение для теоретико-методологической конструкции исследования.

Актуальность исследования. Несмотря на разработанность категорий стратегии, тактики, речевого воздействия, диалогической организации и стилизованной коммуникации, вопрос о том, какой именно материал обеспечивает воспроизводимое исследование коммуникации, нуждается в отдельном теоретико-методологическом обосновании. Научная новизна работы состоит в том, что в ней предлагается и аргументируется четырехкомпонентная система общенаучных критериев валидности эмпирической базы – наблюдаемость, воспроизводимость, сопоставимость и репрезентативность, – а также описывается единая процедура анализа художественного и медийного материала.

Цель настоящей статьи состоит в обосновании критериев валидности англоязычного художественного дискурса и медиадискурса как эмпирического материала коммуникативно-дискурсивного анализа.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи: 1) сформулировать рабочее определение конструктивной коммуникации как операциональной категории; 2) разработать систему проверяемых критериев валидности эмпирической базы; 3) показать, каким образом указанные

критерии функционируют на материале художественных диалогов и журналистских интервью; 4) описать процедуру исследования, обеспечивающую единый аналитический режим для обоих типов материала. Объект исследования – англоязычный художественный диалог и журналистское интервью как источники эмпирических данных; предмет – свойства материала коммуникативного исследования, обеспечивающие его методологическую пригодность для параметризации конструктивности коммуникации.

Современная лингвистическая парадигма рассматривает художественный и медийный дискурсы как репрезентацию культурных смыслов и богатую эмпирическую базу для верификации коммуникативно-когнитивных стратегий [1, с. 314]. Дискуссионным в этом отношении остается статус художественного дискурса. Возражения против него традиционно мотивируются смоделированностью, художественной условностью и авторской опосредованностью речевого материала. Однако современные исследования доказывают, что сходство между художественным и реальным диалогом значительно выше, чем считалось ранее, поскольку художественный дискурс выступает в роли своего рода «испытательного полигона» для моделей естественного языка [4, с. 58; 15, с. 45]. Художественная реплика представляет собой стилизованную, композиционно мотивированную репрезентацию повседневной речи. В этом смысле продуктивным представляется понятие авторского преломления: речевые модели, заимствуемые из обиходно-коммуникативной практики, подвергаются отбору, сгущению и трансформационной адаптации, но сохраняют социально распознаваемые параметры межличностного взаимодействия [11, с. 145]. Коммуникативные исследования показывают, что анализ диалога становится методологически продуктивным тогда, когда коммуникация поддается членению на речевые ходы, интерпретируется в терминах стратегии и тактики и соотносится с функциональным эффектом речевого действия [1; 12; 15]. Именно поэтому художественный диалог может рассматриваться как концентрированная форма коммуникативного опыта, позволяющая наблюдать коммуникативные стратегии и тактики в эксплицитном виде.

Художественный материал продуктивен еще и потому, что диалоги в нем практически не могут быть «пустым» обменом репликами ни о чем. Диалоги персонажей функционально встроены в композицию произведения: продвигают конфликт, уточняют отношения между персонажами, подготавливают развязку либо маркируют ее наступление и т. д. [9, с. 55; 13, с. 503]. Исследователь получает здесь относительно полные коммуникативные циклы, в которых представлены интенция, реакция и итог взаимодействия. Писатель в данном случае выступает не только создателем художественного мира, но и наблюдателем речи. Художественный диалог опосредован авторской работой, однако эта работа строится на социально узнаваемых моделях коммуникации [6], что обеспечивает художественному диалогу коммуникативную правдоподобность. В этом смысле его целесообразно рассматривать как форму стилизованной коммуникации [10, с. 111; 11, с. 145].

Настоящее исследование исходит из принципа комплементарности: валидность эмпирической базы повышается при сопоставлении разнородных, но методологически совместимых типов материала. Журналистское интервью предоставляет институционально организованный и запланированный процесс раскрытия информации [5, 8]. Коммуникативные стратегии и тактики наблюдаемы здесь с высокой степенью эксплицитности. Благодаря этому интервью образует важный сопоставительный массив для кодирования речевых ходов по функции и динамическому эффекту.

В качестве материала коммуникативного исследования были отобраны следующие художественные тексты: рассказ Ф. С. Фицджеральда «Bernice Bobs Her Hair», роман М. Митчелл «Gone with the Wind», роман У. М. Теккерея «Vanity Fair: A Novel without a Hero», роман Д. Г. Лоуренса «Lady Chatterley's

Lover», роман У. С. Моэма «Theatre», роман Т. Драйзера «The Financier» и роман Ш. Бронте «Jane Eyre: An Autobiography». Данный круг произведений охватывает британскую и американскую прозу в широком поле реализма, включая натурализм, психологический реализм и сопряженные модернистские формы. В рамках настоящей статьи указанные тексты были выбраны в качестве отправной точки для изучения современного англоязычного коммуникативного пространства, содержащей релевантные языковые иллюстрации – модели межличностной коммуникации. Отбор художественного материала подчинен ряду демаркационных условий. Во-первых, прозаические тексты должны воспроизводить коммуникативные ситуации, максимально приближенные к повседневному или институционально соизмеримому взаимодействию взрослых участников общения. Художественные тексты XIX–XX вв. уже прошли длительную апробацию в критическом, читательском и академическом восприятии, что позволяет рассматривать их как корпус, обладающий относительной типологической устойчивостью и исследовательской надежностью. Во-вторых, материал должен содержать формально выделяемую прямую речь, пригодную для последовательного извлечения и аннотирования. В-третьих, диалогические фрагменты должны быть достаточно развернутыми, чтобы исследователь мог наблюдать инициативный речевой ход, реакцию на него, развитие и исход коммуникативного эпизода.

Сопоставительный медиаматериал определяется жанрово как журналистское интервью. Журналистское интервью представляет собой институционально организованный диалог с формально распределенными ролями, вопросно-ответной структурой, в котором заранее распределены роли и механизмы коммуникативного давления, публичной ориентированностью и наблюдаемостью стратегико-тактической организации взаимодействия [5; 8], что делает его доступным материалом для коммуникативного исследования. В настоящей статье журналистское интервью рассматривается как перспективный сопоставительный жанр; его корпусное описание станет предметом следующего этапа исследования.

Исследование ориентировано на фрагменты диалога, в пределах которых возможно реконструировать интенции участников, распределение инициативы, динамику взаимодействия и его исход. Минимальной единицей анализа выступает речевой ход – реплика, интерпретируемая как реализация конкретной коммуникативной тактики или набора тактик в рамках стратегии коммуниканта. Интерпретация речевого хода осуществляется в пределах ближайшего диалогического единства и с учётом макроконтекста в целом, поскольку конструктивность или неконструктивность коммуникации проявляется не в изолированном высказывании, а в последовательности взаимосвязанных ходов с возможностью проследить вклад конкретного речевого хода в дальнейшую динамику взаимодействия [12, с. 215].

Основными методами исследования стали общенаучные методы: сопоставительный контент-анализ и сравнительная аналитическая систематизация. На уровне обработки диалогических данных они дополняются дискурс-анализом, контекстуальным анализом и прагма-коммуникативной интерпретацией речевых ходов. Сочетание указанных методов направлено на выявление тех условий, при которых художественный и медийный дискурс могут функционировать в качестве валидной эмпирической базы коммуникативно-дискурсивного исследования.

В рамках проводимого коммуникативного исследования конструктивность понимается как характеристика коммуникативного события, объединяющая процесс и результат взаимодействия. Процессуальный аспект связан с траекторией развития диалога, результативный – с тем исходом, к которому приводит последовательность речевых действий [12, с. 217]. Поэтому конструктивность

не может быть сведена к лингвистическим маркерам в моменте речи (отсутствие угрозы лицу собеседника и др. [15]): она устанавливается через последствия речевого хода для дальнейшего развертывания коммуникации.

Исходя из этого, конструктивную коммуникацию можно определить как речевое взаимодействие, в котором совокупный эффект последовательности речевых ходов выражается в снижении деструктивного потенциала взаимодействия и создании условий для кооперации, согласования позиций или продуктивного разрешения ситуации для обоих коммуникантов в долгосрочной перспективе.

Чтобы подобная интерпретация имела эмпирическое основание, представляется, что в исследуемом материале должны быть наблюдаемы четыре следующих характеристики: 1) возможность сегментации на эпизоды и речевые ходы; 2) кодирование каждого хода в связи с конкретной ситуацией; 3) дискурсивные маркеры конструктивной динамики; 4) динамические эффекты взаимодействия в перспективе – эскалация, деэскалация, восстановление контакта, обрыв либо рост успешности дальнейшей коммуникации. Данные характеристики раскрывают следующие критерии валидности исследуемого материала (табл.).

Таблица. Критерии валидности эмпирической базы коммуникативного исследования (составлено авторами)

Критерий	Содержание	Проявление на художественном и медийном материале
1. Наблюдаемость	Материал должен позволять видеть стратегии и тактики в динамике	В художественном диалоге наблюдаемость обеспечивается композиционной включенностью реплик в конфликт и его развитие; в интервью – открытой вопросно-ответной организацией, где хорошо видны давление, уклонение, уточнение и деэскалация
2. Воспроизводимость	Процедура извлечения фрагментов и кодирования ходов должна быть описана и повторяема другими исследователями	В художественном материале прямую речь можно извлекать по графическим маркерам и группировать в модули; в интервью воспроизводимость поддерживается жанровой стабильностью и функциональной маркированностью реплик
3. Сопоставимость	К обоим подкорпусам применяется один и тот же набор параметров анализа	Материал художественной прозы и журналистского интервью интерпретируется в одинаковой аналитической сетке
4. Репрезентативность	Корпус должен охватывать типовые коммуникативные ситуации при единой процедуре анализа	Художественный материал дает кооперацию, несогласие, конфликт и восстановление контакта в разнообразных сюжетных конфигурациях; интервью репрезентирует кооперацию, несогласие, конфликт и восстановление контакта в публичной институциональной коммуникации

Представляется, что методологически значима именно совокупность данных критериев. Лишь при совместном соблюдении всех четырех условий эмпирическая база становится пригодной для перехода от описания отдельных случаев к системной параметризации коммуникативного поведения.

Наиболее частое возражение против художественного материала связано с его смоделированностью и художественной условностью. Однако для коммуникативно-дискурсивного исследования решающей является не тождественность художественного диалога спонтанной речи, а его эмпирическая адекватность: узнаваемость речевых паттернов, их типологическая устойчивость и возможность их сегментации, кодирования и сопоставления. Как представляется, валидность художественного дискурса как источника данных для коммуникативного исследования обосновывается следующими факторами:

- Отражение реальной коммуникативной компетенции: персонажи говорят так, как этого ожидает аудитория для признания их реалистичными [4, p. 57; 7, p. 19].
- Прототип естественного общения: диалог в художественном тексте является благоприятной средой для передачи межличностных отношений и может рассматриваться как прототип естественного общения [6; 16].
- Методологическая продуктивность: возможность анализировать когнитивно-интенциональные и социокультурные аспекты коммуникации на материале корпусов художественной литературы. Это дает возможность проследить эволюцию языковых средств и ценностной картины мира лингвокультурного сообщества [2, с. 73, 3, с. 42].
- Миметические свойства: художественный диалог представляет собой функциональную модель реального разговора, позволяющую читателю ментально симулировать коммуникативную ситуацию [14].

Валидность журналистского интервью как источника данных для коммуникативного исследования, по нашему мнению, обосновывается следующими факторами:

- Интервью представляет собой жанрово устойчивую и институционально организованную форму общения с типизированной коммуникативной структурой и предсказуемым распределением ролевых позиций [5], что обеспечивает методологическую надёжность материала.
- Интервью является непосредственно наблюдаемой формой диалогической коммуникации, в которой коммуникативный процесс фиксируется в последовательности речевых ходов и, следовательно, допускает анализ не только содержательной, но и интеракциональной организации высказываний.
- Журналистское интервью характеризуется высокой степенью прагматической эксплицитности, поскольку в условиях публичного общения в нём отчётливо проявляются коммуникативные стратегии и тактики участников.
- Жанр интервью репрезентирует многослойную адресованность публичной коммуникации, что позволяет исследовать механизмы распределения инициативы, тематического контроля и позиционного согласования в условиях социально значимого взаимодействия.

Вместе с тем ни один из указанных источников не должен абсолютизироваться. Художественный и медийный дискурс образуют комплементарные, дополняющие друг друга источники данных. Художественный материал обеспечивает полноту коммуникативных циклов и широкий диапазон межличностных ситуаций, тогда как журналистское интервью задает контролируемый формат публичной институциональной коммуникации. Методологическая надежность достигается за счет сопоставления разных типов материала.

Процедура исследования. На основе предложенных критериев коммуникативно-дискурсивное исследование художественного и медийного материала может быть организовано как семиступенчатая процедура:

1. Формирование корпуса художественного материала и сопоставительного массива журналистских интервью с фиксацией жанровых рамок и принципов отбора.

2. Извлечение прямой речи из художественных текстов и первичная разметка реплик как речевых ходов с учетом микро- и макроконтекста.

3. 4. Кодирование тактик и стратегий на уровне отдельных ходов.

5. Фиксация параметров речевого хода, направляющих интерпретацию адресата и определяющих динамический эффект высказывания.

6. Применение единого набора параметров к художественному материалу и к журналистским интервью, что обеспечивает сопоставимость результатов.

7. Параметрическая оценка конструктивности, связывающая каждый критерий с наблюдаемыми индикаторами и допускающая дальнейшее шкалирование коммуникативной динамики.

Данная процедура сохраняет единую схему анализа для обоих подкорпусов и тем самым переводит разговор о валидности материала в область воспроизводимой исследовательской практики.

Приведем иллюстративный фрагмент анализа – из романа С. Моэма Theatre. Здесь мы наблюдаем асимметричное взаимодействие (не на равных), в котором опытный профессионал критикует молодую актрису, одновременно задавая траекторию ее дальнейшего профессионального роста:

“What are you getting?”

“Fifteen pounds a week.”

“That's a lie. You're getting twelve, and it's a damned sight more than you're worth. You've got everything to learn. Your gestures are commonplace. You don't know that every gesture must mean something. You don't know how to get an audience to look at you before you speak. You make up too much. With your sort of face the less make-up the better. Wouldn't you like to be a star?”

“Who wouldn't?”

“Come to me and I'll make you the greatest actress in England. Are you a quick study? You ought to be at your age” [17].

Начальный ход кодируется как критическое замечание: авторитетный собеседник ставит под сомнение текущее положение адресата. Ответная реплика молодой актрисы выражает умеренную самозащиту при признании проблемы и тем самым позволяет сохранить лицо без перехода к конфликту. Далее серия вопросов о возрасте, оплате и текущем положении функционирует как инструмент асимметричного интервьюирования и усиления контролирующей позиции говорящего. Ключевая оценочная реплика, в которой адресату фактически сообщается, что она получает больше, чем заслуживает, представляет собой отчетливую угрозу лицу. Однако дальнейшее развитие эпизода принципиально важно для интерпретации конструктивности: вслед за общей негативной оценкой следует предметная конструктивная критика от авторитетного профессионала, которая может быть полезна молодой актрисе. Затем коммуникативная рамка меняется: после давления появляется мотивационный вопрос о желании стать звездой, а за ним – приглашение, открывающее перспективу роста. Таким образом, данный фрагмент наглядно подтверждает, что конструктивность коммуникации не сводится к вежливости и коммуникативной корректности. Несмотря на наличие явно угрожающих лицу реплик, данный коммуникативный цикл в целом конструктивно ориентирован на диагностику проблемы и создание ресурса для ее преодоления. Художественный материал особенно ценен для исследования конструктивной коммуникации: он позволяет фиксировать случаи, в которых жесткость отдельных ходов сочетается с продуктивным динамическим эффектом всей коммуникативной цепи.

Прежде всего, рассмотренный фрагмент подтверждает критерий наблюдаемости: возможно выделить границы речевых ходов, установить их функции,

а также зафиксировать динамический эффект последовательности реплик. Не менее отчетливо подтверждается и критерий воспроизводимости. Анализ строится по единой процедуре: выделяется коммуникативная ситуация, сегментируются речевые ходы, каждому ходу приписывается функция, затем определяется его вклад в общую динамику взаимодействия. Такая процедура не зависит от уникальности конкретного текста и может быть повторена на другом материале. Предложенная схема потенциально применима к обоим типам материала: поддаются выявлению одни и те же функциональные единицы и коммуникативные механизмы. Это означает, что художественный дискурс и интервью образуют эмпирически сопоставимые подкорпуса, каждый из которых раскрывает разные аспекты одного и того же коммуникативного феномена. Наконец, рассмотренный фрагмент позволяет обоснованно подойти к критерию репрезентативности как результату повторяемости наблюдаемых паттернов в корпусно организованном материале. Данная схема применима как к художественному диалогу, так и к журналистскому интервью, что позволяет установить их взаимную сопоставимость в рамках единого коммуникативно-дискурсивного описания.

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы:

Во-первых, для анализа конструктивной и неконструктивной коммуникации валидный материал должен обеспечивать сегментацию на речевые ходы, воспроизводимое кодирование, единый режим сопоставления и охват разнообразных коммуникативных ситуаций.

Во-вторых, англоязычный художественный дискурс при соблюдении указанных условий оказывается методологически продуктивным, поскольку предоставляет относительно полные коммуникативные циклы и устойчивые модели речевого взаимодействия в аналитически прозрачном виде.

В-третьих, журналистское интервью дополняет художественный материал как формат контролируемой публичной коммуникации, в котором стратегико-тактическая организация взаимодействия наблюдается особенно отчетливо. Сопоставление двух типов материала повышает надежность интерпретации и позволяет избежать методологической редукции, возникающей при опоре лишь на один вид дискурсивных данных.

В-четвертых, единицей подобного анализа следует считать речевой ход в контексте коммуникативного события. Именно на этом уровне становится возможным соотнесение тактик, стратегий и динамических последствий диалогического взаимодействия.

Наконец, предложенная четырехкомпонентная система критериев валидности и описанная процедура анализа создают основу для дальнейшего перехода к параметрической модели конструктивной коммуникации. В этом смысле англоязычные художественный дискурс и медиадискурс могут рассматриваться как надежные, комплементарные источники эмпирических данных.

Перспективой дальнейшей работы видится переход к разработке параметрической модели конструктивной англоязычной коммуникации на рассматриваемом материале исследования и параметрической оценке уровней конструктивности в англоязычном диалоге.

Список источников

1. Алефиренко Н. Ф. В поисках когнитивно-лингвистической методологии учения о дискурсе / Н. Ф. Алефиренко, М. Б. Нуртазина, К. К. Стебунова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2021. – № 18 (2). – С. 313–338. – doi: https://doi.org/10.21638/spbu09.2021.205.

2. Бессонова О. Л. Оценочное высказывание в англоязычном художественном дискурсе XIX и первой половины XX века / О. Л. Бессонова, О. И. Осташова // Вестник

Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 4. – С. 72–86. – doi: https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.4.5.

3. Богатикова Ю. А. Гипертекст как параметр градуальной шкалы «документальность / художественность» в творчестве П. Акройда / Ю. А. Богатикова // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2020. – № 4. – С. 41–45. – doi: 10.46726/H.2020.4.6.

4. Богатикова Ю. А. Правдоподобие как аспект читательского восприятия текста / Ю. А. Богатикова // Филологические науки. – 2023. – № 2. – С. 54–61. – doi: 10.20339/PhS.2-23.054.

5. Иссерс О. С. Диалогическая коммуникация в новых медийных практиках / О. С. Иссерс, Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева [и др.]. – Москва : Флинта, 2025. – 240 с.

6. Макки Р. Диалог: Искусство слова для писателей, сценаристов и драматургов / Р. Макки ; пер. Т. Камышниковой ; под ред. Ю. Быстровой. – Москва : Альпина нон-фикшн, 2018. – 301 с.

7. Махов А. Е. Категория правдоподобия в литературной теории французского классицизма / А. Е. Махов // Studia Litterarum. – 2020. – Т. 5, № 2. – С. 10–33. – doi: 10.22455/2500-4247-2020-5-2-10-33.

8. Овруцкий А. В. Становление и психологические аспекты жанра журналистского интервью / А. В. Овруцкий, Д. А. Шевченко // Litera. – 2024. – № 10. – С. 120–135. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-psihologicheskie-aspekty-zhanra-zhurnalistskogo-intervyu (дата обращения: 14.03.2026). – doi: 10.25136/2409-8698.2024.10.72123.

9. Семенов А. Н. Роль конфликта в структуре художественного текста / А. Н. Семенов // Вестник угроведения. – 2011. – № 2 (5). – С. 52–58. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-konflikta-v-strukture-hudozhestvennogo-teksta (дата обращения: 01.03.2026).

10. Старостина Ю. С. Англоязычная драматургия в контексте дискурсивно-коммуникативного лингвоаксиологического подхода: теоретические аспекты / Ю. С. Старостина // Филология: научные исследования. – 2021. – № 11. – С. 107–121. – doi: 10.7256/2454-0749.2021.11.36776.

11. Старостина Ю. С. Англоязычный драматургический диалог как стилизованная коммуникация: лингвоаксиологический аспект / Ю. С. Старостина, И. В. Чекулай, О. Н. Прохорова // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2022. – № 41 (1). – С.143–155. – doi: 10.52575/2712-7451-2022-41-1-143-155.

12. Сытник О. С. К проблеме различий в декодировании речевых жанров и коммуникативных стратегий адресантом и адресатом / О. С. Сытник // Сибирский филологический журнал. – 2026. – № 1. – С. 210–221. – doi: 10.17223/18137083/94/15.

13. Хомякова О. Р. Конфликт как категория литературоведения: аналитические стратегии исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение. Журналистика. – 2021. – № 26. – С. 501–510. – doi: 10.22363/2312-9220-2021-26-3-501-510.

14. Badio J. A fictional dialogue against selected linguistic outlooks on spoken language and conversation / J. Badio // Focus on events and narratives in language, psychology, social and medical practice. – Łódź University Press., 2020. – P. 9–27. doi: 10.18778/8220-051-5.02.

15. Bousfield D. Creative linguistic impoliteness as aggression in Stanley Kubrick's Full Metal Jacket / D. Bousfield, D. McIntyre // Journal of Literary Semantics. – 2018. – Vol. 47, № 1. – P. 43–65. – doi: 10.1515/jls-2018-0003.

16. *Locher M., Jucker A., Landert D., Messerli T. Fiction and Pragmatics*. Cambridge University Press, 2023. doi: 10.1017/9781009091688.

17. Maugham W. S. Theatre. 1937. URL: Https://Content.Ikon.Mn/Banners/2015/4/9/1472/William-Somerset-Maugham-Theatre.Pdf. (accessed: 10.03.2026).

References

1. Alefirenko N. F., Nurtazina M. B., Stebunova K. K. In Search of a Cognitive-Linguistic Methodology for the Study of Discourse. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*. *Yazyk i literatura = Bulletin of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2021;18(2):313–338, doi: 10.21638/spbu09.2021.205.

2. Bessonova O. L., Ostashova O. I. Evaluative Utterance in the English Fictional Discourse (19th and the First Half of the 20th Century). Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2 “Yazykoznanie” = Science Journal of Volgograd State University. Series 2 “Linguistics”. 2022;21(4):72–86. doi: https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.4.5.

3. Bogatikova Yu. A. Hypertext as the parameter of cognitive gradual scale fiction – nonfiction in works by P. Ackroyd. *Vestnik Ivanovskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya “Gumanitarnye Nauki” = Ivanovo State University Bulletin. Series “The Humanities”*. 2020;4:41–45, doi: 10.46726/H.2020.4.6.

4. Bogatikova Yu. A. Verisimilitude as the aspect of text perception. *Filologicheskie nauki = Philological Sciences*. 2023;2:54–61, doi: 10.20339/PhS.2-23.054.

5. Issers O. S., Malysheva E. G., Rogaleva O. S., Gerasimova A. S., Egoshkina V. A. *Dialogicheskaya kommunikatsiya v novykh mediynykh praktikakh = Dialogical communication in new media practices: socio-cultural, pragmastylistic and communicative specificity*. Moscow: Flinta; 2025:240 p.

6. McKee R. *Dialogue: The Art of Verbal Action for the Page, Stage, and Screen*. New York; 2016:336 p.

7. Makhov A. E. The Category of Verisimilitude in the Literary Theory of French Classicism. *Studia Litterarum*. 2020;5(2):10–33, doi: 10.22455/2500-4247-2020-5-2-10-33.

8. Ovrutskiy A. V., Shevchenko D. A. Formation and Psychological Aspects of the Genre of Journalistic Interview. *Litera*. 2024;10:120–135. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-psihologicheskie-aspekty-zhanra-zhurnalistskogo-intervyu (accessed: 14.03.2026). doi: 10.25136/2409-8698.2024.10.72123.

9. Semenov A. N. The role of conflict in the structure of a literary text. *Vestnik ugrovedeniya = Bulletin of Ugric Studies*. 2011;5(2):52–58. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-konflikta-v-strukture-hudozhestvennogo-teksta (accessed: 01.03.2026).

10. Starostina Yu. S. English-language dramaturgy in the twentieth italic-communicative-dissitive linguaxiological context: theoretical aspects. *Filologiya: nauchnye issledovaniya = Philology: Scientific Research.* 2021;11:107–121. doi: 10.7256/2454-0749.2021.11.36776.

11. Starostina Yu. S., Chekulay I. V., Prokhorova O. N. English-language dramatic dialogue as stylized communication: a linguaxiological perspective. Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniya = Issues of Journalism, Pedagogy, and Linguistics. 2022;41(1):143–155. doi: 10.52575/2712-7451-2022-41-1-143-155.

12. Sytnik O. S. On the roots of differences in decoding speech genres and communicative strategies by the speaker and the listener. *Sibirskiy Filologicheskiy Zhurnal = Siberian Journal of Philology.* 2022;1:210–221. doi: 10.17223/18137083/94/15.

13. Khomyakova O. R. Conflict as a Category of Literary Studies: Analytical Research Strategies. Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya “Literaturovedenie. Zhurnalistika” = RUDN Journal or Studies in Literature and Journalism. 2021;26(3):501–510, doi: 10.22363/2312-9220-2021-26-3-501-510.

14. *Badio J. A fictional dialogue against selected linguistic outlooks on spoken language and conversation.* Focus on events and narratives in language, psychology, social and medical practice. Łódź University Press; 2020:9–27, doi: 10.18778/8220-051-5.02

15. Bousfield D., McIntyre D. Creative linguistic impoliteness as aggression in Stanley Kubrick’s Full Metal Jacket. *Journal of Literary Semantics*. 2018;47(1):43–65, doi: 10.1515/jls-2018-0003.

16. Locher M., Jucker A., Landert D., Messerli T. *Fiction and Pragmatics*. Cambridge University Press; 2023, doi: 10.1017/9781009091688.

17. *Maugham W. S. Theatre*. 1937. Available at: https://content.ikon.mn/banners/2015/4/9/1472/william-somerset-maugham-theatre.pdf. (accessed: 10.03.2026).

Информация об авторах

О. С. Сытник – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков;
О. Г. Егорова – доктор филологических наук, профессор кафедры переводоведения и практики перевода английского языка;
В. А. Чистов – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков в сфере журналистики.

Information about the authors

O. S. Sytnik – Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages;
O. G. Egorova – D. Sci. (Philology), Full Professor, Professor of the Department of Translation Studies and English Translation Practice;
V. A. Chistov – Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of Foreign Languages in the Field of Journalism.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 19.05.2026; одобрена после рецензирования 15.06.2026; принята к публикации 22.06.2026.

The article was submitted 19.05.2026; approved after reviewing 15.06.2026; accepted for publication 22.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 36–48.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):36–48.

Научная статья
УДК 81’42

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ЕДИНИЦ КИНОДИСКУРСА

Лидия Глебовна Золотых[1], Анна Игоревна Казакова[2], Ольга Юрьевна Космачева[3]✉
[1]Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Россия
[2]Средняя общеобразовательная школа № 36, Астрахань, Россия
[3]Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия
[1]zolotykhlg@yandex.ru, https://orcid.org/0000-0002-1425-5405
[2]liranna@bk.ru
[3]olga_ast@list.ru✉, https://orcid.org/0000-0002-3722-3131

Аннотация. В статье исследуется концепция кинодискурса как сложного и многогранного явления в современном языковом и культурном контексте. Кинодискурс рассматривается как важный инструмент формирования смыслов и ментальных репрезентаций, в частности, через прецедентные единицы – цитаты, имена персонажей и названия фильмов, которые активируют знание и эмоциональные связи у зрителей. Работа освещает роль кинодискурса в социализации и формировании системы ценностей, а также его влияние на восприятие социальной реальности через медиа. Кинодискурс описывается как вербальный и невербальный компонент фильма, формируемый в контексте культурных и исторических факторов, подчеркивая его многоуровневую природу. В статье выделяются основные типы прецедентных единиц, включая имена персонажей, высказывания, тексты и визуальные элементы, которые формируют общее смысловое поле между автором и зрителем. Рассматривается их интертекстуальность и лингвосемиотическая природа, где прецедентные единицы могут обретать новые значения в зависимости от контекста. В статье также анализируется влияние фразеологизмов, бытующих в дискурсивном пространстве кинематографа, на современную речевую культуру. Фразеологические единицы из названий фильмов и реплик персонажей становятся основными элементами языка, формирующими дискурсивные единицы с косвенной семантикой, активно используемые обществом. Особое внимание уделяется механизмам реинтерпретации, когда прецедентные единицы переносятся в новый дискурс, изменяя свое значение и контекст восприятия. Трансформация происходит как на уровне медиаформатов, так и через функциональный потенциал этих единиц, включая апеллятивные, оценочные и смыслообразующие функции. В статье представлена социолингвистическая классификация прецедентных единиц, обсуждается динамика культурного «ядра», где новые медиапроекты и интернет-коммуникация формируют свежие слои прецедентных знаков. Исследование подчеркивает важность кинодискурса как универсального инструмента, обеспечивающего успешную коммуникацию и способствующего формированию идентичности в современном обществе.

Ключевые слова: лингвокогнитивный потенциал, прецедентная единица, кинодискурс, киноцитата

Для цитирования: Золотых Л. Г., Казакова А. И., Космачева О. Ю. Лингвокогнитивный потенциал прецедентных единиц кинодискурса // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 36–48.

© Золотых Л. Г., Казакова А. И., Космачева О. Ю., 2026

Original article

LINGUO-COGNITIVE POTENTIAL OF PRECEDENT UNITS IN FILM DISCOURSE

Lidiia G. Zolotykh[1], Anna I. Kazakova[2], Olga Y. Kosmacheva[3]✉
[1]Patrice Lumumba Russian University of Peoples' Friendship
[2]Secondary School No. 36, Astrakhan, Russia
[3]Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia
[1]zolotykhlg@yandex.ru; https://orcid.org/0000-0002-1425-5405
[2]liranna@bk.ru
[3]olga_ast@list.ru; https://orcid.org/0000-0002-3722-3131✉

Abstract. The article explores the concept of film discourse as a complex and multifaceted phenomenon in the modern linguistic and cultural context. Film discourse is considered an important tool for shaping meanings and mental representations, particularly through precedent units such as quotes, character names, and film titles, which activate knowledge and emotional connections in viewers. The paper highlights the role of film discourse in socialization and the formation of a value system, as well as its influence on the perception of social reality through media. Film discourse is described as the verbal and nonverbal component of film, shaped within the context of cultural and historical factors, emphasizing its multilayered nature. This paper identifies the main types of precedent units, including character names, utterances, texts, and visual elements that form a shared semantic field between author and viewer. Their intertextuality and linguosemiotic nature are considered, where precedent units can acquire new meanings depending on the context. The article also analyzes the influence of phraseological units that exist in the discursive space of cinema on modern speech culture. Phraseological units from movie titles and character lines become the main elements of the language that form discursive units with indirect semantics that are actively used by society. Particular attention is paid to the mechanisms of reinterpretation, when precedent units are transferred to a new discourse, changing their meaning and context of perception. This transformation occurs both at the level of media formats and through the functional potential of these units, including appellative, evaluative, and meaning-forming functions. The article presents a sociolinguistic classification of precedent units and discusses the dynamics of the cultural core, where new media projects and online communication form fresh layers of precedent signs. The study emphasizes the importance of film discourse as a universal tool for successful communication and facilitating identity formation in contemporary society.

Keywords: linguistic and cognitive potential, precedent unit, film discourses, film recitation

For citation: Zolotykh L.G., Kazakova A.I., Kosmacheva O.Y. Linguo-Cognitive Potential of Precedent Units in Film Discourse *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):36–48 (In Russ.).

В современной лингвистике кинодискурс рассматривается не просто как вид искусства, а как мощный генератор смыслов. Кинотекст, обладая полимодальностью, создает устойчивые ментальные репрезентации, которые Ю. Н. Караулов определял как прецедентные тексты, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях» [11, с. 57].

Прецедентные единицы кинодискурса (цитаты, имена персонажей, названия) обладают высоким когнитивным потенциалом. По мнению В. В. Красных, такие единицы «хранятся в памяти в виде инвариантов восприятия» [13, с. 98], что позволяет им выступать в роли свернутых смысловых структур. Когда человек использует фразу из фильма, он активирует в сознании собеседника целый пласт знаний, ассоциаций и эмоциональных оценок. Как отмечает Е. И. Шейгал: «Кинотекст – это всегда диалог с культурой, где прецедентная единица служит паролем для идентификации своих в пространстве социального кода» [21, с. 38].

Прецедентные единицы кинодискурса представляют собой значимые элементы, которые обладают сверхличностным характером, хорошо известны определенному лингвокультурному сообществу и актуальны в когнитивном плане. В основе их изучения лежат несколько ключевых теоретических аспектов.

Исследование кинодискурса позволяет нам выделить следующие его структурные элементы: дискурсивное пространство, дискурсивное поле, идиома, генетической основой которой является кинодискурс.

Кинодискурс начал формироваться с момента появления кинематографа как нового вида искусства. Первый публичный киносеанс, организованный братьями Люмьер 28 декабря 1895 г. в Париже, положил начало развитию кинематографа, который вскоре стал популярным во всём мире. Кинематограф в целом изображает непосредственно пережитый опыт с помощью различных приемов. Вместе с тем он предполагает и рефлексию со стороны зрителя – размышление и осмысление опыта, поскольку мы не только «переживаем» мир, но и отделены от него. Фильмы влияют на человека через ощущения непосредственно (звуками и ритмами, крылатыми выражениями) и символически (образами, ассоциациями).

Кинематографический дискурс и входящие в его состав фразеологические единицы, по мнению А.В. Колегаевой, представляют собой яркие примеры из жизни современного общества и, в некотором роде, могут стать пособием по изучению социальных аспектов и в данном случае – лингвистических [12, с. 145].

Как указывает Р. Харрис, «экстенсивное, многократное воздействие телевидения на протяжении продолжительного времени постепенно меняет наше представление о мире и социальной реальности. Мир в представлении заядлых зрителей больше напоминает мир, преподносимый нам телевидением» [19, с. 56]. Е. Н. Молчанова отмечает, что «телевидение становится важнейшим агентом социализации и мощным фактором формирования системы ценностей» [14].

Изучение кинодискурса средствами лингвистики представляется целесообразным, поскольку кинодискурс представляет собой особый тип текста. По утверждению М. А. Самковой, понятие кинодискурс возникает в связи с расширением предмета лингвистики кинотекста. Экстралингвистические факторы в определении сущности кинодискурса выдвигаются на первый план и являются определяющими по отношению к лингвистическим. При этом к экстралингвистическим относятся не только факторы коммуникативной ситуации, но и те факторы культурно-идеологической среды, в которой протекает коммуникация [16, с. 135].

В рамках данной статьи возьмем за основу определение кинодискурса А. Н. Зарецкой как «связного текста, являющегося вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами, такими как креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра реципиентом сообщения (кинозрителем)» [7, с. 21].

К экстралингвистическим факторам относятся разнообразные культурно-исторические фоновые знания адресата, экстралингвистический контекст – обстановка, время и место, имеющие непосредственное отношение к фильму, различные невербальные средства: рисунки, жесты, мимика, которые важны при создании и восприятии кинофильма.

Еще одно определение, расширяющее представление о кинодискурсе, принадлежит С. С. Назмутдиновой. По ее мнению, кинодискурс – это «семиотически осложненный, динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности», а также как «форму вербально-иконического поведения, соотносимую с определенной ситуацией, культурой, временем, пространством и обладающую основными функциями, присущими языку, – информативной, коммуникативной, регулятивной, художественно-эстетической» [15, с. 14].

Понятие «кинематографический дискурс» вводит Л. В. Цыбина, трактуя его узко, как «фрагмент фильма, имеющий в своей структуре несколько компонентов» [20, с. 45]. К. Ю. Игнатов рассматривает кинематографический дискурс как весь «фильм, взятый в совокупности визуальных, аудиоэффектов и вербального наполнения» [9, с. 14].

Кинодискурс (кинотекст в терминологии Г. Г. Слышкина) – это «связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных и невербальных знаков, организованное в соответствии с замыслом коллективного функционально дифференцированного автора при помощи кинематографических кодов, зафиксированное на материальном носителе и предназначенное для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия зрителями» [17, с. 123].

Принимая во внимание представленные выше точки зрения, придерживаемся в работе следующего определения кинодискурса – это кинотекст, а также сам кинофильм, интерпретация фильма кинозрителями и тот смысл, что вложили в него создатели, режиссеры и сценаристы.

По мнению исследователей, дискурс обладает такими характеристиками как линейность, интертекстуальность, прецедентность, диалогичность, институциональность, ступенчатость. Прецедентность как дискурсивная характеристика, несомненно, тесно связана с интертекстуальностью. Другими словами, прецедентность имеет место в том случае, когда один текст входит в другой в виде цитат.

В современной речевой культуре фразеологические единицы, вышедшие из дискурсивного пространства кинематографа, относятся к числу наиболее употребительных крылатых единиц. В современном русском языке широко используются фразеологические единицы, восходящие к названиям кинолент и репликам киногероев.

Следовательно, дискурсивное пространство кинофильмов является естественной средой порождения языковых единиц косвенно-производной семантики – дискурсивных ФЕ, которые закрепляются в языковом сознании всего этнокультурного сообщества. Согласно концепции Л. Г. Золотых, «дискурсивное пространство русской фраземики – это речемыслительный ареал существования знаков косвенно-производной номинации, внутри которого образуется дискурсивное поле – пространственная идиоэтническая категория, в пределах которой проявляется генетическая связь фразеологической семантики и дискурса» [8, с. 61].

Фундаментом теории является понятие прецедентности, введенное Ю. Н. Карауловым. В кинодискурсе это проявляется через использование цитат, имен персонажей, названий фильмов или узнаваемых визуальных образов, которые отсылают зрителя к ранее созданному тексту. Эти единицы выступают в роли культурных знаков, позволяющих экономно передавать сложные смыслы.

Основными типами таких единиц выступают прецедентные имена (например, Штирлиц как символ выдержки), прецедентные высказывания («Я вернусь»), прецедентные тексты (фильм целиком как эталон жанра) и прецедентные ситуации. В кинодискурсе особую роль играют визуальные прецеденты – конкретные мизансцены или ракурсы, ставшие каноническими и узнаваемыми без вербального сопровождения.

Механизм функционирования этих единиц тесно связан с интертекстуальностью. Они служат инструментом создания диалога между автором и зрителем, формируя общее смысловое поле. При восприятии кинотекста происходит декодирование скрытых смыслов, что повышает интеллектуальную плотность произведения.

Важным аспектом является лингвосемиотическая природа прецедентных знаков. В кино они часто приобретают символическое значение, выходя за рамки своего первоначального контекста. Например, музыкальная тема или специфический жест могут стать маркерами определенной эпохи или психологического состояния в новых произведениях.

Изучение этой темы также затрагивает вопросы когнитивной базы социума. Прецедентные единицы кинодискурса хранятся в коллективной памяти в виде инвариантов восприятия, что обеспечивает успешную коммуникацию внутри культуры и позволяет использовать кино как мощный инструмент формирования национальной и глобальной идентичности.

Исследование прецедентных единиц в кинодискурсе также опирается на анализ их структурно-семантической трансформации при переходе из одного контекста в другой. Этот процесс включает несколько важных теоретических направлений.

Важным аспектом является изучение механизмов реинтерпретации. Когда прецедентная единица попадает в новый дискурс, она может сохранять свое исходное значение или приобретать новые коннотации, вплоть до иронического переосмысления. В кино это часто реализуется через пародирование или аллюзии, где узнаваемый образ из классической ленты используется для создания комического эффекта или подчеркивания контраста между героями.

Трансформация прецедентных единиц часто происходит на уровне медиаформатов. Исследователи выделяют процессы вербализации визуального образа (когда описание кадра становится устойчивым выражением) и визуализации вербального текста (когда цитата воплощается в конкретном экранном действии). Это свидетельствует о синтетическом характере кинодискурса, где слово, звук и изображение образуют неразрывное единство.

Функциональный потенциал этих единиц охватывает несколько ключевых задач. Апеллятивная функция позволяет привлечь внимание аудитории через узнавание знакомых элементов. Оценочная функция помогает автору выразить свое отношение к происходящему без прямых пояснений. Смыслообразующая функция превращает прецедентную единицу в концептуальный узел, вокруг которого строится проблематика нового произведения.

С точки зрения социолингвистики, прецедентные единицы кинодискурса классифицируются по масштабу их распространенности. Выделяют универсальные прецеденты, понятные представителям разных культур (мировая киноклассика), национально-детерминированные (значимые только для носителей определенного языка и культуры) и микрогрупповые (понятные узкому кругу ценителей конкретного жанра или режиссера).

В современной науке также активно обсуждается вопрос о динамике «ядра» прецедентности. Со временем одни единицы устаревают и уходят на периферию культурного сознания, а новые медиапроекты формируют свежий слой прецедентных знаков, которые моментально распространяются через социальные сети и интернет-коммуникацию, превращаясь в мемы.

Кинофильмы создают универсальные концепты, которые выходят за рамки экранного времени и становятся инструментами мышления. Действительно, кинематограф давно перестал быть просто формой развлечения, превратившись в мощный генератор метафор, которыми мы описываем реальность. Фильмы предлагают нам готовые модели поведения и этические дилеммы, которые превращаются в общепринятые концепты. Например, такие понятия, как «эффект бабочки» или «матрица», вышли из киноязыка и стали полноценными философскими и научными терминами, помогающими объяснять сложные взаимосвязи в мире. Кино создает визуальный код, который позволяет людям из разных культур понимать друг друга через общие образы, превращая экранные истории в своеобразную библиотеку человеческого опыта. Несомненно, кинематографические сюжеты служат своеобразными ментальными картами, помогающими нам ориентироваться в пространстве смыслов и принимать решения в повседневной жизни.

Так, культовая сцена из фильма «Матрица» (1999) с синей и красной таблетками стала метафорой гносеологического выбора в современном языке. Фраза «выбрать красную таблетку» закрепилась в политическом и социальном дискурсе как символ готовности узнать болезненную правду, демонстрируя когнитивный переход от конкретного кадра к абстрактному понятию. Так реализуется концептуализация выбора.

Имя Штирлица, героя кинофильма «Семнадцать мгновений весны» (1973), трансформировалось в прецедентное имя-символ. В языке оно используется не для обозначения конкретного исторического или вымышленного лица, а как когнитивный эталон выдержки, проницательности и скрытности. В кинодискурсе (например, в сериалах или современных адаптациях) использование этого имени создает фрейм гениальности, возвышая интеллектуальные способности персонажа без необходимости дополнительных вербальных описаний его качеств.

Прецедентное высказывание как маркер неизбежности «I'll be back» («Я вернусь») – реплика из кинофильма «Терминатор» (1984). В англоязычной и русскоязычной культурах данная прецедентная единица давно оторвалась от своего первоначального фантастического контекста. В дискурсе она несет мощный когнитивный заряд уверенности, обещания и неизбежности, часто с оттенком угрозы или триумфа, трансформируясь в мощный культурный символ, который используется как в повседневной речи, так и в политическом или медийном дискурсе. Здесь лингвистическая единица выступает как триггер, мгновенно восстанавливающий контекст физической силы и технологического превосходства.

Прецедентное высказывание способно демонстрировать культурную самоидентификацию. Например, фраза «Будет тебе и белка, будет и свисток!» из кинофильма «Место встречи изменить нельзя» (1979) аккумулирует в себе концепты советской эпохи, иронии, угрозы и предопределенности. Включение таких фраз в современный кино- или медиадискурс выполняет когнитивно-прагматическую функцию: оно привязывает новую информацию к исторически сложившимся фоновым знаниям зрителя, вызывая определенный спектр эмоций – от ностальгии до иронии.

Кинематограф действительно формирует мощные культурные коды, которые мы используем для осмысления реальности. Фильмы дарят нам узнаваемые метафоры, помогающие описать сложные психологические, социальные и философские явления. Обратимся к ярким примерам того, как киноконцепты стали самостоятельными инструментами мышления.

Фраза «эффект бабочки» дала название знаменитому американскому фантастическому триллеру «Эффект бабочки» (2004) с Эштоном Кутчером в главной роли. Сама концепция описывает теорию хаоса: незначительное

влияние или действие (например, взмах крыла бабочки) может привести к масштабным и непредсказуемым последствиям в будущем.

Фильм «Остров проклятых» (2010) дал название психологическому феномену «синдром/остров Шаттера», описывающему крайнюю степень психологической защиты, при которой разум человека выстраивает альтернативную реальность, чтобы уклониться от травмирующей правды.

Концепция радикального бунта против потребительского общества и отчуждения личности нашла отражение в прецедентной единице «бойцовский клуб», впервые прозвучавшей в кинофильме «Бойцовский клуб» (1999). Сама фраза «первое правило Бойцовского клуба» стала ироничным интернет-символом для обозначения негласных табуированных тем.

В кинофильме «Начало» (2010) звучит выражение «эффект Нолана». Идея «внедрения» мыслей, многоуровневых снов и концепт «тотем» (предмета для проверки реальности) прочно вошли в язык для описания психологических манипуляций и проверки фактов в эпоху медиаманипуляций. В киноведении «эффектом Нолана» (или стилем Нолана) называют создание сложного, интеллектуального блокбастера. Он заставляет зрителя чувствовать себя умным, вовлекая его в решение многоуровневых головоломок, расширяя границы восприятия времени и сочетая философский подтекст с бескомпромиссным физическим реализмом в кадре.

«Двойное дно» из «Шоу Трумана» (1998) – метафора, описывающая паранойю или ощущение того, что весь окружающий мир может быть тщательно срежиссированной постановкой, а сам человек – объектом скрытого наблюдения.

Подобные концепты служат своеобразным ментальным «shorthand» (кратким языком), поскольку позволяют в одном слове или образе передать сложную философскую или эмоциональную конструкцию.

Одной из ключевых характеристик прецедентных единиц кинодискурса является их способность к трансформации и порождению новых смыслов. Как отмечает Г. Г. Слышкин, «прецедентный текст в сознании реципиента подвергается редукции до символа, который затем может развиваться по законам языковой игры» [17, с. 138]. Это превращает статичную цитату в живой инструмент коммуникации.

Например, фраза из фильма «Крестный отец» – «Я собираюсь сделать ему предложение, от которого он не сможет отказаться» – претерпела значительную смысловую эволюцию. В исходном когнитивном контексте она подразумевала силовое давление, однако в современном бизнес-дискурсе и медиа она часто используется как ироничное обозначение исключительно выгодной сделки. Здесь происходит когнитивный сдвиг: устрашающий компонент заменяется компонентом прагматической выгоды при сохранении узнаваемой структуры.

Как показывает анализ, процесс функционирования прецедентных единиц не ограничивается простым цитированием. В современной лингвистике выделяется феномен когнитивной транслокации, при котором значение из сферы кино переносится в сферы политики, экономики или повседневного быта, полностью меняя свой функциональный регистр. Например, широко известная фраза «Зима близко», запомнившаяся зрителям сериала «Игра престолов», в современном дискурсе утратила привязку к фэнтезийному сюжету. Она трансформировалась в универсальную метафору грядущих трудностей или системного кризиса, используемую в заголовках экономических изданий и аналитических прогнозах. Это свидетельствует о том, что прецедентный феномен начинает жить по законам нового дискурса, сохраняя лишь свою эмоциональную модальность.

Смысловая трансформация цитат из кино происходит, когда фраза вырывается из контекста и меняет свой изначальный смысл на противоположный,

сатирический, бытовой или философский. В поп-культуре и интернете это явление стало неотъемлемой частью мемов, помогая емко описывать совершенно другие жизненные ситуации.

Приведем еще несколько ярких примеров смысловой трансформации знаменитых киноцитат. Так, Фраза «У нас проблемы, Хьюстон» («Houston, we have a problem») впервые прозвучала в фильме Джеймса Ловелла «Аполлон-13» (1995). Астронавты сообщают в центр управления о взрыве кислородного баллона и угрозе жизни – ситуация на грани катастрофы. В настоящее время фраза из трагического откровения превратилась в ироничную присказку, в мем про быт. Сегодня ее используют для описания любых мелких бытовых неурядиц (например, «дома закончился кофе» или «вечером отключили интернет»).

«Ты меняешь все. Ты меняешь все для меня», – говорит Джерри Магуайер в фильме «Джерри Магуайер» (1996). Герой Тома Круза произносит пронзительную, эмоциональную речь, признаваясь в любви главной героине. В сети (особенно в формате скриншотов) эта фраза стала культовым ироничным ответом на абсолютно бытовые или абсурдные действия – например, когда кто-то удачно объяснил, как сварить пельмени, или поделился рецептом. Из романтического признания она превратилась в интернет-сарказм.

Царь Леонид, герой фильма «300 спартанцев» (2006), кричит «Безумие? Это... Спарта!» перед тем, как жестоко пнуть посла Ксеркса в колодец, подчеркивая готовность к безнадежной войне. В массовой культуре фраза трансформировалась из описания безумия в похвалу и восторженную реакцию на что-то впечатляющее, смелое или нестандартное (например, «съесть банку соленых огурцов за один присест? Безумие? Нет, это...»).

«Беги, Форрест, беги!» – кричит Дженни, героиня оскароносного фильма «Форрест Гамп» (1994). Это трогательный момент детства, когда подруга призывает мальчика с нарушениями опорно-двигательного аппарата бежать от хулиганов, что в итоге исцеляет его. Данная фраза давно стала универсальным выражением, означающим необходимость спасаться бегством, срочно уходить откуда-то или избегать назревающего конфликта, и из мотивирующего выражения превратилась в прецедентную единицу, мем про усталость.

Знаменитая цитата «Ну и рожа у тебя, Шарапов!» стала ярчайшим примером «эффекта Манделы». В самом культовом советском фильме «Место встречи изменить нельзя» (1979) Глеб Жеглов ее никогда не произносил. Здесь мы наблюдаем контаминацию двух реальных реплик из разных сцен картины:

– Исходная фраза № 1: «Ну и видок у тебя, Шарапов!» (когда Владимир возвращается из логова банды).

– Исходная фраза № 2: «Ну и рожа у тебя, Володя!» (после того как Жеглов смывает грим с лица Левченко).

В настоящее время смысл выражения изменился и из киноляпа превратился в символ абсурда, из оскорбительного – в дружеское подшучивание. В оригинале реплики отражали ужас от пережитого стресса или маскировки. В современном обиходе фраза стала ироничной реакцией на усталый внешний вид, забавное фото или комичную ситуацию. Произошел также эмоциональный сдвиг. Слово «рожа» стало более мягким, потеряв тюремный оттенок, а фамилия «Шарапов» превратилась в нарицательное имя для приятеля.

Использование прецедентных единиц выполняет функцию социальной стратификации. Владение общим фондом киноцитат позволяет коммуникантам устанавливать доверительные отношения по принципу «свой – чужой».

Отметим также, что в эпоху цифровых коммуникаций прецедентность выходит за пределы вербалики. Так, кадр из фильма «Криминальное чтиво» с растерянным персонажем Джона Траволты стал глобальным визуальным прецедентным знаком (мемом), обозначающим состояние когнитивного диссонанса и дезориентации. Это демонстрирует, что лингвокогнитивный

потенциал кинодискурса сегодня неразрывно связан с визуальной составляющей.

Уже упоминавшаяся ранее лаконичная фраза «Хьюстон, у нас проблемы!» («Houston, we have a problem») из фильма «Аполлон-13» и ей подобные когнитивно перерабатываются сознанием как универсальные формулы сообщения о внезапно возникшем системном сбое. Ю.А. Сорокин указывал, что такие единицы обладают «высокой степенью воспроизводимости и предсказуемости в определенных коммуникативных ситуациях» [18, с. 46].

Восприятие киноцитаты не требует обращения к полному источнику; она функционирует как самостоятельный «свернутый текст». Так, фраза «В чем сила, брат?» из кинофильма «Брат 2» (2000) – это блестящий пример культурного мема и свернутого текста (прецедентного феномена), в котором спрессован целый комплекс смыслов. Будучи изначально репликой из фильма «Брат-2», она отделилась от контекста и стала самостоятельным кодом, понятным без лишних слов. «Сворачиванию» текста способствует прежде всего его высокая информационная плотность. Короткая фраза активирует в сознании зрителя целый пласт: образ Данилы Багрова, атмосферу 1990-х гг., поиск справедливости и моральный выбор. Кроме того, в этих четырех словах скрыт глубокий философский подтекст, где сам вопрос задает проблему поиска ориентиров, а скрытый ответ («Сила в правде») предлагает бескомпромиссное решение. Здесь создается ощущение своеобразного эффекта «айсберга». Также данная фраза является своеобразным культурным якорем и служит связующим звеном для поколений. Для кого-то это ностальгия и часть личной истории, а для кого-то – универсальный маркер «свой / чужой» в поиске духовных и нравственных идеалов.

Когда анализируемая фраза зажила собственной жизнью вне кинокартины, её функция изменилась. Она потеряла статус диалога и стала самостоятельным символом, универсальным маркером, отражающим поиск национальной, культурной или личной идентичности. В современной культуре за цитатой сохраняется гибкость в использовании: она может звучать иронично, вопросительно или пафосно в зависимости от контекста – от заголовков в СМИ до мемов и граффити.

На наш взгляд, прецедентная единица «В чем сила, брат?» – это идеальный свернутый текст, который работает как смысловой конденсатор, выражающий вечные поиски истины, честности и справедливости в обществе. Для носителя культуры данная фраза является не просто вопросительным предложением, а целым ценностно-ориентированным концептом, включающим в себя дихотомию «правда – деньги». Когнитивная обработка этого вопроса в дискурсе происходит мгновенно, минуя этап логического анализа синтаксической структуры.

Кинодискурс порождает не только фразеологизмы, но и прецедентные имена, которые становятся именами нарицательными. Имена персонажей, таких как Шерлок Холмс, Терминатор или Индиана Джонс, превращаются в когнитемы, обозначающие определенные наборы качеств: супердедукцию, неуязвимость или страсть к авантюрам.

Так, вместо длинного описания аналитических способностей человека носителю языка достаточно назвать его «Шерлоком», чтобы вызвать у собеседника мгновенный ассоциативный ряд. Это обеспечивает экономию языковых усилий и высокую плотность передачи информации. Имя Шерлока Холмса, сыщика с Бейкер-стрит, стало нарицательным для обозначения проницательного человека с дедуктивным мышлением, мастера распутывать сложные загадки. Печкин, почтальон из мультипликационного фильма «Трое из Простоквашино», для нас уже символ чрезмерно любопытного, дотошного и бюрократически настроенного человека, а Терминатор из одноименного фильма – нарицательное имя для непобедимого, методичного и безжалостного бойца

или системы, сметающей все на своем пути. Имя Джеймса Бонда стало синонимом элегантного, неуязвимого суперагента, дамского угодника и мастера шпионажа, тогда как Дон Жуан – архетипичный образ, ставший именем нарицательным для обозначения ловеласа, покорителя женских сердец и распутника. Имена Шерлок или Бонд изначально были литературными персонажами, но благодаря кино- и теледискурсу они укоренились в разговорной речи как устойчивые нарицательные понятия.

Прецедентные единицы кинодискурса зачастую несут аксиологическую нагрузку, а прецедентные имена содержат в себе оценочный компонент. Например, сравнение кого-либо с «Великим Гэтсби» или «Волком с Уолл-стрит» моментально задает рамку восприятия социального успеха или этической двусмысленности его действий.

Несомненно, лингвокогнитивный потенциал кинодискурса заключается в его способности создавать кратчайшие пути передачи сложной информации. Прецедентные единицы кино становятся узловыми точками расширенной памяти социума. С позиций современной когнитивистики, понимание таких единиц требует не только языковой компетенции, но и владения общим культурным фоном, что делает их важнейшим инструментом социальной интеграции.

В эпоху метамодерна прецедентность приобретает полимодальный характер. Именно в интернет-коммуникации наблюдается синтез вербальной цитаты и визуального образа.

Кинотекст может выступать как инструмент иронии. Использование скриншота из фильма с наложенным текстом, не имеющим отношения к оригиналу, создает так называемый эффект «двойного кодирования». Читатель должен одновременно распознать контекст фильма и соотнести его с новой актуальной темой. Так, новость о том, что житель Брянска выломал дверь в поликлинике, чтобы попасть на прием к врачу, на некоторых сайтах сопровождалась мемом – на хорошо известный кадр из фильма Стэнли Кубрика «Сияние», изображающий ломящегося в дом героя фильма Джонни в исполнении Джека Николсона (Джек пробивает дверь топором, сопровождая свои действия культовой репликой «А вот и Джонни!»), наложена надпись: «Посмотрите мои анализы». Этот образ писателя, который сходит с ума, работая смотрителем в уединенном отеле, стал настолько узнаваемым, что часто используется в интернете для иллюстрации агрессивного или настойчивого поведения.

Прецедентные знаки из видеоигр начинают проникать в кинодискурс, а затем и в живой язык, обуславливая тем самым диффузию жанров. Выражения вроде «Wasted» или визуальные элементы интерфейсов становятся частью общекультурного кода, доступного разным поколениям реципиентов.

Важным аспектом является и то, как прецедентные единицы структурируют коллективную память. Так, цитаты из классики кинематографа XX в. (например, из фильмов Л. Гайдая, Г. Данелии или Э. Рязанова) выступают в качестве «цементирующего состава» для представителей разных возрастных групп, создавая единое ментальное пространство. Однако сегодня наблюдается процесс фрагментации: молодежные субкультуры формируют собственные системы прецедентности, базирующиеся на аниме, стриминг-сервисах и коротких видеоформатах. Это ведет к возникновению множественных «дискурсивных островов», где понимание прецедентного знака ограничено рамками конкретного сообщества.

Современная лингвистика прогнозирует дальнейшее усиление прецедентности, связанное с фрагментарностью клипового сознания. Короткие яркие реплики из супергеройских франшиз (например, концепт «Мстители, общий сбор») начинают формировать новые когнитивные фреймы, описывающие коллективное действие.

Таким образом, прецедентность сегодня выступает не только как способ украшения речи, но и как фундаментальный механизм структурирования знаний, позволяющий человеку ориентироваться в избыточном потоке информации через узнавание знакомых образов и смыслов. В завершение следует отметить, что лингвокогнитивный потенциал кинодискурса неисчерпаем, так как каждый новый этап развития общества рождает новые интерпретации уже существующих прецедентных феноменов, обеспечивая преемственность смыслов в глобальном информационном пространстве.

Список источников

1. Артамонова Ю. Д. Прецедентные тексты в современном кинодискурсе / Ю. Д. Артамонова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2018. – № 5 (797). – С. 9–21.

2. Ворожцова О. А. Прецедентные феномены в современном кинематографе / О. А. Ворожцова // Политическая лингвистика. – 2011. – № 1 (35). – С. 145–150.

3. Гудков Д. Б. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. В. Багаева // Вестник Московского государственного университета. Сер. 9: Филология. – 1997. – № 4. – С. 56–70.

4. Духовная Т. В. Структурные составляющие кинодискурса / Т. В. Духовная // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 1 (43). – С. 64–66.

5. Ефремова М. А. Концепт кинотекста: структура и лингвокультурная специфика / М. А. Ефремова. – Волгоград, 2004. – 185 с.

6. Зайченко С. С. Кинодискурс как поликодовое и мультимодальное образование / С. С. Зайченко // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. – 2013. – № 2. – С. 56–60.

7. Зарецкая А. Н. Фильм и киносценарий как взаимосвязанные дискурсы / А. Н. Зарецкая // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 34 (172), вып. 36. – С. 43–46.

8. Золотых Л. Г. Когнитивно-дискурсивные основы фразеологической семантики / Л. Г. Золотых. – Астрахань : Астраханский университет, 2007. – 265 с.

9. Игнатов К. Ю. От текста романа к кинотексту: языковые трансформации и авторский стиль (на англоязычном материале) / К. Ю. Игнатов. – Москва, 2007. – 26 с.

10. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Москва : Гнозис, 2004. – 390 с.

11. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – Москва : Наука, 1987. – 263 с.

12. Колегаева А. В. Особенности реализации языковых средств в кинематографическом дискурсе / А. В. Колегаева, О. Берендеева // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2008 – № 2. – С. 144–146.

13. Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология / В. В. Красных. – Москва : Гнозис, 2001. – 284 с.

14. Молчанова Е. Н. Телевидение в культуре современного информационного общества / Е. Н. Молчанова. – Ставрополь, 2005. – 149 с.

15. Назмутдинова С. С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) / С. С. Назмутдинова. – Тюмень, 2008. – 18 с.

16. Самкова М. А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий / М. А. Самкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 1 (8). – С. 135–137.

17. Слышкин Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. – Москва : Водолей, 2004. – 153 с.

18. Сорокин Ю. А. Речевые маркеры этнических и институциональных портретов и автопортретов (Какими мы видим себя и других) / Ю. А. Сорокин // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 43–53.

19. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – Москва : ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 448 с.

20. Цыбина Л. В. Структура и параметрические характеристики кинематографического дискурса / Л. В. Цыбина // Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации: теоретические и прикладные аспекты. – Саранск, 2006. – Вып. 5. – 67 с.

21. Шейгал Е. И. Лингвокультурология: языковая репрезентация этноса / Е. И. Шейгал, В. А. Буряковская. – Волгоград : Перемена, 2002. – 178 с.

References

1. Artamonova Yu. D. Precedent Texts in Modern Film Discourse. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta = Bulletin of Moscow State Linguistic University*. 2018;5(797):9–21.

2. Vorozhtsova O. A. Precedent Phenomena in Modern Cinema. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*. 2011;1(35);145–150.

3. Gudkov D. B., Zakharchenko I. V., Krasnykh V. V., Bagaeva D. V. Some Features of the Functioning of Precedent Statements. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 9 “Filologiya” = Bulletin of Moscow State University. Series 9 “Philology”. 1997;4:56–70.

4. Dukhovnaya T. V. Structural Components of Film Discourse. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues. 2015;1(43);64–66.

5. Efremova M. A. *Kontsept kinoteksta: struktura i lingvokulturnaya spetsifika = The Concept of Film Text: Structure and Linguocultural Specificity*. Volgograd; 2004:185 p.

6. Zaychenko S. S. Film Discourse as a Polycode and Multimodal Formation. Nauchnyy vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo arkhitekturno-stroitelnogo universiteta = Scientific Bulletin of the Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering. 2013;2:56–60.

7. Zaretskaya A. N. Film and Screenplay as Interrelated Discourses. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Chelyabinsk State University*. 2009;34(172),36:43–46.

8. Zolotykh L. G. *Kognitivno-diskursivnye osnovy frazeologicheskoy semantiki = Cognitive-discursive foundations of phraseological semantics*. Astrakhan: Astrakhan State University; 2007:265 p.

9. Ignatov K. Yu. *Ot teksta romana k kinotekstu: yazykovye transformatsii i avtorskiy stil (na angloyazychnom materiale) = From the text of the novel to the film text: language transformations and the author's style (based on English-language material).* Moscow; 2007:26 p.

10. Karasik V. I. *Yazykovoy krug: lichnost, kontsepty, diskurs = Language circle: personality, concepts, discourse*. Moscow: Gnosis; 2004:390 p.

11. Karaulov Yu. N. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost = Russian language and language personality*. Moscow: Nauka; 1987:263 p.

12. Kolegaeva A. V., Berendeyeva O. *Features of the implementation of linguistic means in cinematic discourse. Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Kemerovo State University*. 2008;2:144–146.

13. Krasnykh V. V. *Etnopsikholingvistika i lingvokulturologiya = Ethnopsycholinguistics and linguacultural studies: a course of lectures*. Moscow: Gnosis; 2001:284 p.

14. Molchanova E. N. *Televidenie v kulture sovremennogo informatsionnogo obshchestva = Television in the Culture of the Modern Information Society*. Stavropol; 2005:149 p.

15. Nazmutdinova S. S. *Garmoniya kak perevodcheskaya kategoriya (na materiale russkogo, angliyskogo, frantsuzskogo kinodiskursa) = Harmony as a Translation Category (Based on Russian, English, and French Film Discourse).* Tyumen; 2008:18 p.

16. Samkova M. A. Film Text and Film Discourse: On the Problem of Delimiting Concepts. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*. 2011;1(8):135–137.

17. Slyshkin G. G., Efremova M. A. *Kinotekst (opyt lingvokulturologicheskogo analiza) = Kinotext (an attempt at linguocultural analysis).* Moscow: Vodoley; 2004:153 p.

18. Sorokin Yu. A. Speech markers of ethnic and institutional portraits and self-portraits (How we see ourselves and others). *Voprosy yazykoznaniya*. 1995;6:43–53.

19. Harris R. *Psikhologiya massovykh kommunikatsiy = Psychology of mass communications*. Moscow: OLMA-PRESS; 2002:448 p.

20. Tsybina L. V. Structure and parametric characteristics of cinematographic discourse. *Lingvisticheskie i ekstralingvisticheskie problemy kommunikatsii: teoreticheskie i prikladnye aspekty = Linguistic and extralinguistic problems of communication: theoretical and applied aspects*. Saransk; 2006;5:67 p.

21. Sheigal E. I., Buryakovskaya V. A. *Lingvokulturologiya: yazykovaya reprezentatsiya etnosa = Linguocultural Studies: Linguistic Representation of Ethnicity*. Volgograd: Peremena; 2002:178 p.

Информация об авторах

Л. Г. Золотых – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Института русского языка;

А. И. Казакова – кандидат филологических наук, учитель русского языка и литературы;

О. Ю. Космачева – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка.

Information about the authors

L. G. Zolotykh – D. Sc. (Philology), Professor of the Department of Russian Language of the Institute of Russian Language;

A. I. Kazakova – Cand. Sc. (Philology), Teacher of Russian Language and Literature;

O. Y. Kosmacheva – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Russian Language.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 11.06.2026; одобрена после рецензирования 22.06.2026; принята к публикации 29.06.2026.

The article was submitted 11.06.2026; approved after reviewing 22.06.2026; accepted for publication 29.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 49–60.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):49–60.

Научная статья
УДК: 81'373.5:801.316.4:81’272

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА ВРАЧА В АСПЕКТЕ ЭТИМОЛОГИЧЕСКОГО И ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СПОСОБОВ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ

Лилия Анатольевна Киселева[1]✉, Татьяна Владимировна Лукоянова[2], Земфира Ришадовна Гречухина[3]
[1–3]Астраханский государственный медицинский университет, Астрахань, Россия
[1]lilya.kiseleva.7878@mail.ru✉
[2]lukoyanova_tanya@mail.ru
[3]grechukhinaz@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена комплексному изучению медицинской терминологии. Рассматриваются специфические черты медицинской терминологии, такие как интернациональный характер терминов, высокая мотивированность и прозрачность значения большинства терминов, широкое распространение эпонимов и сосуществование профессионального и обыденного языков. В статье исследуются способы образования медицинских терминов, включая калькирование, аффиксальное словообразование и заимствование из смежных областей знаний. Отдельное внимание уделено этимологическому и функциональным аспектам образования медицинских терминов, их роли в формировании и передаче научного знания для осуществления эффективного взаимодействия между врачами и пациентами, обеспечивающего точное понимание информации и улучшающего качество обмена знаниями. Показано, что в коммуникативной среде медицинские термины выполняют разнообразные функции, такие как метонимический и метафорический переносы, повышая информативность и эмоциональную насыщенность диалогов. Подчеркивается, что современные тенденции в развитии медицинских наук и практические потребности медицины диктуют необходимость постоянной систематизации и унификации как действующей, так и вновь появляющейся терминологии. В заключение делается вывод о важности комплексного подхода к изучению медицинской терминологии, подчёркивается её фундаментальная роль в медицине и важность дальнейшего углубления исследований в области медико-терминологической лингвистики, призванных обеспечить оптимальные условия для улучшения взаимопонимания между профессионалами и населением, повышения уровня медицинской грамотности и эффективности лечения. Таким образом, медицинская терминология представлена как важнейший компонент научного познания и профессионального общения, заслуживающий тщательного и систематического изучения. Результаты исследования подтверждают актуальность вопроса о популяризации достижений науки и повышении компетентности специалистов в области медицинской терминологии.

Ключевые слова: медицинская терминология, язык науки, эпонимы, функциональные особенности терминов, калькирование, аффиксация, метафора, метонимия

Для цитирования: Киселева Л. А, Лукоянова Т. В., Гречухина З. Р. Этимологический и функциональный аспекты терминообразования в профессионально-языковой картине мира врача // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 49–60.

© Киселева Л. А, Лукоянова Т. В., Гречухина З. Р., 2026

Original article

THE PROFESSIONAL LANGUAGE WORLDVIEWOF A DOCTORIN ETYMOLOGICAL AND FUNCTIONAL ASPECTS OF TERMFORMATION

Lilya A. Kiseleva[1]✉, Tatiana V. Lukoyanova[2], Zemfira R. Grechukhina[3]
[1–3]Astrakhan State Medical University, Astrakhan, Russia,
[1]lilya.kiseleva.7878@mail.ru✉
[2]lukoyanova_tanya@mail.ru
[3]grechukhinaz@mail.ru

Abstract. This article is devoted to a comprehensive study of medical terminology. Specific features of medical terminology are considered, such as the international nature of terms, the highly motivated and transparent meaning of most terms, the widespread use of eponyms, and the coexistence of professional and everyday languages. The article examines the methods of forming medical terms, including calques, affixal word formation, and borrowing from related fields of knowledge. Special attention is paid to the etymological and functional aspects of the formation of medical terms, their role in the formation and transmission of scientific knowledge for effective interaction between doctors and patients, ensuring an accurate understanding of information and improving the quality of knowledge exchange. It is shown that in the communicative environment, medical terms perform various functions, such as metonymic and metaphorical transfer, increasing the information content and emotional richness of dialogues. The study emphasizes the fact that modern trends in the development of medical sciences and the practical needs of medicine dictate the need for continuous systematization and unification of both existing and newly emerging terminology. The conclusion emphasizes the importance of a comprehensive approach to the study of medical terminology, emphasizing its fundamental role in medicine and the importance of further deepening research in the field of medical terminological linguistics. This research aims to ensure optimal conditions for improving mutual understanding between professionals and the public, increasing medical literacy, and enhancing treatment effectiveness. Thus, medical terminology is presented as a crucial component of scientific knowledge and professional communication, deserving of thorough and systematic study. The study's results confirm the relevance of popularizing scientific achievements and enhancing the competence of specialists in the field of medical terminology.

Keywords: medical terminology, scientific language, eponyms, functional characteristics of terms, calques, affixation, metaphor, metonymy

For citation: Kiseleva L. A., Lukoyanova T. V., Grechukhina Z. R. Etymological and Functional Aspects of Terminogenesis in the Professional Language Worldview of a Doctor. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):49–60 (In Russ.).

Проблемы терминологии в последнее время становятся все более актуальными, коррелируя с развитием наук различной направленности, так как существование ни одной науки не представляется возможным без научного языка. Любая область знания не может полноценно функционировать без наличия развитого научного языка, способствующего эффективному обмену информацией и достижению прогресса в исследуемой среде. Особое внимание лингвистов привлекает медицинская терминология [6], изучение которой фокусируется на исследовании терминологических процессов языка науки.

По мнению многих ученых, медицинская терминология выделяется среди прочих специальных подъязыков своими уникальными характеристиками структуры, семантики, стилистическими особенностями и способами образования новых терминов. Эти свойства позволяют медицинской терминологии занимать особое положение внутри общего состава специальной лексики языка [7, с. 47].

Согласно мнению Л. Н. Гущиной, специфическими чертами медицинской терминологии являются:

1. Заимствования из греческого и латинского языков, а также искусственно созданные термины, образованные из элементов этих двух классических языков. Пример: *патология (от греч. patho – болезнь, logia – наука)* – наука о заболеваниях [14]*, иммобилиза́ция (от лат. immobilis – неподвижный)* – создание неподвижности или уменьшение подвижности повреждённых либо больных частей тела или всего тела [2], *бактериофаг (от лат. bacterium – бактерия и греч. phago – поедать, пожирать вирус)* – вирусы бактерий, обладающие способностью специфически проникать в бактериальные клетки, репродуцироваться в них и при выходе потомства вызывать в большинстве случаев разрушение (лизис) бактерий [15, с. 4].

2. Интернациональный статус, поскольку во врачебной практике повсеместно распространены выражения, используемые исключительно на латинском языке, такие как *cito* (быстро), *invitronigro* (в темной склянке), *peros* (через рот) и прочие.

3. Высокий уровень мотивации и ясность, позволяющие легко распознавать и понимать их. Например, привычные каждому человеку термины *изжога*, *мигрень*, *лихорадка* и другие, функционирующие во множестве текстов: *Здравствуйте! Подскажите, пожалуйста, могут ли проблемы с желудком (повышенная кислотность) быть связаны с состоянием* ***лихорадки****, сильной зябкости, потливости, першением в носу и горле?*[20][1]

4. Эпонимы, выступающие важной составляющей процесса формирования и расширения медицинского терминологического фонда. Причина широкого распространения эпонимов кроется в трудности наименования нового заболевания. Например: *синдром Карпентера*, *болезнь Ходжкина*. После детального изучения причин возникновения патологии и механизмов её развития, появляется новая номенклатурная единица, дающая более точную характеристику и позволяющая однозначно определить её принадлежность к той или иной группе заболеваний. Тем не менее, эпонимический термин используется как дань уважения первооткрывателю: *синдром Карпентера* также называется *акроцефалополисиндактилия второго типа*; *болезнь Ходжкина* известна как *лимфома Ходжкина*. Например: *Придя на прием, отправились на рентген где поставили диагноз* ***Деформация Маделунга*** *левого лучезапястного сустава* [20][2]*.*

5. Сосуществование двух параллельных лексических подсистем – официальной научной терминологии и бытовой лексики, используемой лицами, далекими от медицины. Медицинские термины становятся известны широкой аудитории и переходят в активный словарь обыденного употребления, хотя изначально принадлежат исключительно профессиональному языку (примеры подобного перехода включают такие слова, как *головная боль*, *температура, кашель* и др.). Например: *Добрый день. Подросток 17 лет. Заболел ОРЗ. По результатам ПЦР нашли ДНК коклюша. Прошёл примерно месяц момента начала болезни. В целом самочувствие нормальное, но продолжается достаточно глубокий* ***кашель*** [20][3]. Еще один пример проникновения бытовой лексики был выявлен в следующем скрипте: *Добрый вечер! Прошу прощения за странный вопрос, возможно,* ***Оффтоп****, но больше уточнить не у кого – не знаю где еще найти сообщество профильных опытных врачей. Подскажите, пожалуйста, время 10:30 в графе «продолжительность родов» – это продолжительность родов или просто время с бирки? Я нашла инструкцию по заполнению этого советского бланка, но бирка не сохранилась, только*

[1] URL: https://meduniver.com/forum/index.php?showtopic=18700.
[2] URL: https://meduniver.com/forum/index.php?showtopic=20800.
[3] URL: https://meduniver.com/forum/index.php?showtopic=20311.

этот бланк[1]. В данном примере имеет место сленг *Офтоп (OffTopic) со значением* не по теме, не в тему.

6. Заимствования из смежных наук в связи с развитием техники, интеграций дисциплин, мультидисциплинарных исследований *(косметическая гинекология, генная инженерия*, *медицинская радиология*, *космическая* и *авиационная медицина* и т. д.) [12, с. 106–107].

Кроме того, современным требованием к исследованию терминологии является необходимость её изучения непосредственно в коммуникативном пространстве специалиста-медика, которое не может существовать без медицинских терминов. Коммуникативно-прагматический анализ поможет раскрыть весь спектр функций, выполняемых медицинским термином в речи, детерминированной знаниями врача, его профессиональным опытом, что подтверждают многие исследования последних десятилетий [более подробно см.: 1, с. 38; 16, с. 558–567; 23, с. 53–59].

В связи с изучением профессионального языка, в частности, языка медицины, существует необходимость дать определение такому понятию, как профессионально-языковая картина мира. В современной лингвистике это словосочетание получило широкое распространение. Мы придерживаемся мнения Л. А. Киселевой, что профессионально-языковая картина мира – это форма выражения профессионального знания. Ядром языковых единиц, составляющих профессиональную языковую картину мира, является терминология данной отрасли знания [12, с. 34].

Современное развитие теории и практики медицины, а также общий прогресс научных дисциплин настоятельно требуют регулярной систематизации и стандартизации существующей и вновь возникающей терминологии. Профессионально-языковая картина мира современного врача усложняется появлением новых областей медицины, которые способствует развитию и углублению профессиональных навыков и умений специалиста.

В терминоведении правомерно рассматривать термин как вербализованный результат мыслительной деятельности [19, с. 20–23]. Анализ его структуры, смыслового содержания и функциональных особенностей даёт нам представление о значимом компоненте профессионально-языковой картины мира специалистов. Исследование профессионального языка с точки зрения языковой картины мира помогает понять, каким образом профессиональные представления находят своё выражение через систему специализированных наименований. А изучение профессионального языка в рамках профессиональной картины мира выявляет её особенности, отражённые через терминологию соответствующей области, включая взаимодействие повседневных представлений и научных понятий. Людям, принадлежащим к одной группе профессий, свойственно особое видение окружающего мира, находящее свое отражение в языке [13, с. 33].

Специалист, обладая общими языковыми представлениями и профессиональным опытом, переосмысляет и систематизирует накопленные знания, формируя обновленную структуру понимания ключевых свойств изучаемых объектов.

Таким образом, медицинская терминология остается важнейшим материалом для всестороннего анализа, обусловленного значимостью медицины, оказывающей влияние на всю мировую культуру.

Современная медицинская терминология – результат длительного развития. Ее богатство и разнообразие обусловлены длительным процессом исторического развития, включающим в себя периоды накопления знаний, возникновение научных школ и научных направлений, внедрение новейших технологий и открытие ранее неизвестных заболеваний и способов их лечения. По разным

[1] URL: https://forums.rusmedserv.com/showthread.php?p=3129641# post3129641.

оценкам, около 95 % всех медицинских терминов, составляющих анатомическую и гистологическую номенклатуры, построены на базе латинской графики, произношения и грамматики [12, с.106].

Однако, как справедливо утверждает М.Х. Азизова, словообразовательные способности греческого языка оказались гораздо шире возможностей латинского, позволяя создавать новые термины благодаря легкости сочетания корневых частей слов и аффиксов, чем обеспечивалось формирование однозначных и прозрачных по значению терминов, удобных для международного пользования и простого усвоения специалистами [5, с. 20].

Греческая терминология служит базой для дальнейшего образования и адаптации медицинских терминов к последующему использованию. Например: п*атология* (от греч. πάθος – страдание + λόγος – наука); к*ардиология* (от греч. καρδία – сердце + λόγος – наука); х*ирургия* (от греч. χειρουργική – искусство рук) и другие.

Две основные системы медицинской терминологии базируются на разных языках: анатомическая – на латинском, клиническая – на греческом. Например, *кишечник* на латинском звучит как *intestinum*, однако наука, занимающаяся заболеваниями кишечника, называется *энтерологией* (*enterologia*), что отражает греческую природу термина.

Рассмотрим различные пути формирования некоторых медицинских терминов в русской медицинской терминосистеме.

Калькирование, «состоящее в переводе заимствований из другого языка, отображающее взаимодействие языковых систем друг с другом» [11, с. 40] – один из наиболее продуктивных способов пополнения терминологического состава русского языка на протяжении всего периода развития медицины. Многие термины-названия болезней являются калькой этих же наименований в европейских языках, берущих свое начало из латинского или греческого. Продемонстрируем это на примерах:

- *инфлюэнция* (грипп): первоначально термин пришел из итальянского языка *influenza*, что означало эпидемию, а само итальянское слово имело астрологическое значение *влияние звезд*. Оно восходит к средневековому латинскому слову *influentia*, использовавшемуся в астрономическом контексте, образованному от латинского причастия настоящего времени *influere*, обозначающего *протекать, вливаться, поступать*;
- *мигрень*: название берет начало от *mikranía* усеченного греческого слова *hemikranía*, где *hemi* означает *половина*, а *kranion* – *череп*. Буквально это значит *боль половины головы*, но в русский язык пришло из французского – *migraine*.

Аффиксальная (префиксальная и суффиксальная) деривация. Ключевыми элементами для понимания значений русских медицинских терминов служат префиксы и аффиксы. Приставки, например, способны передавать информацию о расположении анатомических образований относительно друг друга. Так, греческий префикс *peri-* (от греч. *вокруг, около*) описывает анатомические структуры или патологические процессы, расположенные вблизи основных анатомических объектов. Например: ***пери****тонит,* ***пери****кардит.*

Рассмотрим латинские приставки с противоположными значениями: *pre-* (до, перед) и *post-* (после). Их употребление передает временные или пространственные отношения, основываясь на латинских источниках *pre-* (до, перед): от латинского *prae* (до, впереди). Например: ***пре****натальный период,* ***пре****-****д****инфарктное состояние*. *Post-* (после): от латинского *post* (позади, после): ***пост****инфарктный,* ***пост****операционный*и т.п.

Таким образом, латинские приставки *pre-* и *post-* позволяют медикам ясно выразить временную последовательность или локализацию события, способствуя точности и ясности медицинской терминологии [3, с. 833–842].

Что касается обозначения избыточности или недостатка чего-либо в медицинской терминологии, то здесь важную роль играют греческие префиксы: *hyper-* и *hypo-*: первый означает избыток, чрезмерность или превышение нормы, второй используется для обозначения дефицита, нехватки или пониженного уровня чего-либо. Например: ***гипер****термия,* ***гипо****витаминоз.* Использование греческих приставок типа *hyper-* и *hypo-* позволяет сделать медицинскую терминологию лаконичной и точной, обеспечивая быстрое и четкое описание изменений состояния организма больного [3, с. 539–545].

Стоит обратить внимание и на суффикс *-oid*, означающий *подобный чему-либо*, произошедший от греческого *-oeides*, производного от *-eidos – форма*. Данный суффикс помогает передать подобие симптома или состояния другому заболеванию или признаку. Например: *кретин****оид*** – внешний облик больного соответствует признакам кретинизма, *ревмат****оид****ный артрит* – системное воспалительное заболевание соединительной ткани с преимущественным поражением мелких суставов. Использование греческого суффикса *-oid* существенно повышает выразительность медицинской терминологии, дополняя описания симптомов и клинических проявлений разнообразием оттенков значений.

Приведенные здесь в качестве примеров латинские и греческие приставки и суффиксы, сохранили свои значения в русских медицинских терминах в транслитерированном виде.

Субстантивация прилагательного также выступает частотным способом обогащения медицинского словаря новыми терминами. Особенно это явление затрагивает профессиональный, учебный, научно-популярный язык медицины, когда в процессе коммуникации в термине-словосочетании происходит постепенное стирание признаков существительного, в результате чего прилагательное принимает на себя главную референтную нагрузку, например, латинский термин *nervus vagus* (*блуждающий нерв*), употребляемый в официальной номенклатуре, приобретает форму *vagus* в профессиональной коммуникации. В русской медицинской коммуникации также наблюдается устойчивая тенденция к субстантивации прилагательного, например, транслитерированный субстантиват *вагус.*

Здесь также можно упомянуть такие субстантиваты, как ***бицепс, трицепс***, образованные от латинских медицинских терминов *musculus****biceps****brachii* (двуглавая мышца плеча) и *musculus****triceps****brachii* (трехглавая мышца плеча). Стоит подчеркнуть, что их употребление фиксируется не только в медицинской профессиональной коммуникации, но и в языке спортсменов, то есть наблюдается переход медицинских терминов в спортивную сферу. Например, тренер дает совет, каким образом выполнять упражнения на трицепс: *Главное в таких занятиях – исключить перенапряжение мышц, потому что упражнения на* ***трицепс*** *повышают риск растяжения связок и повреждения локтевого сустава. Стремитесь не к высокой скорости исполнения, а к правильной технике* [22]. Субстантивация прилагательного «в рассмотренных языках становится неотъемлемой частью медицинской терминологии в процессе коммуникации благодаря стремлению терминологии к языковой экономии» [10, с. 24]. Как видно из вышеизложенного, медицинский термин формируется с помощью различных способов словообразования, обладает особыми структурными и семантическими характеристиками.

Термины – особые единицы в лексическом составе языка. Разделяя два полюса сознания – научное и обыденное, они «являются границей, которою мышление самоопределяется, а потому и самоосознается» [21, с. 226]. Поскольку наука находится в постоянном развитии, можно сказать, что термин – «компонент динамической модели языка, … сочетающей в себе стабильную знаковую систему и ее постоянное переосмысление» [4, с. 15], при этом

термин, «как когнитивная единица, отражает упорядочение специального медицинского знания» [17, с. 244-251]. Кроме того, данная «динамичная лексическая единица, создающаяся для обозначения специальных понятий, обладает рядом функций: номинативной, дефинитивной (представляет собой «средство логического определения» [8, с. 20]), информационной (информационно-коммуникативной), коммуникативной (передает знания), ориентирующей (формирует направление мышления), эвристической (открывает новое знание), когнитивной (отражает познавательный опыт конкретного сообщества людей), дидактической (объяснительной, педагогической, учебной), прагматической, также термин «участвует в прогрессе науки и возвышении человека» [22, с. 54].

Нужно заметить, что термины используются не только в коммуникации между специалистами, но и между пациентом и врачом. В коммуникации врача и пациента врач выбирает языковые единицы в соответствии со сферой его деятельности [9, с. 17].

Задача врача – передать пациенту информацию о состоянии его здоровья, назначении лекарств и рекомендациях простым и доступным языком. Взаимоотношения с коллегами предполагают точную передачу медицинских фактов, отчетливое описание наблюдаемых симптомов и обсуждение хода лечения.

Эффективность коммуникации обеспечивается использованием набора терминов, понятных коллегам и пациентам. Не менее важна этичность обращения с медицинской терминологией, соблюдение конфиденциальности и уважения чувств пациента.

Нам представляется интересным выяснить, какие функции выполняет термин в коммуникативном пространстве врач – пациент. Мы проанализировали скрипты бесед и выявили, что, помимо вышеуказанных, термину присущи следующие функции:

1. Метонимический перенос.

– Скажите, пожалуйста, натощак сахар 7,5, а после еды в течение дня почему-то понижается до 6,5. С чем это может быть связано? Мой сын на диете и принимает Форсига 10 мг утром, Глюкофаж 2000 вечером. Диагноз ***Диабет*** *второго типа был поставлен 2 недели назад, 42 года.*

– Здравствуйте. Снижение для ***диабетика*** *нормальное от лекарств и выработки собственного инсулина уровень сахара снижается. Посмотрите на регуляцию уровня глюкозы в организме* [20][1].

Название заболевания *диабет* перешло в данном примере в обозначение человека, страдающего этим заболеванием. При этом говорящий выбрал компактный вариант – вместо полного словосочетания «человек, страдающий сахарным диабетом» или «пациент с сахарным диабетом» используется более краткое и общепринятое слово *диабетик*.

2. Метафорический перенос

– Здравствуйте. ***Я – аллергия****. Болею аллергией с трех лет. Я обеспокоена тем, что не знаю, есть ли у меня аллергия на какой-либо вид наркоза. Существует ли специальный анализ и дорогой ли он?*

– Препараты для наркоза могут применяться только во время наркоза, поэтому проверить не удастся. Сообщите об аллергии анестезиологу, до этого возьмите справку у аллерголога и идите на операцию – анестезиолог в нашей стране является и реаниматологом, в случае чего он знает, что делать и как справиться с любой аллергией. Для этого все лекарства у них всегда с собой.

– Огромное спасибо за ваш ответ [20][2].

[1] URL: https://meduniver.com/forum/index.php?showtopic=20322.

[2] URL: https://meduniver.com/forum/index.php?showtopic=20600.

Пациент использует термин *аллергия* в метафорическом, переносном значении. В данном контексте лексическая единица *аллергия* выполняет функцию передачи сильного негативного отношения (эмоциональная окраска) пациента к заболеванию. Через метафору человек показывает отторжение, ставя себя в ту же позицию, что и тело, реагирующее на аллерген. Нам кажется, что намеренное преувеличение степени своей неприязни подчеркивает, насколько пациент устал от данного состояния.

Еще один пример метафорического переноса был выявлен в следующем скрипте:

– Здравствуйте. Моя проблема в ближайшие дни может решиться сама, поэтому я не тороплюсь бежать в клинику, допустим, делать узи. А все-таки интересно, как так может быть. И вдруг стоит обратиться. … Я съела орешек со сгущенкой, и меня ***накрыла изжога****. Причем у меня изжоги обычно не бывает, не моя* ***болячка****. Ладно, думаю, тут такой нервный период на работе выдался... Почти 2 дня она меня мучила. …*

– Здравствуйте. По описанию у вас синдром раздраженного кишечника [20][1].

Слово *болячка* – «небольшая незаживающая ранка, язвочка» [15, с. 53] – метафорически переносится на внутреннее недомогание. Использование лексической единицы *болячка* вместо *болезни* или *проблемы со здоровьем* придает фразе более неформальный, ироничный или даже пренебрежительный оттенок по отношению к самому заболеванию. При этом пациент уменьшает её серьёзность.

Также сам медицинский термин может использоваться в его прямой номинативной функции, обозначая физиологическое состояние или симптом, но в сочетании с глаголом в переносном, метафорическом значении. В предложении «Я съела орешек со сгущенкой, и меня *накрыла изжога*» глагол описывает *динамику*, *интенсивность* (ощущение изжоги было сильным, интенсивным и полностью завладело вниманием человека, как будто «покрыло» его), *внезапность* (возникла быстро, без предварительных признаков) и *негативное воздействие* этого явления на человека. В данном примере «метафора выполняет функцию оператора, “извлекающего” значение термина из обыденного лексикона» [16, с. 201–208] и помогающего пациенту объяснить свое состояние.

В качестве другого примера использования метафоры может служить следующий скрипт:

– Здравствуйте, помощь нужна моей сестре 35 лет! Не могут поставить диагноз! Невропатолог в заключении утверждает, что неврологические изменения вторичны, «не стоит терять время», надо искать причину! По анализу крови растет гемоглобин, эритроциты, лейкоциты то в верх, то вниз…[][2]. Здесь метафора означат не буквальную потерю физической энергии, а бессмысленную трату времени, нервов.

Медицинская терминология представляет собой уникальный феномен в структуре языка, характеризуемый целым рядом отличительных свойств и явлений, выделяющих её среди других отраслей специальной лексики. Её развитие обусловлено постоянным совершенствованием медицинских знаний, инновационными технологиями и расширением сферы исследований.

Таким образом, исследование показало, что медицинская терминология отличается широким использованием заимствований из древних языков (латинский и греческий), что определяет высокую точность и универсальность её значений, высоким уровнем международной распространенности, особой

[1] URL: https://meduniver.com/forum/index.php?showtopic=21413.

[2] URL: https://forums.rusmedserv.com/showthread.php?p=2500069#post2500069.

структурой и функциями, необходимыми для эффективной передачи медицинских знаний и опыта. Она не только обеспечивает точность и однозначность коммуникации между специалистами, но и активно взаимодействует с бытовой лексикой, проникая в повседневную речь и обогащая её. Профессионально-языковая картина мира медика верифицирует тот факт, что терминология является ядром выражения профессионального знания и отражает специфику восприятия окружающей действительности специалистами.

Основные выводы проведенного исследования можно свести к следующим положениям: с точки зрения этимологического аспекта, большинство медицинских терминов имеют корни в классических (латинском и греческом) языках, что обеспечивает точность и универсальность их значения; в отношении способов словообразования широко применяются калькирование, префиксальная и суффиксальная деривация.

Семантической особенностью медицинской терминологии является чёткость, однозначность и точность формулировки понятий, что крайне важно для профессиональной коммуникации и диагностических целей.

Термины используются не только в коммуникации между специалистами, но и между пациентом и врачом, при этом к основным функциям термина добавляется дополнительные – метонимический и метафорический переносы, усиливающие эмоциональную вовлеченность пациента в диалог с врачом. Медицинская терминология приобрела интернациональный статус и стала основой для формирования новых терминов, что способствует ее адаптации к современным научным достижениям.

Список источников

1. Авербух К. Я. Терминологическая вариантность: терминологический и прикладной аспекты / К. Я. Авербух // Вопросы языкознания. – 1986. – № 6. – С. 38.

2. Акжигитов Г. Н. Большой англо-русский медицинский словарь / Г. Н. Акжигитов, Р. Г. Акжигитов. – Москва, 2005.

3. Алексеева Л. М. Медицинский дискурс: теоретические основы и принципы анализа / Л. М. Алексеева, С. Л. Мишланова. – Пермь : Пермский университет, 2002.

4. Азизова М. Х. Функционирование медицинских терминов в таджикском и английском языках (на материале названий болезней) / М. Х. Азизова. – Душанбе, 2016.

5. Багана Ж., Величкова С.М. Проблемы медицинской терминологии (на материале немецкого языка) // Вестник РУДН. Сер.: Лингвистика. – 2013. – № 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-meditsinskoy-terminologii-na-materiale-nemetskogo-yazyka.

6. Величкова С. М. Структурно-семантические особенности медицинской лексики (на материале немецкого языка) / С. М. Величкова, Е. Н. Таранова // Научные ведомости. Сер.: Гуманитарные науки. – 2012. – № 18 (137), вып. 15. – С. 47–54.

7. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове / В. В. Виноградов. – Москва : Русский язык, 2001.

8. Гагарина Е. Ю. Коммуникативное поведение языковой личности виртуального врача в медицинском интернет-форуме / Е. Ю. Гагарина. – Москва, 2016. – С. 17.

9. Гречухина З. Р. Субстантивация прилагательного в медицинской терминологии (на материале латинского и французского языков) / З. Р. Гречухина // Лингвистика и образование. – 2022. – Т. 2б № 1 (5). – С. 19–27.

10. Гречухина З. Р. Словообразовательный потенциал лексем периода пандемии COVID-19 / З. Р. Гречухина // Термины в коммуникативном пространстве / отв. ред. С. И. Маджаева. – Астрахань : Астраханский гос. мед. ун-т, 2024. – С. 39–47.

11. Гущина Л. Н. Особенности языка медицины / Л. Н. Гущина // Учебный процесс. Журнал Гродненского государственного медицинского университета. – 2005. – № 1. – С. 105–107.

12. Киселева Л. А. Терминологическая репрезентация профессионально-языковой картины мира врача в немецком языке: на примере предметной области медицины «акушерство и гинекология» / Л. А. Киселева. – Астрахань, 2018.

13. Киселева Л. А. Взаимосвязь обыденного и научного знаний в профессионально-языковой картине мира специалиста-медика / Л. А. Киселева, С. И. Маджаева, Т. В. Лукоянова // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2025. – № 44 (3). – С. 558–567.

14. Литвицкий П. Ф. Патология / П. Ф. Литвицкий // Большая российская энциклопедия. – URL: https://bigenc.ru/c/patologiia-f4c00f/?v=9083758.

15. Литусов Н. В. Бактериофаги / Н. В. Литусов. – Екатеринбург : Уральский гос. мед. ун-т, 2012.

16. Лукоянова Т. В. Метафоры-термины в подсистеме «хирургический инструментарий» в немецком языке / Т. В. Лукоянова // Когнитивные исследования языка. – Москва : Ин-т языкознания РАН ; Тамбов : Тамбовский гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2015. – Вып. 20: От когнитивной лингвистики к когнитивному терминоведению / отв. ред. вып. Л. А. Манерко. – С. 401–408.

17. Лукоянова Т. В. Медицинский термин как когнитивная единица, отражающая упорядочение специального знания / Т. В. Лукоянова // Термины в коммуникативном пространстве. – Астрахань : Астраханский гос. мед. ун-т, 2018. – С. 244–251. – URL: item.asp?id=35628334.

18. Маджаева С. И. Особенности педиатрического дискурса / С. И. Маджаева, О. А. Башкина, З. Р. Гречухина // Вопросы современной лингвистики. – 2024. – № 1. – С. 65–80.

19. Маджаева С. И. К вопросу о функционировании терминов в медицинском дискурсе / С. И. Маджаева // Гуманитарные исследования. – 2014. – № 4. – С. 20–23.

20. Медицинский портал (сайт) «Медицинская консультация» MedUniver.com. – URL: https://meduniver.com/forum/.

21. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов. – Изд. 3-е, стереотип. – Москва : АЗЪ, 1996.

22. Топ-10 упражнений для рук: рекомендации фитнес-тренера // Спорт-экспресс. – URL: https://www.sport-express.ru/zozh/reviews/kak-nakachat-ruki-doma-top-uprazhneniy-na-biceps-i-triceps-kotorye-mozhno-vypolnyat-doma-kak-izbezhat-travm-vo-vremya-trenirovok-1834885/.

23. Шаховский В. И. Лингвистика – базовая наука всех наук / В. И. Шаховский, В. И. Карасик // Методологические и мировоззренческие основы научно-исследовательской деятельности. Волгоград : Перемена, 1998. – С. 53–59.

References

1. Averbuh K. Ya. Terminological Variation: Terminological and Applied Aspects. *Voprosy yazykoznanija.* 1986;6:38.

2. Akzhigitov G. N., Akzhigitov R. G. *Bolshoy anglo-russkiy meditsinskiy slovar* = *Comprehensive English-Russian Medical Dictionary*. Moscow; 2005.

3. Alekseeva L. M., Mishlanova S. L. *Meditsinskiy diskurs: teoreticheskie osnovy i principy analiza* = *Theoretical Foundations and Principles of Analysis*. Perm: Perm University Press; 2002.

4. Azizova M. Kh. Funktsionirovanie meditsinskikh terminov v tadzhikskom i angliyskom yazykakh (na materiale nazvaniy bolezney) = Functioning of Medical Terms in the Tajik and English Languages (based on names of diseases). Dushanbe; 2016.

5. Bagana Zh., Velichkova S. M. Problems of Medical Terminology (based on the German Language). Vestnik RUDN. Seriya “Lingvistika” = RUDN University Bulletin. Series “Linguistics”. 2013;2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-meditsinskoy-terminologii-na-materiale-nemetskogo-yazyka.

6. Velichkova S. M., Taranova E. N. Structural and Semantic Features of Medical Lexicon (based on the German Language). Nauchnye vedomosti. Seriya “Gumanitarnye nauki” = Scientific News.Series “Humanitarian Sciences”. 2012;18(137),15:47–54.

7. Vinogradov V. V. Russkiy yazyk. Grammaticheskoe uchenie o slove = Russian Language.Grammatical Theory of the Word. Moscow: Russkiy yazyk; 2001.

8. Gagarina E. Yu. Kommunikativnoe povedenie yazykovoy lichnosti virtualnogo vracha v meditsinskom internet-forume = Communicative behavior of the linguistic personality of a virtual doctor in a medical online forum. Moscow; 2016:17.

9. Grechukhina Z. R. Substantivation of the adjective in medical terminology (on examples from Latin, French and Russian languages). *Lingvistika i obrazovanie = Linguistics & education.* 2022;2,1(5):19–27.

10. Grechuhina Z. R. Word-formation potential of lexemes of the COVID-19 pandemic. *Terminy v kommunikativnom prostranstve = Terms in the communicative space*. Astrakhan: Astrakhan State Medical University; 2024:39–47.

11. Gushhina L. N. Features of the language of medicine. Uchebnyy protsess. *Zhurnal Grodnenskogo gosudarstvennogo meditsinskogo universiteta* = Educational process. Journal of Grodno State Medical University. 2005;1:105–107.

12. Kiseleva L. A. Terminologicheskaya reprezentatsiya professionalno-yazykovoy kartiny mira vracha v nemeckom jazyke: na primere predmetnoy oblasti meditsiny “akusherstvo i ginekologiya” = Terminological representation of the professional-linguistic picture of the world of a doctor in German: on the example of the subject area of medicine “obstetrics and gynecology”. Astrakhan; 2018.

13. Kiseleva L. A., Madzhaeva S. I., Lukojanova T. V. Relationship of everyday and scientific knowledge in the professional language world view of a medical specialist. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniya = Issues in Journalism, Education, Linguistics*. 2025;44(3):558–567.

14. Litvitskiy P. F. Pathology. *Bolshaya rossiyskaya entsiklopediya = The Great Russian Encyclopedia.* URL: https://bigenc.ru/c/patologiia-f4c00f/?v=9083758.

15. Litusov N. V. *Bakteriofagi = Bacteriophages*. Yekaterinburg: Ural State Medical University; 2012.

16. Lukoyanova T. V. The metaphor-terms in the field “surgical instruments” in German language. *Kognitivnye issledovaniya yazyka = Cognitive studies of language*. Moscow: Institute of Linguistics of RAS; Tambov: Tambov State University named after G. R. Derzhavin; 2015;22:401–408.

17. Lukoyanova T. V. Medical term as a cognitive unit reflecting the order of special knowledge. *Terminy v kommunikativnom prostranstve = Terms in the communicative space.* Astrakhan: Astrakhan State Medical University; 2018:244–251. URL: item.asp?id=35628334.

18. Madzhaeva S. I., Bashkina O. A., Grechuhina Z. R. Peculiarities of Pediatric Discourse. *Voprosy sovremennoy lingvistiki = Issues of Modern Linguistics*. 2024;1:65–80.

19. Madzhaeva S. I. On the question terms functioning in Medical Discourse. *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian Studies*. 2014;4:20–23.

20. Medical portal (website) “Medical Consultation” MedUniver.com. URL: https://meduniver.com/forum/.

21. Ozhegov S. I. *Tolkovyy slovar russkogo yazyka = Explanatory Dictionary of the Russian Language.* Moscow: AZ; 1996.

22. Top 10 exercises for arms: recommendations from a fitness trainer. *Sport-express*. URL: https://www.sport-express.ru/zozh/reviews/kak-nakachat-ruki-doma-top-uprazhneniy-na-biceps-i-triceps-kotorye-mozhno-vypolnyat-doma-kak-izbezhat-travm-vo-vremya-trenirovok-1834885/.

23. Shakhovskiy V. I., Karasik V. I. Linguistics – the basic science of all sciences. Metodologicheskie i mirovozzrencheskie osnovy nauchno-issledovatelskoy deyatelnosti = Methodological and ideological foundations of scientific research activity. Volgograd: Peremena;1998:53–59.

Информация об авторах

Л. А. Киселева – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных и латинского языков;

Т. В. Лукоянова – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных и латинского языков;

З. Р. Гречухина – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных и латинского языков.

Information about the authors

L. A. Kiseleva – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign and Latin Languages;
T. V. Lukoyanova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign and Latin Languages;
Z. R. Grechukhina – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign and Latin Languages.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 12.05.2026; одобрена после рецензирования 16.06.2026; принята к публикации 23.06.2026.

The article was submitted 12.05.2026; approved after reviewing 16.06.2026; accepted for publication 23.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 61–70.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):61–70.

Научная статья
УДК 81’272’38

РЕЧЕВОЙ ЖАНР «УЛЬТИМАТУМ» В ОБИХОДНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Поршнева Надежда Викторовна
Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия, nadyakypr@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению речевого жанра «ультиматум» в англоязычном обиходном дискурсе. Актуальность исследования обусловлена, с одной стороны, частотностью употребления ультимативных высказываний в повседневном общении, а с другой стороны – их недостаточной изученностью с лингвистической точки зрения. Материалом исследования послужили 100 ультиматумов на английском языке, взятые методом сплошной выборки из картотеки записей устной речи, составленной автором. Утверждается, что обязательными речевыми актами в составе ультиматума являются требование и угроза. Прототипная дискурсивная формула ультиматума включает в себя эксплицитный перформатив “give an ultimatum” (прямой способ выражения), однако обиходные ультиматумы обычно выражаются косвенно. Выделяются четыре вида ультиматума в англоязычном обиходном дискурсе: ультиматум-требование, ультиматум-условие, ультиматум-предупреждение, ультиматум-предложение. Установлено, что все они имеют определенные средства манифестации: первый выражается повелительными предложениями или средствами модальности долженствования; второй – синтаксическими конструкциями с разделительной, разделительно-следственной или условной типами связи; третий – условными предложениями, в главной части которых актуализируется предупреждающая информация; четвертый – директивным речевым актом «предложение». Обиходные ультиматумы обладают эмоциональностью и категоричностью. Эмоциональность им придают слова с негативной коннотацией и стилистические средства (эпитеты, метафоры, фразеологизмы, инверсия, повторы, восклицательные предложения и др.). Категоричность достигается с помощью модальных средств со значением долженствования и необходимости, императивных конструкций и лексических единиц, указывающих на срочность выполнения ультимативных требований. Адресантом ультиматума выступает человек, осознающий свое статусное или коммуникативное преимущество перед адресатом. Результаты исследования показали, что наиболее распространенными в обиходном дискурсе являются ультиматумы между супругами и между родителями и детьми.

Ключевые слова: обиходный / бытовой дискурс, речевой жанр, ультиматум, требование, угроза, речевой акт, эмоциональность, категоричность

Для цитирования: Поршнева Н. В. Речевой жанр «ультиматум» в обиходном дискурсе (на материале английского языка) // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 61–70.

© Поршнева Н. В., 2026

Original article

THE SPEECH GENRE "ULTIMATUM" IN EVERYDAY DISCOURSE (BASED ON THE ENGLISH LANGUAGE)

Nadezhda V. Porshneva
Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia, nadyakypr@mail.ru

Abstract. This article examines the speech genre of ultimatum in everyday English discourse. The relevance of the study stems from the frequency of ultimatums in everyday communication and the lack of linguistic research on them. The material consists of 100 ultimatums in English, sampled from a card index of oral speech recordings compiled by the author. It is stated that the obligatory speech acts in an ultimatum are a demand and a threat. The prototypical discursive formula of an ultimatum includes the explicit performative "give an ultimatum" (direct mode of expression), but everyday ultimatums are usually expressed indirectly. Four types of ultimatums are distinguished in everyday English discourse: ultimatum-demand, ultimatum-condition, ultimatum-warning, and ultimatum-offer. It has been established that all of them have specific means of manifestation: the first is expressed by imperative sentences or means of the modality of obligation; the second – by syntactic constructions with disjunctive, disjunctive-consequential, or conditional types of connection; the third – by conditional sentences, in the main clause of which warning information is actualized; the fourth – by the directive speech act of "offer". Everyday ultimatums are emotional and categorical. Emotionality is imparted to them by words with negative connotations and stylistic devices (epithets, metaphors, phraseological units, inversion, repetition, exclamatory sentences, etc.). Categoricality is achieved through modal means with the meaning of obligation and necessity, imperative constructions and lexical units indicating the urgency of fulfilling ultimatum demands. The addresser of an ultimatum is a person who recognizes their status or communicative advantage over the recipient. The results of the study showed that the most common ultimatums in everyday discourse are between spouses and between parents and children.

Keywords: everyday discourse, speech genre, ultimatum, demand, threat, speech act, emotionality, categoricality

For citation: Porshneva N. V. The speech genre "ultimatum" in everyday discourse (based on the English language). *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):61–70 (In Russ.).

Обиходный, или бытовой, дискурс сопровождает человека на протяжении всей его жизни и предполагает сокращенную дистанцию общения между людьми, выступающими не в институциональных ролях, а в тех, которые им отводятся в силу обстоятельств в повседневной коммуникации. Обиходный дискурс обеспечивает обмен информацией, служит средством выражения эмоций и формирования социальных связей. В его структуре отражаются культурные и социальные нормы современного общества, а также процессы динамического развития языка в условиях реальной жизни. Исследование речевых жанров обиходного дискурса позволяет не только углубить понимание механизмов межличностного взаимодействия, но и выявить роль языка в формировании идентичности и социальной идентификации.

Обиходный дискурс представлен широким спектром речевых жанров [1–4; 8; 10]. Ультиматум является одним из малоизученных, хотя и частотных, жанров бытового общения [11]. Мы определяем речевой жанр «ультиматум» как тип высказывания, побуждающий адресата осуществить краткосрочный выбор из двух невыгодных для него вариантов поведения, из которых второй представляется наименее выгодным, будучи наказанием за невыполнение действия, каузируемого адресантом.

Поскольку ультиматум предписывает адресату определенную линию поведения, он относится к императивным речевым жанрам, «служащим средством реализации функционально-семантической категории императивности, которая объединяет в своем содержании инвариантные значения побуждения

и волеизъявления и предполагает их прямое и косвенное выражение с помощью языковых средств эксплицитной и имплицитной манифестации» [12, с. 66]. Коммуникативная цель ультиматума как императивного речевого жанра заключается в стремлении говорящего посредством своего высказывания вызвать осуществление каких-либо действий и поступков.

От других императивных жанров – приказа, просьбы, призыва, совета, предложения, запрета и др. – ультиматум отличается тем, что он реализуется в коммуникативно-прагматической ситуации конфликта. Конфликтная ситуация отражает коммуникативное прошлое ультиматума. Коммуникативное будущее ультиматума в обиходном дискурсе сводится к нескольким вариантам реакции адресата:

1) адресат принимает ультиматум и идет на уступку (в таком случае предполагается, что конфликт разрешен);

2) адресат отказывается выполнять требование, и тогда адресант либо осуществляет угрозу, усугубляя конфликт, либо никак не реагирует и продолжает выдвигать другие ультимативные требования;

3) адресат не реагирует на выдвинутый ультиматум, что побуждает адресанта к действию;

4) адресат выдвигает встречный ультиматум, что ведет либо к обострению конфликта, либо к его затуханию;

5) адресат предлагает найти компромиссное решение.

В соответствии со структурными характеристиками ультиматум относится к сложным речевым жанрам, поскольку он включает в себя два обязательных речевых акта – требование и угрозу. Требование по своей иллокутивной силе является прескриптивным речевым актом, предполагающим, что адресат зависит от воли адресанта, последний считает его исполнение целесообразным, а отношение адресата к исполнению требования неизвестно. Субъект требования занимает приоритетную позицию в акте коммуникации, однако требование не является облигаторным действием, что отражено в его семантической модели, выведенной нами: требование = хочу, чтобы ты сделал *X*; говорю это, потому что считаю, что ты должен сделать *X*; не знаю, сделаешь ли ты X, потому что ты ***не обязан*** делать то, что я хочу.

Другой обязательный речевой акт в составе ультиматума – угроза – декларирует возможные последствия, способные доставить адресату эмоциональный дискомфорт, и косвенно побуждает его к совершению определенных действий или отказу от них [7, с. 5].

Дополнительными речевыми актами в структуре обиходного ультиматума могут быть следующие:

- упрек: *You always find fault with me and never consider yourself responsible: If you don't start taking responsibility for your actions, I will have no choice but to end this relationship* [5] */ Ты всегда придираешься ко мне и никогда не считаешь себя ответственным. Если ты не начнешь брать на себя ответственность за свои поступки, у меня не останется другого выбора, кроме как разорвать эти отношения;*
- инвектива: *If you don't stop ignoring me, I'm done with your bushwah and will walk away* [5] / *Если ты не перестанешь меня игнорировать, я больше не буду терпеть твою чушь собачью и уйду;*
- аргумент: *If you don't start contributing equally to the household chores, I will have to reconsider our living arrangements. I'm not obliged to be everyone's servant* [5] */ Если ты не начнёшь вносить равный вклад в домашние дела, мне придётся пересмотреть наши условия проживания. Я не обязана всем прислуживать;*
- совет: *If you don't apologize for what you said, I won't be able to trust you again. I advise you not to dismiss my words or take them as an empty threat* [5]*. / Если ты не извинишься за сказанное, я больше не смогу тебе доверять.*

Советую тебе не пренебрегать моими словами и не считать их пустой угрозой;

- *обещание: If you don't agree to go to therapy with me, I will not try to be understanding and patient with you anymore. I promise I will do it!* [5]. / Если ты не согласишься пойти со мной на терапию, я больше не буду пытаться проявлять понимание и терпение. Обещаю, я это сделаю!

Прототипной дискурсивной формулой ультиматума в английском языке является следующая: *"I give you an ultimatum: either you do X or I do Y"*, где *X* и *Y* – два разных действия. Ультиматум, выраженный с помощью этой формулы, представляет собой эксплицитный перформатив, т. е. высказывание, не только называющее действие, но и выполняющее это действие (пример 1):

1. *When you arrive, I will* ***give you an ultimatum****:* ***either*** *you withdraw the lawsuit,* ***or*** *I will file a counterclaim* [5]. / *Когда ты приедешь, я предъявлю тебе ультиматум: либо ты отзовешь иск в суд, либо я подам встречный иск.*

Однако, как показал анализ примеров на английском языке, в обиходном дискурсе ультиматумы редко манифестируются прямым способом (6 % в изученном корпусе примеров). Обычно ультиматумы выражаются косвенно (без использования лексемы "ultimatum"), а именно с помощью имплицитных или транспонированных перформативов (94 % примеров):

2. *Give me the attention I deserve, or I'll find someone who will* [5]. / *Уделяй мне должное внимание, иначе я найду того, кто будет это делать вместо тебя.*

Требование в примере 2 выражено повелительным предложением – одним из средств манифестации прямой имплицитной императивности [12, с. 63], поэтому можно сказать, что ультиматум в данном случае объективирован имплицитным перформативом.

3. *You can be sure that I will give you a hard time if you don't solve this problem tomorrow* [5]. / *Можешь не сомневаться, что я устрою тебе «веселую» жизнь, если ты завтра же не решишь эту проблему.*

В примере 3 отсутствует предикат, обозначающий ультимативное действие, а грамматическая структура предложения – антецедентно-консеквентная синтаксическая конструкция – соответствует форме угрозы [6, с. 4]. Такой ультиматум мы относим к транспонированным перформативам.

В толковых словарях английского языка значение слова "ultimatum" определяется как «последнее предложение / условие / требование / предупреждение, отклонение которого повлечет за собой отказ от переговоров и применение силы или других действий, нежелательных для той стороны, которой адресован ультиматум: "a final proposition, condition, or demand especially one whose rejection will end negotiations and cause a resort to force or other direct action"; "a final warning to a person or country that if they do not do what they ask, you will use force or take action against them" [13; 14].

Опираясь на данные словарные дефиниции, а также на результаты анализа фактического материала, мы выделили следующие виды ультиматума в англоязычной речевой культуре:

- ***Ультиматум-требование,*** выраженный повелительными предложениями либо предложениями с модальностью долженствования:

4. ***Find*** *a therapist for our couple urgently, or I'm filing for divorce* [5]*. / Срочно найди психотерапевта для нашей пары, или я подаю на развод!*

5. *You* ***must*** *learn to manage your anger, or I'm packing my bags* [5]. */ Ты должна научиться контролировать свой гнев, иначе я соберу чемоданы.*

Ультимативное высказывание в примере 4, объективированное повелительным предложением, принадлежит женщине, которая адресует его своему супругу. Ультиматум в примере 5 выражен с помощью модального глагола "must" в значении долженствования. Отметим, что в данном значении глагол

“must” относится к средствам манифестации дебитивной модальности (от лат. *debitum* – «обязанность, долженствование») [9, с. 69].

- ***Ультиматум-условие***, объективированный с помощью синтаксических конструкций с такими видами синтаксической связи, как дизъюнктивная (разделительная), дизъюнктивно-консеквентная (разделительно-следственная) либо антецедентно-консеквентная (условная):

6. ***Either*** *we’re engaged by September,* ***or*** *we’re done* [5]. / Либо мы обручимся к сентябрю, либо всё кончено.

7. ***Either*** *you marry me immediately* ***and*** *we go on a honeymoon,* ***or*** *I stop wasting my time on you* [5]. / Либо ты на мне немедленно женишься и мы едем в свадебное путешествие, либо я перестаю тратить на тебя свое время.

(8) ***If*** *you don’t quit gambling, I will leave you* [5]. / *Если ты не бросишь играть в азартные игры, то я тебя брошу.*

Все три ультиматума в приведенных примерах принадлежат женщинам, ставящим определенные условия своим мужчинам. В примере 6 используется дизъюнктивная синтаксическая конструкция, в примере 7 – дизъюнктивно-консеквентная, в примере 8 – антецедентно-консеквентная.

- **Ультиматум-предупреждение** соответствует предложению с условным придаточным, в главной части которого адресант дает предупреждающую информацию о чем-то неприятном для адресата, что исходит от адресанта и обязательно вызовет у собеседника чувство напряжения или страха (пример 9):

9. *You* ***might*** *get into trouble if you continue to lie* [5]. / *Ты можешь столкнуться с неприятностями, если будешь продолжать врать.*

- ***Ультиматум-предложение*** передает директивную интенцию, поскольку речевой акт «предложение» относится к директивным высказываниям (пример 10):

10. *I* ***suggest*** *you pull yourself together right now, otherwise there will be no engagement* [5]. / *Предлагаю тебе взять себя в руки сейчас же, иначе никакой помолвки не будет.*

Субъектом ультиматума выступает человек, который осознает свое статусное или коммуникативное преимущество перед собеседником. В обиходном дискурсе мы выявили ультиматумы между супругами или мужчинами и женщинами, находящимися в любовных отношениях:

11. *Either you find a common language with my friends, or I stop communicating with yours* [5]. / *Либо ты находишь общий язык с моими друзьями, либо я перестаю общаться с твоими.*

Ультиматум в примере 11 касается внутрисемейных отношений и предъявляется мужем жене, но аналогичные ультиматумы также ставят жены, адресуя их мужьям. Внутри семьи в ультиматумах между супругами требования затрагивают бытовые дела (приготовление еды, ремонт, уборку в квартире и др.), финансовые расходы, род деятельности, супружеские отношения, отношения с детьми, родителями супругов, друзьями, коллегами. Кроме этого, могут выдвигаться требования психологического характера. Приведем примеры:

12. *You must find another job. Otherwise, I will have to speak to your boss. I can’t stand it anymore. You only work… And those colleagues of yours… Why are they always flirting with you?* [5]. / *Ты должен найти другую работу, иначе мне придется поговорить с твоим начальником. Не могу больше это терпеть. Ты постоянно работаешь… А эти твои коллеги? Почему они все время с тобой заигрывают?*

В примере 12 предметом требования в ультиматуме жены, адресованном ее мужу, является его род деятельности: жену не устраивает то, что мужчина посвящает все свое время работе, а также то, что его коллеги-женщины флиртуют с ним.

13. ***Stop trying to change me****, or I'm not your wife anymore* [5]. / *Перестань пытаться меня изменить, или я тебе больше не жена.*

В примере 13 жена выдвигает ультиматум мужу, поскольку это представляется ей единственным способом решения психологической проблемы – постоянных попыток супруга повлиять на нее так, чтобы она поменялась и стала такой, какой он хочет ее видеть

Угроза в ультиматумах между супругами состоит в ухудшении, ограничении или прекращении отношений, как в вышеописанных примерах 11 и 13, а также в различных запретах и принудительных действиях (примеры 14 и 15):

14. *Pay me the full amount, or* ***you will never see your children again****!* [5]. / *Выплати мне всю сумму – либо ты больше не увидишь детей!*

15. *Either you don't drink anymore, or* ***I'll put you in a clinic****!* [5]. / *Либо ты больше не пьешь, либо я тебя помещаю в клинику!*

Следующая коммуникативная пара, в которой актуализируется ультиматум, – «родители – дети». Как правило, субъектами являются родители, выдвигая требования о подчинении и угрожая разрывом отношений, запретами или другим наказанием:

16. *Either you stop playing video games from morning till night, or you won't get any more money from me and dad* [5]. / *Либо ты перестаешь играть в видеоигры с утра до ночи, либо больше не получишь денег от нас с папой*.

В данном ультиматуме, поставленном родителями своему сыну-подростку, требование состоит в сокращении времени, которое тот тратит на компьютерные игры. В качестве наказания за невыполнение требования звучит распространенная среди родителей угроза – финансовое ограничение. Фразеологическое выражение “from morning till night”, с одной стороны, передает раздражение родителей, а с другой – обосновывает их требование: родители не могут смириться с тем, что сын нецелесообразно тратит время.

Дети тоже ставят ультиматумы родителям, однако это расценивается последними как нарушение иерархии и норм вежливости:

17. *Stop lecturing me! I'm an adult now and can decide for myself what college to attend. Either you accept my choice, or I'm leaving home and starting a life on my own* [5]. / *Хватит читать мне нотации! Я уже взрослая и сама могу решать, в какой вуз поступать. Либо вы смиритесь с моим выбором, либо я ухожу из дома и начинаю жить самостоятельно.*

Дочь, ставящая ультиматум своим родителям в примере 17, выдвигает требование – позволить ей самой осуществить выбор вуза. Приведенная аргументация (“I’m an adult”, “I can decide for myself”) смягчает тон требования.

Речевой жанр «ультиматум» в обиходном дискурсе обладает такими коммуникативными характеристиками, как эмоциональность и категоричность. Самым распространенным средством создания эмоциональной окраски является лексика с негативной коннотацией, передающая отрицательное отношение адресанта к предмету ультиматума:

18. *Either you are off the* ***booze*** *or you may forget about me!* [5]. / *Откажись от пьянок, или можешь забыть обо мне!*

Адресантом ультиматума в примере 18 является женщина. Использование в ультиматуме лексемы “booze”, обозначающей чрезмерное употребление алкоголя (“excessive drinking”), передает сильные отрицательные эмоции женщины, вызванные алкоголизмом ее мужа: раздражение, злость, отчаяние.

К другим эмотивным средствам обиходных ультиматумов относятся стилистические средства: эпитеты, метафоры, фразеологические выражения, гиперболы, сравнения; инверсия, эмфаза, повторы, восклицательные предложения, апозиопезис и др. Рассмотрим некоторые примеры:

19. *If you don’t stop* ***smoking like a chimney****, I’ll tell dad about it* [5]. / *Если ты не перестанешь курить как паровоз, я расскажу об этом папе.*

Пример 19 – ультиматум, поставленный девушкой-подростком ее брату. Фразеологизм “smoke like a chimney” не только передает эмоциональную оценочность, но и создает образность.

20. *If you tell me again that the neighbors have a better garden than mine,* ***I'll...*** *well, you get the idea* [5]. / *Если ты мне еще раз скажешь, что у соседей сад лучше, чем у меня, я... ну, ты понял.*

В примере 20 угроза жены в адрес мужа не сформулирована из-за приема апозиопезиса, который делает ультиматум эмоционально насыщенным, однако можно предположить, что адресат понимает, какие последствия могут его ожидать в случае невыполнения условия ультиматума.

Категоричными обиходные ультиматумы в англоязычной речевой культуре делают средства дебитивной модальности долженствования или необходимости, о которой упоминалось ранее, и императивные конструкции:

21. *You* ***have to*** *stay, or our relationship is over. I'm not kidding* [5]. / *Ты должен остаться, или с нашими отношениями покончено. Я не шучу.*

22. *You* ***must*** *solve this problem yourself, because it arose through your fault, otherwise we have nothing more to talk about. In short, we'll* ***have to*** *break up* [5]. / *Ты должна решить эту проблему сама, потому что она возникла по твоей вине, иначе нам больше не о чем разговаривать.*

В примере 21 выражена дебитивная модальность необходимости, о которой в ультимативной форме заявляет жена мужу. В примере 22, представляющем собой ультиматум мужа жене, объективированы два значения дебитивной модальности – долженствования и необходимости, что усиливает категоричность высказывания.

23. ***Come back*** *now, or you are no longer my daughter!* [5]. / *Вернись сейчас же, иначе ты больше не моя дочь!*

Категоричность ультиматумов, выраженных императивными конструкциями, обычно усиливается за счет восклицательной интонации, как в примере 23.

Категоричность обиходным ультиматумам также придают лексические средства, преимущественно наречия времени и образа действия, усилительные наречия (“very”, “at all”), прилагательные со значением полноты объема или количества (“absolute”, “total”, “complete”, “utter”) и их производные – наречия-интенсификаторы (“absolutely”, “totally”, “completely”, “utterly”), неопределенные, отрицательные и определительные местоимения (“everybody”, “everything”, “nobody”, “nothing”, “no”, “each”, “every”, “all”), индикаторы времени, указывающие на срочность выполнения ультимативных требований:

24. *By tomorrow you must return home or I will go to court* [5]. / *К завтрашнему дню ты должна вернуться домой, или я обращусь в суд.*

25. *Either all your friends stop telling lies all the time or I will be absolutely dishonest to you* [КЗУР]. / Либо твои друзья перестанут постоянно лгать, либо я буду с тобой абсолютно нечестен.

Ультиматум в обиходном дискурсе имеет формальное сходство с шантажом. Однако основное отличие нам видится в том, что шантаж по содержанию более деструктивен, нежели ультиматум:

26. *If you don't buy me a new car, I'll tell your boss how you stole his idea* [5]. / *Если ты не купишь мне новую машину, я расскажу твоему боссу о том, как ты украл его идею.*

Субъектом высказывания в приведенном примере является женщина, шантажирующая мужчину, с которым она находится в любовных отношениях. Наказанием за невыполнение ее требования может стать подрыв репутации мужчины или разрушение его профессиональной карьеры. С этой точки зрения данное высказывание стоит расценивать как шантаж. С другой стороны, женщина предоставляет выбор из двух альтернативных действий, что подходит под предложенное нами определение жанра ультиматума. Учитывая данный

факт, мы рассматриваем шантаж в обиходном дискурсе как манипулятивный прием ультиматума.

К другим приемам, оказывающим манипулятивное воздействие в ультимативном высказывании, относятся так называемый «вынужденный ультиматум» и прием психологического давления:

27. *If you don't stop gambling, I will have to tell your parents about your debts. I don't want to do this, but I'm fed up with your addiction* [5]. / *Если ты не перестанешь играть в азартные игры, мне придется рассказать родителям о твоих долгах. Я не хочу этого делать, но уже сыта по горло твоей зависимостью.*

В примере 27 используется прием «вынужденного ультиматума»: автор высказывания – женщина – в разговоре с мужем подчеркивает, что она не хочет прибегать к крайним мерам и рассказывать родителям мужа о его игромании, но она вынуждена будет это сделать, поскольку другие методы не помогают ей справиться с проблемой.

28. *How can I trust you now? You deceived me, you betrayed me again! If you don't swear to me right now that you'll leave her, I'm taking the children and divorcing you* [5]. / *Как я могу тебе теперь доверять? Ты обманул меня, ты меня снова предал! Если ты мне сейчас же не поклянешься, что бросишь ее, я забираю детей и развожусь с тобой.*

В примере 28 женщина использует прием психологического давления, пытаясь вызвать у мужа, который ей изменяет, угрызения совести, показывая свою обиду и косвенно апеллируя к его отцовским чувствам.

Итак, ультиматум является императивным речевым жанром, коммуникативная цель которого заключается в стремлении говорящего вызвать осуществление каких-либо действий и поступков. Ультиматум реализуется в коммуникативно-прагматической ситуации конфликта, что отличает его от других императивных жанров. В обиходном дискурсе возможны такие реакции адресата на ультиматум, как его принятие, отказ от выполнения требования, игнорирование ультиматума, встречный ультиматум, предложение о компромиссе. Обязательными составляющими ультиматума являются речевые акты требования и угрозы. Дополнительными речевыми актами в составе ультиматума могут быть упрек, инвектива, аргумент, совет, обещание.

Ультиматум в англоязычном обиходном дискурсе проявляется в таких видах, как ультиматум-требование, ультиматум-условие, ультиматум-предупреждение, ультиматум-предложение. Обиходные ультиматумы допускают прямое выражение в форме эксплицитного перформатива, однако обычно они манифестированы косвенно – имплицитными или транспонированными перформативами. Наиболее распространенными являются ультиматумы между супругами, а также между родителями и детьми. Требования в них затрагивают бытовые дела, финансовые расходы, род деятельности, супружеские отношения и т. п.; угроза состоит в ухудшении, ограничении, прекращении отношений, в запретах и принудительных действиях. В обиходных ультиматумах могут использоваться приемы манипуляции: шантаж, «вынужденный ультиматум», психологическое давление: шантаж близок ультиматуму по форме, но его содержание более деструктивно; в «вынужденном ультиматуме» адресант показывает, что не желает выдвигать никаких требований и условий, но делает это против воли, под влиянием обстоятельств; с помощью приема психологического давления адресант вызывает у адресата чувство вины и таким образом подталкивает его к выполнению своих требований.

Список источников

1. Горбачева Е. Н. Раскаяние как перформативный речевой жанр / Е. Н. Горбачева / Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Сер. Филологические науки. – 2014. – № 7 (92). – С. 38–41.

2. Дементьев В. В. Теория речевых жанров / В. В. Дементьев. – Москва : Знак, 2010. – 600 с. – (Коммуникативные стратегии культуры).

3. Ермакова О. П. Функции согласия и несогласия в дружеской беседе (психолого-лингвистические заметки) / О. П. Ермакова // Жанры речи. – 2018. – № 1 (17). – С. 60–66.

4. Карасик В. И. Речежанровые характеристики бытовых примет / В. И. Карасик // Жанры речи. – 2025. – Т. 20, № 1 (45). – С. 41–50.

5. Картотека записей устной речи.

6. Новоселова О. В. Функционально-семантическая характеристика дискурсивных практик со значением угрозы в английском языке / О. В. Новоселова. – Тверь, 2013. – 22 с.

7. Романов А. А. Дискурс угрозы в социальной интеракции (функционально-семантический анализ) / А. А. Романов, О. В. Новоселова. – Москва : Ин-т языкознания РАН; Тверь : Тверрская гос. с.-х. акад., 2013. – 168 с.

8. Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации / К. Ф. Седов // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – Москва : Лабиринт, 2007. – С. 7–38.

9. Талипова Ф. Р. Дебитивное долженствование и способы его выражения в английском языке / Ф. Р. Талипова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 6 (48), ч. 4. – С. 68–70.

10. Шеховцева Е. Н. Презентационный потенциал стратегий перформативности в обиходном дискурсе / Е. Н. Шеховцева // Культура. Коммуникация. дискурс: актуальные вопросы полиязычного пространства. – Волгоград : Волгоградский гос. аграрн. ун-т, 2024. – С. 165–169.

11. Шеховцева Е. Н. Ультиматум как перформативный речевой жанр / Е. Н. Шеховцева, Н. В. Поршнева // Современное педагогическое образование. – 2023. – № 11. – С. 501-505.

12. Шеховцева Е. Н. Императивные жанры в англоязычном ветхозаветном дискурсе / Е. Н. Шеховцева, Г. Н. Шатохина // Гуманитарные исследования. – 2023. – № 2 (86). – С. 65–70.

13. Merriam-Webster Dictionary. – URL: https://www.merriam-webster.com/dictionary (дата обращения: 20.02.2026).

14. Oxford Advanced Learner's Dictionary. – URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com (дата обращения: 20.02.2026).

References

1. Gorbacheva Ye. N. Repentance as a performative speech genre. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya "Filologicheskiye nauki" = Bulletin of the Volgograd State Pedagogical University. Series "Philological Sciences".* 2014;7(92):38–41.

2. Dementev V. V. *Teoriya rechevykh zhanrov = Theory of speech genres*. Moscow: Znak; 2010:600 p.

3. Yermakova O. P. Functions of agreement and disagreement in friendly conversation (psychological and linguistic notes). *Zhanry rechi = Speech Genres*. 2018;1(17):60–66.

4. Karasik V. I. Speech genre characteristics of everyday omens. *Zhanry rechi = Speech Genres.* 2025;20;1(45):41–50.

5. Card index of oral speech recordings.

6. Novoselova O. V. *Funktsionalno-semanticheskaya kharakteristika diskursivnykh praktik so znacheniyem ugrozy v angliyskom yazyke = Functional and semantic characteristics of discursive practices with the meaning of threat in the English language*. Tver; 2013:22 p.

7. Romanov A. A., Novoselova O. V. *Diskurs ugrozy v sotsialnoy interaktsii (funktsionalno-semanticheskiy analiz) = Discourse of threat in social interaction (functional*

and semantic analysis). Moscow: Institute of Linguistics, RAS; Tver: Tver State Agricultural Academy; 2013:168 p.

8. Sedov K. F. Man in the genre space of everyday communication. *Antologiya rechevykh zhanrov: povsednevnaya kommunikatsiya = Anthology of speech genres: everyday communication*. Moscow: Labyrinth; 2007:7–38.

9. Talipova F. R. Debitive obligation and ways of expressing it in English. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatelskiy zhurnal = International Research Journal*. 2016;6(48),4:68–70.

10. Shekhovtseva E. N. Presentation potential of performativity strategies in everyday discourse. *Kultura. Kommunikatsiya. diskurs: aktualnyye voprosy poliyazychnogo prostranstva = Culture. Communication. Discourse: Current issues of multilingual space*. Volgograd: Volgograd State Agrarian University; 2024:165–169.

11. Shekhovtseva E. N., Porshneva N. V. Ultimatum as a performative speech genre. *Sovremennoye pedagogicheskoye obrazovaniye = Modern Pedagogical Education*. 2023;11:501–505.

12. Shekhovtseva Ye. N., Shatokhina G. N. Imperative Genres in English-Language Old Testament Discourse. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2023;2(86):65–70.

13. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: https://www.merriam-webster.com/dictionary (accessed: 20.02.2026).

14. Oxford Advanced Learner's Dictionary. URL: https://www.oxfordlearners dictionaries.com (accessed: 20.02.2026).

Информация об авторе

Н. В. Поршнева – ассистент кафедры английского языка и профессиональных коммуникаций.

Information about the author

N. V. Porshneva – Assistant Professor of the Department of English and Professional Communications.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: the author declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 22.05.2026; одобрена после рецензирования 16.06.2026; принята к публикации 23.06.2026.

The article was submitted 22.05.2026; approved after reviewing 16.06.2026; accepted for publication 23.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 71–81.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):71–81.

Научная статья
УДК 81’42

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫХ СОБЫТИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ДВУХ ПАРЛАМЕНТСКИХ РЕЧЕЙ СИГЭРУ ИСИБА И САНАЭ ТАКАИТИ)

Савченко Никита Николаевич
Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия, nikitasav4enko2003@yandex.ru

Аннотация. Предметом исследования выступает метафорическая концептуализация общественно значимых событий в японском политическом дискурсе. Цель работы – описать и систематизировать метафорические модели, с помощью которых в парламентских речах премьер-министра Японии Санаэ Такаити и предыдущего премьера Сигэру Исиба осмысляются экономические, внутриполитические, социальные, геополитические и природные вызовы. Материалом послужили тексты выступлений, произнесённых 24 января и 24 октября 2025 г. Методология включает идентификацию метафор по процедуре MIPVU, оценку надёжности разметки с помощью каппы Коэна и тематическое кодирование событий. Количественный анализ выявил высокую метафорическую плотность речей (MDI 10,52 и 11,34), преобладание онтологических метафор и доминирование объяснительной функции (MfTI около 1,9). Наибольшая плотность метафор зафиксирована в экономической и внутриполитической сферах. Качественный анализ позволил выделить две универсальные модели: «ГОСУДАРСТВО – ЭТО СООРУЖЕНИЕ» и «ГОСУДАРСТВО – ЭТО ОРГАНИЗМ», а также специфичную для речи Такаити модель «ГОСУДАРСТВО – ЭТО ВОЕННАЯ КАМПАНИЯ». Результаты могут применяться в сопоставительных исследованиях политического дискурса.

Ключевые слова: метафора, политический дискурс, японский язык, событие, MIPVU, концептуальная метафора, метафорическая модель

Для цитирования: Савченко Н. Н. Метафорическая концептуализация общественно значимых событий в политическом дискурсе (на материале двух парламентских речей Сигэру Исиба и Санаэ Такаити) // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 71–81.

Original article

METAPHORICAL CONCEPTUALIZATION OF SOCIALLY SIGNIFICANT EVENTS IN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON THE PARLIAMENTARY SPEECHES OF SHIGERU ISHIBA AND SANAE TAKAITI)

Savchenko Nikita N.
Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia, nikitasav4enko2003@yandex.ru

Abstract. This paper examines the metaphorical conceptualization of socially significant events in Japanese political discourse drawing on parliamentary speeches by Prime Minister Sanae Takaichi and former Prime Minister Shigeru Ishiba. The study aims to identify and systematize the metaphorical models used to frame economic, domestic political, social, geopolitical, and natural challenges. The material consists of speeches delivered on 24 January and 24 October 2025, respectively. The methodology integrates the MIPVU procedure for metaphor identification, Cohen's kappa for inter-coder reliability, and thematic coding of event types. Quantitative analysis reveals high metaphorical density (*MDI* 10.5 and 11.3), a predominance of ontological metaphors, and implementation of the explanatory function (*MfTI* 1.9). The highest metaphor density is found in economic and domestic political

© Савченко Н. Н., 2026

domains. Qualitative analysis identifies two overarching models - STATE IS A BUILDING and STATE IS AN ORGANISM, along with a model specific to Takaichi's speech, STATE IS A MILITARY CAMPAIGN. The results can be applied in comparative studies of political discourse.

Keywords: metaphor, political discourse, Japanese language, event, MIPVU, conceptual metaphor, metaphorical model

For citation: Savchenko N. N. Metaphorical Conceptualization of Socially Significant Events in Political Discourse (based on the Parliamentary Speeches of Shigeru Ishiba and Sanae Takaiti). *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):71–81 (In Russ.).

В современном японском политическом дискурсе, в частности в риторике Либерально-Демократической партии, неизбежно актуализируются наиболее острые для общества проблемы: демографический спад, экономическая стагнация, геополитическая нестабильность в Азиатско-Тихоокеанском регионе, последствия природных катастроф. Осмысление этих вызовов в публичных выступлениях лидеров опирается в том числе на метафору как когнитивный инструмент, позволяющий передавать сложные и абстрактные понятия через конкретные, связанные с телесным опытом образы. Цель настоящей работы – описать и систематизировать метафорические модели, при помощи которых в парламентских речах нынешнего премьер-министра Санаэ Такаити и предыдущего премьера Сигэру Исиба концептуализируются общественно значимые события (экономические, геополитические, социальные, внутриполитические и природные). В ходе исследования были решены следующие задачи: систематическая разметка метафорических единиц на основе метода MIPVU, оценка надёжности разметки двух аннотаторов при помощи каппы Коэна, тематическое аннотирование отсылок к событиям разного типа, количественный и качественный анализ выявленных метафор, а также формулирование гипотез о закономерностях метафорической концептуализации в японском политическом дискурсе.

Материалом послужили тексты парламентских выступлений, произнесённых Сигэру Исиба 24 января 2025 г. [10] и Санаэ Такаити 24 октября 2025 г. [11]. Фактологическая основа речей подтверждается официальными японскими источниками и ведущими новостными изданиями, что позволяет рассматривать данные выступления как репрезентативные для общественной ситуации в Японии на рассматриваемый период.

В основе исследования лежит теория концептуальной метафоры, согласно которой метафора понимается не как троп, а как основная ментальная операция, способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира [5, с. 37]. Ключевым понятием выступает концептуальная метафора, понимание одной концептуальной области (цели) через другую (источник) [1, с. 4].

Дж. Лакофф и М. Джонсон выделили три типа концептуальных метафор, различающихся по когнитивной функции: 1) ориентационные метафоры, опирающиеся на пространственные оппозиции типа «верх – низ», «центр – периферия», «больше – меньше» и выполняющие прежде всего оценочную функцию, объединяя абстрактные сферы-цели в единую пространственную схему [1, с. 35]; 2) онтологические метафоры, позволяющие концептуализировать опыт в терминах объектов, веществ и контейнеров [1, с. 49]; 3) структурные метафоры, представляющие развёрнутую модель одной области опыта (источника) для её переноса на другую, более абстрактную область (цель), благодаря чему сложные понятия (жизнь, спор, экономика) получают наглядную и внутренне связную структуру [1, с. 97].

В социальных науках «событие» приобретает статус категории, позволяющей описывать как дискретные происшествия, так и длящиеся процессы. Согласно А. Ф. Филиппову, событие есть смысловой комплекс, который наблюдатель соотносит с актом наблюдения; этот комплекс включает свершение, происходящее в пространстве и времени, и идентифицируется наблюдателем как нечто, имеющее внятную завершённость, позволяющую отделять его от других событий [4, с. 7]. Событие не существует само по себе оно конституируется актом наблюдения и различением, которое производит наблюдатель (исследователь, политик, общество, СМИ).

Для анализа репрезентаций событий мы используем различение, предложенное П. Б. Паршиным: «событие снаружи», воспринимаемое внешним наблюдателем как дискретная последовательность изменений, и «событие изнутри», рассматриваемое с точки зрения его яркости, интересности, интенсивности, способности привлечь участников [2, с. 208–209]. В нашем исследовании это различение связывается с функциями метафоры в политическом дискурсе. Как отмечает Дж. Чартерис-Блэк, метафоры служат не только для объяснения сложных явлений, но и для их эмоциональной оценки, а также для создания текстов, вовлекающих аудиторию и формирующих у неё определённое отношение к происходящему [7, с. 28]. Именно эта способность оценивать и вовлекать позволяет метафоре придавать объективным изменениям характеристики «события изнутри» значимого, требующего внимания.

В анализируемом корпусе подобные метафоры встречаются регулярно. Например, фраза エネルギーや食料品価格の高騰に苦しむ方々 [энэруги: я сёкурё:хин какаку-но ко:то:-ни курусиму катагата] (рус. люди, страдающие от резкого роста цен на энергоносители и продовольствие) использует глагол 苦しむ [курусиму] (страдать). Инфляция предстаёт не как факт экономики, а как переживание физической боли, приобретая явную эмоциональную окраску.

Таким образом, различение «события снаружи» и «изнутри» позволяет выявить, как социально-политическая реальность концептуализируется в дискурсе через метафоры: метафора не просто описывает изменение, но и оценивает его (как страдание, угрозу, надежду), переводя объективный факт в разряд события, обладающего определённым значением для обычного члена общества.

Единицей анализа признаётся лексема. Тексты речей были сегментированы на слова с помощью онлайн-сервиса *WEB* 茶まめ [тямамэ], разработанного Национальным институтом японского языка, который автоматически выделяет лексические основы и отдельно маркирует грамматические показатели. Поскольку служебные морфемы не несут самостоятельного концептуального содержания и не могут быть метафорическими, они были исключены из дальнейшего анализа.

Для выявления метафорически используемых слов применялась процедура *MIPVU* (*Metaphor Identification Procedure Vrije Universiteit*) [9, с. 23–40]. Она представляет собой пошаговый анализ каждой лексической единицы в контексте: определение контекстуального значения, поиск базового (наиболее конкретного, связанного с телесным опытом) значения в словарях (デジタル大辞泉 (*Digital Daijisen*), оценка смыслового расхождения между ними и установление связи посредством выявления области-источника и области-цели модели метафоризации. Если контекстуальное значение косвенно по отношению к основному или связано с ним через сходство, слово маркируется как метафорически употреблённое.

Треть корпуса была аннотирована двумя независимыми исследователями в соответствии с процедурой *MIPVU*. Коэффициент каппа Коэна, измеряющий степень согласия между кодировщиками [6, с. 280], составил примерно 0,80, что свидетельствует о высоком уровне межэкспертной согласованности

(при расчёте были исключены все единицы, не подлежавшие *MIPVU*-анализу: грамматические показатели, союзы, частицы, вспомогательные глаголы, выделенные программой). Полученное значение позволило продолжить разметку оставшейся части корпуса автором статьи, поскольку была подтверждена воспроизводимость процедуры и отсутствие систематических расхождений в интерпретации метафорических единиц.

Для оценки общей метафоричности двух текстов использовались индексы, основанные на исследованиях П. Соппори и С. ван Стее. Индекс плотности метафор (*MDI*) отражает среднее количество метафор на 100 слов текста и вычисляется по формуле: **MDI = nme*100/nwords**, где **nme** – количество метафор, а **nwords** – количество слов в тексте. Высокая плотность метафор может влиять на персуазивность текста при условии соблюдения принципа уместности, т.е. метафоры должны соответствовать контексту, целям сообщения и особенностям аудитории [3, с. 256].

Индекс функциональной типологии метафор (*MfTI*) опирается на классификацию Дж. Лакоффа и М. Джонсона и учитывает количественное соотношение метафор по типам. Индекс вычисляется по формуле:

$$MfTI = (1*Or+2*O+3*St)/nme,$$

где ***Or*** – количество ориентационных метафор;
O – количество онтологических метафор;
St – количество структурных метафор;
nme – количество всех метафор в тексте.

Значение индекса, близкое к 1, указывает на преобладание ориентационных метафор, отражающих базовые пространственные представления данной лингвокультуры; значение около 2 – на доминирование онтологических метафор, выполняющих преимущественно идентификационную (объяснительную) функцию; значение, близкое к 3, свидетельствует о высокой доле структурных метафор, нацеленных на изменение отношения реципиента текста к обсуждаемому явлению [3, с. 260].

Каждый контекст, содержащий метафору, был дополнительно аннотирован по категории репрезентируемого общественного или политического события, регулярно освещаемые японскими СМИ. На основе тематического анализа (подтипа контент-анализа) [6, с. 578–580] выделены следующие темы и коды: 1) экономические события (инфляция, стагнация, налоговое бремя, энергетический кризис, зависимость от импорта и др.); 2) внутриполитические события (выборы, внутрипартийные скандалы, конституционная реформа, межпартийное взаимодействие); 3) геополитические события (военные угрозы со стороны КНДР, Китая; отношения с США, Южной Кореей, странами АСЕАН; санкции, конфликты); 4) социальные события (демографический кризис, старение населения, сокращение рабочей силы, проблемы здравоохранения, образования, гендерное неравенство); 5) природные события (землетрясения, цунами, экстремальные осадки, восстановление после стихийных бедствий).

В результате исследования в речи Сигэру Исиба выявлено 405 метафорических единиц, в речи Санаэ Такаити 257. Распределение по трём типам (ориентационные, онтологические, структурные) представлено в таблице 1.

Таблица 1. Распределение метафор по типам (по Дж. Лакоффу)

Политик	Онтологические	Ориентационные	Структурные
С. Исиба	331	57	17
С. Такаити	164	55	38

Вычисление индекса *MfTI* дало следующие результаты (табл. 2).

Таблица 2. Индекс метафорической функциональной типизации (*MfTI*)

Политик	Ориентационные	Онтологические	Структурные	Всего (*nme*)	*MfTI*
С. Исиба	57	331	17	405	1,90
С. Такаити	55	164	38	257	1,93

Значение около 1,9 указывает на преобладание идентификационной (объяснительной) функции метафор. Политики не стремятся радикально перестраивать концепты аудитории, а используют онтологические метафоры, чтобы объяснить сложные абстрактные явления (инфляция, демографический кризис, энергозависимость) через конкретные, осязаемые сущности. Очень низкая доля структурных метафор (например, всего 4 % у Исибы) говорит об отсутствии попыток фундаментально изменить картину мира слушателя, скорее имеет место попытка укрепить уже существующие представления о тех или иных процессах.

Индекс плотности метафор (MDI) оказался следующим (табл. 3).

Таблица 3. Индекс плотности метафор (MDI)

Политик	*nme*	*nwords*	*MDI*
С. Исиба	405	3571	10,52
С. Такаити	257	2442	11,34

Сопоставление с результатами О. И. Калинина [3] показывает, что речи Сигэру Исибы и Санаэ Такаити обладают более высокой метафорической плотностью, чем выступления политических лидеров России, США и КНР – президента В.В. Путина, президента Д. Трампа и Председателя Си Цзиньпина. При этом, несмотря на высокие значения MDI, метафорический состав японских текстов преимущественно представлен конвенциональными метафорами; неконвенциональными употреблениями оказались слова 咲き誇る [сакихокору] (цвести/процветать) и 伴走 [бансо:] (сопровождать в беге), в словарных статьях которых нет указания на переносные значения. Следовательно, высокий показатель MDI в данном материале связан прежде всего не с активным использованием необычных образов, а с общей частотностью устойчивых метафорических единиц.

Таблица 4. Распределение метафор по типам событий в речи Сигэру Исиба

Тип события	Кол-во контекстов	Общее число метафор (с пересече-ниями)	Коэффициент метафорической плотности	Наиболее частотные метафорические единицы
Экономические	57	135	2,37	進める [сусумэру] (продвигать); 成長 [сэйтё:] (рост); 強化 [кё:ка] (укреплять); 向ける [мукэру] (направлять); 取組 [торикуми] (усилия); 創生[со:сэй] (сотворение); 流れ [нагарэ] (поток

Продолжение табл. 4

Тип события	Кол-во контекстов	Общее число метафор (с пересечениями)	Коэффициент метафорической плотности	Наиболее частотные метафорические единицы
Внутриполитические	58	122	2,10	進める [сусумэру] (продвигать); 強化 [кё:ка] (укреплять); 踏まえる [фумаэру] (основываться); 推進 [суйсин] (продвигать); 柱 [хасира] (колонна); 中 [нака] (среди); 成長 [сэйтё:] (рост)
Социальные	64	135	2,11	進める [сусумэру] (продвигать); 推進 [суйсин] (продвигать); 創生 [со:сэй] (сотворение/возрождение); 強化 [кё:ка] (укреплять); 生み出す [умидасу] (порождать); づくり [дзукури] (создание); 向ける [мукэру] (направлять)
Геополитические	37	69	1,86	進める [сусумэру] (продвигать); 取り組む [торикуму] / 取組 [торикуми] (браться); 中 [нака] (среди); 強化 [кё:ка] (укреплять); 構築 [ко:тику] (конструирование); 高める [такамэру] (повышать); 引き上げる [хикиагэру] (поднимать)
Природные	8	14	1,75	推進 [суйсин] (продвигать); 再建 [сайкон] (реконструировать); 司令塔 [сирэйто:] (командная вышка); 強化 [кё:ка] (укреплять)

В процессе разметки одно высказывание мы могли относить к нескольким типам событий. Вследствие этого сумма метафор по отдельным типам событий (477) превышает общее количество идентифицированных в речи метафор

(405). Данное расхождение связано с тем, что ключевые национальные проблемы осмысливаются не изолированно, а как взаимосвязанные вызовы, требующие комплексных решений. В дальнейшей работе мы будем развивать методологию исследования с целью получения более точных результатов, в частности, планируется внедрение иерархической системы кодирования событий с выделением доминантного типа для каждого контекста.

Метафорическая плотность и концептуализация событий. Наибольшая метафорическая плотность зафиксирована в сферах экономики (2,37), социальной политики (2,11) и внутриполитических реформ (2,10). Это можно объяснить тем, что данные темы являются центральными в программном выступлении и требуют наиболее понятного объяснения, инструментом чего в том числе служит метафора.

Таблица 5. Распределение метафор по типам событий в речи Санаэ Такаити

Тип события	Кол-во контекстов	Общее число метафор (с пересечениями)	Коэффициент метафорической плотности	Наиболее частотные метафорические единицы
Экономические	59	116	1,97	強い [цуёй] (сильный/крепкий); 成長 [сэйтё:] (рост); 対応 [тайо:] (реагирование); 作る [цукуру] (создавать); 生み出す [умидасу] (порождать); 守る [мамору] (защищать); 踏まえる [фумаэру] (опираться); 負担 [футан] (бремя); 進める [сусумэру] (продвигать); 戦略 [сэнряку] (стратегия); 設計 [сэккэй] (проектировать)
Внутриполитические	18	42	2,33	進める [сусумэру] (продвигать); 踏まえる [фумаэру] (опираться); 対応 [тайо:] (реагирование); 超える [коэру] (переходить); 設計 [сэккэй] (проектировать); 下 [мото] (под); 再起 [сайки] (подъем); 方針 [хо:син] (магнитная стрелка); 成長 [сэйтё:] (рост); 構築 [ко:тику] (конструировать)

Продолжение табл. 5

Тип события	Кол-во контек-стов	Общее число метафор (с пересече-ниями)	Коэффициент метафорической плотности	Наиболее частотные метафорические единицы
Соци-альные	42	72	1,71	進める [сусумэру] (продвигать); 取り組む [торикуму] (браться); 対応 [тайо:] (реагиро-вание); 強化 [кё:ка] (укреплять); 負担 [фу-тан] (бремя); 加速 [ка-соку] (ускорять); 構築 [ко:тику] (конструиро-вать); 高い [такай] (вы-сокий); 守る [мамору] (защищать); 担い手 [нинайтэ] (носильщик)
Геополи-тические	24	32	1,33	強化 [кё:ка] (укреп-лять); 進める [су-сумэру] (продвигать); 取り組む [торикуму] (браться); 構築 [ко:тику] (конструиро-вать); 推進 [суйсин] (продвигать); 咲き誇る [сакихокору] (цвести); 真ん中 [маннака] (центр); 開かれる [хи-ракарэру] (открытый); 高める [такамэру] / 引き上げる [хикиагэру] (поднимать); 下 [мото] (под)
Природ-ные	8	8	1,00	再建 [сайкон] (рекон-струировать); 進める [сусумэру] (продви-гать); 取り組む [тори-куму] (браться); 推進 [суйсин] (продвигать); 踏まえる [фумаэру] (опираться); 対応 [тайо:] (реагирова-ние); 襲う [осоу] (нападать)

Таким образом, наибольшая метафорическая плотность зафиксирована для внутриполитической сферы (2,33). Такое распределение может свидетельствовать о фокусе Санаэ Такаити на внутриполитических преобразованиях и укреплении государственных институтов.

Анализируя идентифицированные метафоры, мы выделили две взаимосвязанные модели в речи Сигэру Исиба: «ГОСУДАРСТВО – ЭТО СООРУЖЕНИЕ» и «ГОСУДАРСТВО – ЭТО ОРГАНИЗМ». В рамках первой модели государство, его экономика, политика, социальная система осмысливаются как сложное сооружение, которое можно построить, перестроить, укрепить, защитить от внешних воздействий. Ключевые лексические единицы: 改造 [кайдзо:] (перестройка), 構築 [ко:тику] (конструирование), 強化 [кё:ка] (укрепление), 柱 [хасира] (колонна), 枠組み [вакугуми] (каркас), 軸 [дзику] (ось), 再建 [сайкэн] (восстановление, перестройка), 引き上げる [хикиагэру] (поднимать). Параллельно те же области-цели осмысляются в терминах биологии и физиологии в рамках второй модели: государство и его элементы способны расти, цвести, сжиматься, страдать, оживать. Основные лексемы: 成長 [сэйтё:] (рост), 活力[кацурёку] (жизненная сила), 開花 [кайка] (цветение), 育成 [икусэй] (выращивание), 生み出す [умидасу] (порождать), 苦しむ [курусиму] (страдать), 根幹[конкан] (корень и ствол), いかす [икасу] (оживлять).

Анализ также показывает, что за конкретными типами событий в речи Исибы не закреплена какая-либо одна метафорическая модель: экономические, социальные, внешнеполитические и иные кризисы описываются одновременно посредством двух областей-источников.

「令和の日本列島改造」は、5 本の柱で、 厳しい国際競争の中、 日本全体の活力を取り戻すべく進めてまいります。

[Рэйва но Нихон рэтто: кайдзо: ва | гохон-но хасира-дэ | кибисий кокусай кё:со:-но нака | Нихон дзэнтай-но кацурёку-о торимодосу бэку сусумэтэ маиримасу]

«“План **реконструкции** японских островов эпохи Рэйва” будет продвигаться нами на основе пяти **столпов**, чтобы вернуть **жизненную силу** всей Японии в условиях жесткой международной конкуренции».

Аналогичное совмещение наблюдается в предложении:

このため、コストカット型経済から高付加価値創出型経済への移行、「賃上げと投資が牽引する成長型経済」を実現していきます。

[Коно тамэ | косуто катто гата кэйдзай кара ко:фука кати со:сюцу гата кэйдзай-э-но ико: | тинъагэ-то то:си-га кэнъин суру сэйтё: гата кэйдзай-о дзицунгэн ситэ икимасу]

«Поэтому мы перейдём от экономики урезания расходов к экономике, создающей высокую добавленную стоимость, и построим «экономику **роста**, которую **тянут** за собой зарплаты и инвестиции».

Здесь механическая операция 牽引する [кэнъинсуру] (тянуть, буксировать) соединяется с органическим процессом 成長 [сэйтё:] (рост). Экономика предстаёт одновременно как транспортное средство, требующее механического воздействия, и как живой организм, способный к росту.

В речи Санаэ Такаити, помимо двух обозначенных выше моделей, реализуется и третья: «ГОСУДАРСТВО – ЭТО ВОЕННАЯ КАМПАНИЯ», в рамках которой метафорически употребляются слова 守る [мамору] (защищать), 攻め [сэмэ] (атака), 司令塔 [сирэйто:] (командная башня), 抑止力 [ёкусирёку] (силы сдерживания), 対処力 [тайсёрёку] (силы реагирования), 僕滅 [бокумэцу] (искоренять), 戦略 [сэнряку] (стратегия). Эти единицы также могут реализовываться в пределах одного высказывания, описывающего разные события:

地方が持つ伸び代をいかし、そこに暮らす住民の皆様の暮らしと安全を守ってまいります。

[тихо:-га моцу нобисиро-о икаси, соко ни курасу дзю:мин-но мина-сама-но кураси-то андзэн-о мамоттэ маиримасу]

Мы оживим потенциал для роста, которым обладают регионы, и будем защищать жизнь и безопасность всех проживающих там жителей.

Проведённый анализ показал, что в рассмотренных парламентских речах общественно значимые события метафорически осмысляются преимущественно посредством онтологических метафор, выполняющих объяснительную функцию. Выявленные модели «ГОСУДАРСТВО – ЭТО СООРУЖЕНИЕ» И «ГОСУДАРСТВО – ЭТО ОРГАНИЗМ», а в речи Такаити также «ГОСУДАРСТВО – ЭТО ВОЕННАЯ КАМПАНИЯ», позволяют представить сложные социально-экономические и политические вызовы в образах строительства, роста, защиты и пр. Вместе с тем полученные данные не дают оснований для широких обобщений относительно японского политического дискурса в целом. Обе речи принадлежат представителям одной партии и описывают во многом сходный круг общественных проблем, однако имеют некоторые различия с точки зрения метафоризации.

Эти расхождения указывают на то, что метафорическая концептуализация определяется не только повесткой, но и другими факторами, среди которых можно предположительно назвать личность и идеологическую позицию политика, жанр анализируемого текста как зафиксированного на письме фрагмента дискурса, характер аудитории и др. Вопрос о соотношении этих переменных и об их влиянии на отбор и комбинирование метафорических моделей требует дальнейшего изучения на более широком корпусе текстов.

Список источников

1. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

2. Паршин П. Б. О семантике категории «событие» в свете сочетаемости прилагательного событийный: событие снаружи и изнутри / П. Б. Паршин // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2020. – № 3. – С. 200–211.

3. Сунь Ю. Использование индексов метафоричности для анализа речевого воздействия метафоры в текстах публичных выступлений политиков / Ю. Сунь, О. И. Калинин, А. В. Игнатенко // Russian Journal of Linguistics. – 2021. – Т. 25, № 1. – С. 250–277. – doi: 10.22363/2687-0088-2021-25-1-250-277.

4. Филиппов А. Развивая теорию событий. Статья первая. Дидактический эксперимент / А. Филиппов // Социологическое обозрение. – 2011. – № 1–2.

5. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Уральский гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.

6. Bryman A. Social Research Methods / A. Bryman. – 4th ed. – Oxford : Oxford University Press, 2012. – 766 p.

7. Charteris-Black J. Metaphor in Political Discourse / J. Charteris-Black // Politicians and Rhetoric. – London : Palgrave Macmillan, 2011. – URL: https://doi.org/10.1057/9780230319899_2.

8. Kövecses Z. Metaphor: A Practical Introduction / Z. Kövecses. – New York : Oxford University Press, 2002. – 285 p.

9. Steen G. J. MIPVU: A manual for identifying metaphor-related words. Converging Evidence in Language and Communication Research / G. J. Steen, A. G. Dorst, J. B. Herrmann, A. A. Kaal, T. Krennmayr, T. Pasma. – Amsterdam : John Benjamins, 2019. – P. 23–40.

10. 第 217 回国会における石破内閣総理大臣施政方針演説（令和 7 年 1 月 24 日閣議決定）［Policy Speech by Prime Minister Ishiba to the 217th Session of the Diet (January 24, 2025)]. – URL: https://www.kantei.go.jp/jp/103/statement/2025/0124shiseihoshin.html (дата обращения: 08.04.2026).

11. 第 219 回国会における高市内閣総理大臣所信表明演説（和 7 年 10 月 24 日閣議決定）［Policy Speech by Prime Minister Takaichi to the 219th Session of the Diet (October 24, 2025)]. – URL: https://www.kantei.go.jp/jp/104/statement/2025/1024shoshinhyomei.html (дата обращения: 08.04.2026).

References

1. Lakoff G., Johnson M. *Metafory, kotorymi my zhivem = Metaphors We Live By*. Transl., ed. by A. N. Baranov. Moscow: Editorial URSS Publ.; 2004:256 p.

2. Parshin P. B. On the semantics of the category “event” in the light of the combinability of the adjective sobytiinyi: Event from the outside and from the inside. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta = Bulletin of Moscow State Linguistic University*. 2020;3:200–211.

3. Sun Yu., Kalinin O. I., Ignatenko A. V. Using metaphoricity indices for analyzing the persuasive effect of metaphor in political speeches. *Russian Journal of Linguistics*. 2021:25(1):250–277, doi: 10.22363/2687-0088-2021-25-1-250-277.

4. Filippov A. Developing the theory of events. Article one. A didactic experiment. *Sotsiologicheskoe obozrenie = Sociological Review*. 2011;1–2.

5. Chudinov A. P. *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoi metafory (1991–2000) = Russia in a metaphorical mirror: A cognitive study of political metaphor (1991–2000).* Yekaterinburg, Ural State Pedagogical University; 2001;238 p.

6. Bryman A. *Social Research Methods*. 4th ed. Oxford: Oxford University Press; 2012;766 p.

7. Charteris-Black J. Metaphor in Political Discourse. *Politicians and Rhetoric*. London; Palgrave Macmillan; 2011. URL: https://doi.org/10.1057/9780230319899_2.

8. Kövecses Z. *Metaphor: A Practical Introduction*. New York: Oxford University Press; 2002;285 p.

9. Steen G. J., Dorst A. G., Herrmann J. B., Kaal A. A., Krennmayr T., Pasma T. *MIPVU: A manual for identifying metaphor-related words. Converging Evidence in Language and Communication Research*. Amsterdam: John Benjamins; 2019:23–40.

10. 第 217 回国会における石破内閣総理大臣施政方針演説（令和 7 年 1 月 24 日閣議決定）［Policy Speech by Prime Minister Ishiba to the 217th Session of the Diet (January 24, 2025)]. URL: https://www.kantei.go.jp/jp/103/statement/2025/0124shiseihoshin.html (accessed: 08.04.2026).

11. 第 219 回国会における高市内閣総理大臣所信表明演説（和 7 年 10 月 24 日閣議決定）［Policy Speech by Prime Minister Takaichi to the 219th Session of the Diet (October 24, 2025)]. URL: https://www.kantei.go.jp/jp/104/statement/2025/1024shoshinhyomei.html (accessed: 08.04.2026).

Информация об авторе

Н. Н. Савченко – аспирант, преподаватель кафедры восточных языков.

Information about the author

N. N. Savchenko – postgraduate student, Lecturer of the Department of Oriental Languages.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: the author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 30.05.2026; одобрена после рецензирования 19.06.2026; принята к публикации 26.06.2026.

The article was submitted 30.05.2026; approved after reviewing 19.06.2026; accepted for publication 26.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 82–93.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):82–93.

Научная статья
УДК 003.86+811.133.1

Особенности передачи ритмической, лексической и грамматической структуры поэмы А. Пушкина «Руслан и Людмила» в переводе на французский язык

Марина Ильинична Свешникова[1], Елена Игоревна Сернова[2]✉
[1, 2]Астраханский государственный университет им В. Н. Татищева, Астрахань, Россия
[1]msveshnikva@rambler.ru, ORCID: http://orcid.org/0000-0001-5630-9267
[2]eis67@mail.ru✉

Аннотация. Целью работы является комплексный поиск эквивалентов и аналогов на французском языке, необходимых для адекватной передачи ритмической, лексической и грамматической структуры оригинала, при решении проблем, возникающих в процессе перевода поэмы А. Пушкина «Руслан и Людмила». В работе представлена возможная совместимость русской силлабо-тонической и французской силлабической систем стихосложения с демонстрацией сохранения ритма посредством октосиллаба, уделяется внимание поиску лексических соответствий для культурных реалий и авторской лексики, отсутствующих во французской культуре, что требует использования замен и перифраз, а также рассматривается роль грамматических средств, в частности, французских временных форм глагола для передачи динамики действий в повествовании. В переводе поэтического произведения внешняя и внутренняя формы преобладают над значением, и главенство языковых структур редуцируют коммуникативную функцию. Поэтому выбор языковых средств для перевода должен не столько отвечать верности оригинальному тексту, сколько следовать духу произведения, сохраняя авторский язык, под которым понимается особая система взаимосвязанных языковых средств, обусловленных специфическим сюжетом и самой организацией текста, выражающая отношение поэта к произведению. Особенности текста в оригинале отражают авторский замысел, и организация такого текста отвечает больше собственным мыслям автора. Результаты показывают, что потенциальные отклонения в оформлении рифмы не нарушают ритмического рисунка и позволяют адекватно отразить русский оригинал, отобранные эквиваленты и аналоги для передачи словесного оформления текста отражают содержание поэмы, грамматика французского языка позволяет широко использовать временные формы для придания динамизма тексту.

Ключевые слова: перевод стихотворной поэмы; русское силлабо-тоническое стихосложение; французское силлабическое стихосложение; эквиваленты и аналоги в переводе; грамматика в переводе стихотворного текста

Для цитирования: Свешникова М. И., Сернова Е. И. Особенности передачи ритмической, лексической и грамматической структуры поэмы А. Пушкина «Руслан и Людмила» в переводе на французский язык // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 82–93.

© Свешникова М. И., Сернова Е. И., 2026

Original article

FEATURES OF THE TRANSMISSION OF THE RHYTHMIC, LEXICAL AND GRAMMATICAL STRUCTURE OF A. PUSHKIN'S POEM "RUSLAN AND LYUDMILA" IN TRANSLATION INTO FRENCH

Marina I. Sveshnikova[1], Elena I. Sernova[2]✉
[1, 2]Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia
[1]msveshnikva@rambler.ru, ORCID: http://orcid.org/0000-0001-5630-9267
[2]eis67@mail.ru✉

Abstract. The aim of this work is a comprehensive search for equivalents and analogs in French necessary for the adequate transmission of the rhythmic, lexical, and grammatical structure of the original, while addressing the problems that arise during the translation of A. Pushkin's poem "Ruslan and Lyudmila." The paper presents the possible compatibility of the Russian syllabo-tonic and French syllabic systems of versification, demonstrating the preservation of rhythm through the use of octosyllabic verse. It also focuses on finding lexical correspondences for cultural realities and the author's vocabulary absent from French culture, which requires the use of substitutions and periphrases. It also examines the role of grammatical means, particularly French verb tenses, in conveying the dynamics of narrative action. In the translation of a poetic work, external and internal forms prevail over meaning, and the primacy of linguistic structures reduces the communicative function. Therefore, the choice of linguistic means for translation should not so much be faithful to the original text as it should be consistent with the spirit of the work, preserving the author's idiom, which is understood as a unique system of interconnected linguistic means conditioned by the specific plot and the text's organization, expressing the poet's attitude toward the work. The original text's features reflect the author's intent, and the organization of such a text is more in keeping with the author's own thoughts. The results show that potential deviations in rhyme design do not disrupt the rhythmic pattern and allow for an adequate reflection of the Russian original. The selected equivalents and analogies for conveying the verbal structure of the text reflect the poem's content. French grammar allows for the extensive use of tenses to add dynamism to the text.

Key words: translation of a verse poem; Russian syllabo-tonic versification; French syllabic versification; equivalents and analogs in translation; grammar in the translation of a poetic text

For citation: Sveshnikova M. I., Sernova E. I. Features of the Transmission of the Rhythmic, Lexical and Grammatical Structure of A. Pushkin's Poem "Ruslan and Lyudmila" in Translation into French. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):82–93 (In Russ.).

Актуальность работы обусловлена возрастающим интересом современного языкознания к проблемам межъязыковой и межкультурной коммуникации, где перевод художественной литературы выступает ключевым инструментом сохранения и трансляции культурного кода. В условиях глобализации особую остроту приобретает задача адекватной передачи национально-специфических реалий и поэтической формы классических произведений, поскольку существующие теоретические модели часто не учитывают специфику взаимодействия русской силлабо-тонической и французской силлабической систем стихосложения. Несмотря на наличие фундаментальных трудов по теории перевода, в современной науке ощущается дефицит комплексных исследований, посвященных системному поиску эквивалентов и аналогов на всех уровнях языка применительно к конкретному поэтическому тексту. Решение данной проблемы необходимо не только для развития теории поэтического перевода и сравнительной типологии, но и для удовлетворения потребностей общества в качественной литературной коммуникации, а также для совершенствования методики преподавания лингвострановедения и перевода в высшей школе, что подтверждает востребованность темы как в настоящем, так и в перспективе дальнейшего развития филологической науки.

Трудности перевода заключаются не только в несопоставимости слов, грамматических конструкций и звуков, но и в самой языковой разнице: так, по образному выражению М. Цветаевой, французский язык – язык неблагодарный для поэтов, почти невозможный язык, он «антипоэтичен» [цит. по: 15, с. 530]. Однако необходимость показать миру достоинства русской поэзии назрела уже давно, и проблемы еще не решены до конца. Задача перевода на современном этапе в том и состоит, чтобы найти наиболее адекватные средства для передачи основных параметров текста. И, несмотря на существующие различия во французском и русском языках, согласимся с Е. Эткиндом в том, что русский язык и русский стих очень гибки, многообразны и музыкальны, но и французский язык в этом ничуть не уступает [15, с. 548].

В переводе поэтического произведения следует помнить, что приоритет внешней и внутренней формы над значением, главенство языковых структур редуцируют коммуникативную функцию. Сближая в тексте слова, утратившие этимологическую связь или не имевшие ее вовсе, поэт открывает новые, неожиданные смыслы, которые появились только благодаря «плану выражения» [11, с. 314]. И в этом контексте необходимо говорить не столько о верности оригинальному тексту, сколько о следовании духу произведения, о сохранении авторского языка.

Мы понимаем под авторским поэтическим языком особую систему взаимосвязанных языковых средств, обусловленных специфическим сюжетом и самой организацией текста. В поэме «Руслан и Людмила» оформились принципы авторской позиции А. Пушкина [13, с. 16]. Первая напечатанная поэма А. Пушкина стала одной из вершин того этапа в развитии русской литературы, когда жанр и стиль, сохранив свое универсальное значение, стали выражением уникальной авторской личности. В поэме они стали отражением душевного и поэтического опыта А. Пушкина, который послужил полем обобщения литературного смысла эпохи [13, с. 3]. При переводе такого произведения следует учитывать, что в нем уже отобразилось создание поэтом новой системы общелитературной речи посредством отбора и объединения разных социально-языковых контекстов и групповых диалектов [3, с. 13]. Поэтому кажущийся простым пушкинский слог сочетает в себе элементы разных стилей [3, с. 399], в результате чего перевод таких произведений имеет дополнительные сложности в поиске эквивалентов и аналогов. Важно помнить, что особенности текста в оригинале отражают, прежде всего, авторский замысел, его «авторский» язык, так как организация такого текста отвечает больше собственным мыслям автора, а не коммуникативным потребностям. Бережное отношение к оригиналу как раз и состоит в поиске таких средств, которые дали бы читателю возможность прочувствовать изначальный посыл поэта, ведь восприятие поэтического произведения – это, прежде всего, эмоциональное восприятие.

Попытки перевода поэмы предпринимались неоднократно, однако представляли собой либо пересказ в прозе, либо ограничивались отдельными фрагментами (чаще всего, прологом). Нами был создан вариант стихотворного перевода, который, как представляется, должен продемонстрировать инструменты передачи поэтического текста с русского языка на французский. В процессе работы были выявлены представленные далее проблемы.

Первое, что считывает читатель в переводе поэтического произведения, – это ритмическая составляющая текста. Следует отметить, что восприятие стихотворного ритма у русского читателя и у француза несколько отличается. В силлабо-тоническом стихе расположение ударений – столь же важный показатель, что и число слогов [7, с. 82]. Однако, несмотря на то, что системы стихосложения в русском и французском языках имеют определенные отличия (силлабо-тоническая и силлабическая, соответственно), тем не менее для перевода можно найти ритмические формы, аналогичные тем, что использовал

А. Пушкин. По мнению Е. Эткинда, французский стих, хотя и силлабический, но все разнообразие тонических форм ему доступно. И, как и в русском стихе, большое значение придается ритму: существуют возможности преодолеть силлабичность средствами французского стиха и воспроизвести тоническую просодию [15, с. 546]. Так, четырехстопный ямб поэмы «Руслан и Людмила», можно передать на французский язык восьмистопным октосиллабом. Важно, что ритм в оригинале поддерживается ударением на 2-, 4-, 6- и 8-м слогах, что редко воспроизводится с большой точностью на французском языке с его ритмическими группами. Единственная возможность для этого создается только за счет большого наличия одно-, двухсложных слов во французском языке: *У моря видел дуб зеленый* [12, с. 184] – *Je vis le chêne vert près de l'anse* [10, с. 5].

Однако и в оригинальном тексте четные слоги не всегда попадают под ударение. Пиррихии на 2-м слоге возникают из-за величины русских слов (*У лукоморья*), но во французском переводе это может отсутствовать: *У лукоморья дуб зеленый* [12, с. 183] – *Il y a un chêne vert près d'une anse* [10, с. 5]. Можно встретить в оригинале пиррихии и на 6-м слоге (*шумными*), что также не всегда отражается в переводе: *Смешались шумными толпами* [12, с. 185] – *Se mêlent et font du bruit sans cesse* [10, с. 7]. Поскольку пиррихии расположены неупорядоченно и место их в строке относительно случайно, то ритм поддерживается ритмической инерцией [7, с. 75–76]. Для постоянной каденции, сохраняющей ритм, желательны ударения на 4-м и 8-м слогах, что в русском, что во французском тексте: *Пред умирающим огнем* [12, с. 190] – *Devant le petit feu qui s'éteint* [10, с. 12].

Но в оригинальном тексте возможно отсутствие ударения и на 4-м слоге (*Красавицы*): *Красавицы, для вас одних* [12, с. 183] – *Pour vous seules, mes plus belles, j'écris* [10, с. 5].

Чаще всего, ударение кроме того, что завершает стих на 8-м слоге, не реализуется четко ни в оригинале, ни в переводе, как в следующем фрагменте:

До утра юная княжна	Jusqu'au matin, la jeune princesse
Лежала, тягостным забвеньем,	Était en proie de songes pénibles
Как будто страшным сновиденьем,	Ainsi comme d'un sommeil terrible.
Объята – наконец она	Elle se reprend pleine de détresse
Очнулась, пламенным волненьем	(Après le vol tellement horrible),
И смутным ужасом полна	D'émoi, d'effroi vague, de tristesse
[12, с. 201].	[10, с. 24].

Для сохранения ритма в оригинальном тексте можно встретить сокращенные формы слов (*град, младой, зрит, брада, злато, хладный, младость*), что свойственно высокому стилю в русском языке, но во французском – относится к другому регистру речи. Поэтому они не реализуется в переводе: *Чредой из вод выходят ясных* [12, с. 183] – *L'un après l'autre*, *ils font escorte* [10, с. 5].

Ввиду достаточно короткой строки (8–9 слогов) в оригинале часто встречаются переносы (*Меж подруг*). В переводе из-за синтаксиса повторяемость переносов увеличивается (*Modeste, C'était*):

Тогда близ нашего селенья,	À ce moment, près du village,
Как милый цвет уединенья,	Comme une belle fleur dans l'entourage
Жила Наина. Меж подруг	Modeste, une fille vivait. C'était
Она гремела красотою	Naïna, la plus belle des filles
[12, с. 191].	[10, с. 13].

В некоторых случаях переносы возникают там, где их не было в оригинале (*D'elle, Longtemps*):

Отец наш, не продлим разлуки;	On trouvera la princesse. D'elle,
Не бойся, едем за княжной.	Tu ne seras pas séparé
И с благодарностью немой	Longtemps. Par l'angoisse torturé,
В слезах к ним простирает руки	Les larmes aux yeux, le vieux chancelle,
Старик, измученный тоской	Tend les mains pour les remercier
[12, с. 187].	[10, с. 9].

В поэме нет четкого разделения текста на строфы, однако структура рифмы имеет своеобразный рисунок: чередование самых разных форм создает динамичный ритм, усиливающий «инерцию ожидания»:

Один – Рогдай, воитель смелый,	L'un d'eux, Rogdaï, plein de courage,
Мечом раздвинувший пределы	A élargi, malgré son âge,
Богатых киевских полей;	Par son glaive les terres riches de Kiev.
Другой – Фарлаф, крикун надменный,	L'autre est Farlaf qui, à toute fête,
В пирах никем не побежденный,	Boit plus que tous, crie à tue-tête,
Но воин скромный средь мечей;	Guerrier modeste avec le glaive.
Последний, полный страстной думы,	Le jeune khan des Khazars qui pense
Младой хазарский хан Ратмир:	Toujours à l'amour, c'est Ratmir.
Все трое бледны и угрюмы,	Ils sont pâles, mornes des souffrances,
И пир веселый им не в пир	La fête ne leur fait pas plaisir
[12, с. 185].	[10, с. 7].

Проблема передачи русской рифмы на французский язык также связана со всегда ударной последней произносимой стопой во французском стихе, поэтому разница между мужской и женской рифмой довольно условна: женская рифма всегда с нечитаемой буквой *e* на конце, мужская – нет, но этот факт обнаруживается только в письменном варианте текста. В русском языке игра с ударными и безударными слогами на конце стихотворной строки имеет дополнительное значение: женская рифма на слух ассоциируется с незаконченностью, недосказанностью, мужская означает конец высказывания. Понятно, что такая семантическая интерпретация форм стиха достаточно условна [8, с. 182], однако подобное распределение ударных и безударных слогов определяет особую стиховую интонацию [9, с. 100], что во французском языке выражено слабо (*meurs*):

	… Les sentiments
Проснулись чувства, я сгораю,	Se réveillent, je brûle à cette heure,
Томлюсь желаньями любви…	Je languis des désirs d'amour…
Приди в объятия мои…	Viens, mon chéri, je t'embrasse pour
О милый, милый! умираю…»	T'aimer toujours si non, je meurs…»
[12, с. 195].	[10, с. 17].

Появление нечитаемой буквы *e* внутри стихотворной строки может значительно повлиять на общее количество стоп во французском стихе, т. к. по правилам произношения в некоторых позициях (правило трех согласных) эта буква читается и добавляет еще одну стопу (*triste*, однако *Souffre* и *vivre* перед гласной следующего слова теряют конечную *e* в речи):

Ах, если мученик любви	Ah! Si un martyr d'amour qui
Страдает страстью безнадежно,	Souffre en vain et sans espérance,
Хоть грустно жить, друзья мои,	Bien qu'il soit triste, mes amis,
Однако жить еще возможно	Il pourrait vivre, en évidence
[12, с. 186].	[10, с. 8].

Однако в позиции ударной стопы (2, 4, 6) эта буква нарушает ритм (*Être*):

Людмилы нет во тьме густой,	L'épouse est victime d'un vilain
Похищена безвестной силой	Être dont il n'y a pas d'image
[12, с. 186].	[10, с. 8].

Кроме внешнего оформления поэтического произведения, большие проблемы для перевода представляет словесная составляющая текста. В поэме А. Пушкина создается особое мифопоэтическое пространство, которое включает в себя Киев (не исторический, а архетипический – центр единого сильного русского государства, во главе которого стоит мудрый правитель Владимир Красно Солнышко), чудесную страну Черномора с явными признаками восточного колорита, пещеру «природного финна» (возможно, в северной стране), хазарский каганат, представленный молодым ханом Ратмиром, поле, усеянное костями и увенчанное гигантской головой, замок двенадцати прекрасных дев и скромную лачугу рыбака [1]. По своей возвышенно-эпической и в то же время трогательно-лирической тональности, переходящей иногда в шутливую иронию, а также по сюжетному действию и способу отображения жизненного материала поэма ассоциируется, прежде всего, с героическим эпосом русского народа [2]. В поэме есть черты национального фольклора, легко угадываются приемы и мотивы, характерные для русского сказочного эпоса, построение поэмы соотносится с фольклорной традицией [1]: *И там я был, и мед я пил* [12, с. 184] – знаковая формула для русских сказок, в которой *мед* имеет значение хмельного напитка: *J'y fus, j'y bus de l'hydromel* [10, с. 6], причем эта фраза не завершает повествование, как в обычных сказках, а начинает его, по всей видимости, чтобы читатель сразу прочувствовал необычность сюжета.

В выборе языковых средств, по мнению В. Виноградова, поэт идет по пути стилистического сочетания «неравностей», создавая сложную по стилю связь книжноторжественных слов с формами разговорного просторечия [3, с. 99–100]. Многим понятиям и реалиям аналогов в другом языке нет. Важно отходить от буквы подлинника в художественной литературе, где надо передать не только суть, смысл, но и множество оттенков [4, с. 233]. Поэтому без жертв, без пропусков и замен в стихотворном переводе не обойтись [5, с. 71]: не все сказочные существа и объекты из русских сказок имеют эквиваленты в других культурах и языках. В связи с этим для перевода необходимы аналоги, близкие, как *леший – un sylvain, витязь, богатырь – un preux*, или требующие развернутого описания: *избушка там на курьих ножках – Une chaumière Sur de grandes pattes de poule, дядька их морской – leur vieux commandant de mer*, *ступа с Бабою Ягой – une sorcière et son mortier, царь Кащей – Un roi avide d'or* [16; 17]. Некоторые культурные реалии не имеют аналогов, поэтому они переводятся близкими понятиями из другой культуры: *русалка* (*на ветвях сидит*) – *une jeune fée,* но когда *русалка* принимает убитого Рогдая, то переводится согласно контексту: *Тех вод русалка молодая* [12, с. 208] – *une jeune ondine* [10, с. 30].

В поэме упоминаются и языческие персонажи: это касается и Баяна, и славянского божества любви Леля, чье существование оспаривается некоторыми учеными. *Баян* – замена понятия на средневековое *Un Troubadour* позволяет

адекватно передать исторический контекст; *и Лелем свитый им венец* – в контексте поэмы для перевода используется генерализация: *Et leur alliance bénie par Dieu.*

Все смолкли, слушают Баяна: И славит сладостный певец Людмилу-прелесть, и Руслана, И Лелем свитый им венец [12, с. 185].	Un Troubadour, en plein silence, Célèbre l'épouse de son mieux, Et son époux, et sa vaillance, Et leur alliance bénie par Dieu [10, с. 6].

Язык поэмы своеобразен: поэт стремится показать атмосферу старины и включает в текст многочисленные историзмы, архаизмы, многие из которых требуют дополнительного объяснения для современного читателя. Много и устаревших форм, и слов высокого стиля: *очи, лобзать, кручина, дева, чары, сеча*. Эти слова переводятся литературной нейтральной лексикой: например, *в гриднице высокой* [12, с. 184] – одно из устаревших названий большого зала для проведения торжеств в княжеском доме: *dans la salle à une grande Fête* [10, с. 6].

Имена собственные передаются общепринятыми транскрипцией или транслитерацией, многие из которых зафиксированы в словарях [16; 17]: *Руслан – Rouslan, Людмила – Ludmila, Фарлаф – Farlaf, Ратьмир – Ratmir, Рогдай – Rogdaï, Наина – Naïna, Владимир – Vladimir, Шехеразада – Schéhérazade*, *Киев – Kiev, Днепр – le Dniepr. Владимир-солнце* [12, с. 184] в контексте переведено – *le Prince Vladimir* [10, с. 6], хотя во французском языке есть близкое понятие *Король-Солнце – le Roi-Soleil*, но это относится к Людовику XIV, поэтому связанные с ним ассоциации не подходят для перевода *Владимир Красно Солнышко.*

Часто скрытый смысл в художественном тексте реализуется с помощью имен собственных и их этимологии. Так, сложность в передаче имени главного злодея *Черномор* заключается в том, что транскрипция *Tchernomor* не создаст нужных ассоциаций. У славян в древности существовала богиня смерти *Морана, Морена* или просто *Мара* [6], что отражается в использовании кальки: *Черномор – Черный-Мор – Черная-Смерть – Noiremort. Полнощные горы* [12, с. 189], где живет Черномор – волшебные горы, труднодоступные, поэтому часто ассоциировались с суровым северным климатом: *des montagnes du Nord* [10, с. 6].

Некоторые титулы, звания (должности) также требуют поиска аналога в другой культуре [16; 17]: *королевич, князь – un prince, царь – un roi, царевна, княжна – une princesse, бояре – Les seigneurs*, *дружина(ы) – les troupes*, *воин – guerrier*, *младой хазарский хан* [12, с. 185] – исторические реалии: *хан, Хазары* – сохраняются для противопоставления с главным героем и переводятся транскрипцией: *Le jeune khan des Khazars* [10, с. 7].

Эпоха правления князя Владимира не обходилась без постоянных набегов различных кочевых племен*: восстали печенеги!* [12, с. 244]. Однако вместо транскрипции *pétchénègues* было выбрано более общее значение: *nomades* (*кочевники*) [10, с. 67]. Также *арапы* [12, с. 207], исторически этот термин использовался для номинации чернокожего человека или должности при дворе: в переводе *Des esclaves (рабы)* [10, с. 29].

Что касается грамматико-синтаксического конструирования текста, то еще В. Виноградов указывал на влияние французской грамматики на язык А. Пушкина [3, с. 277–278], особенно в ранних произведениях. Порядок слов, построение синтагм, принципы их сочетания, господствующие категории синтаксических связей, среди которых выделяются стилистическим своеобразием и остротою приемы применения «присоединительных», «прерывистых»

конструкций, логика синтаксических форм – все это в Пушкинском стиле национально оправдано, но обнаруживает тесную связь с традициями французской литературы. Для Пушкинского стиля симптоматичен самый выбор и отбор синтаксических форм и традиций из разных стилей французского литературного языка [3, с. 316]. По мнению В. Виноградова, это касается расширения функций качественных и относительных прилагательных, субстантивации прилагательных, калькирования некоторых глагольных конструкций. Согласимся с данным положением с некоторой осторожностью, ведь даже постпозиция прилагательных в русском языке возможна согласно стилистическому оформлению текста (тем более что русский синтаксис более свободен, чем французский), и трудно сказать, насколько это вызвано именно французским влиянием:

И вдруг сидит передо мной Старушка дряхлая, седая, Глазами впалыми сверкая, С горбом, с трясучей головой, Печальной ветхости картина [12, с. 194].	Devant moi, je la vois enfin… Une vieille à cheveux blancs, décrépite, Les yeux enfoncés, une petite Bosse, branlant la tête… Or, elle tient Toute l'apparence de la vieillesse [10, с. 16].

Примеры обособления прилагательного в приложении встречаются в поэме нередко, однако объяснить их влиянием французской грамматики, а не требованиями стихотворной организации текста было бы неправомерно, несмотря на то, что эти формы легко поддаются переводу:

И было в самом деле так. Немой, недвижный перед нею, Я совершенный был дурак Со всей премудростью моею [12, с. 195].	C'était vrai. Immobile, sans mot Dire, j'étais debout devant elle. Et j'étais complètement idiot Avec toute ma science éternelle [10, с. 17].

Употребление прилагательного в функции существительного, по мнению В. Виноградова [3, с. 279], также свидетельствует о влиянии французской грамматики, и тому мы можем обнаружить в поэме некоторые примеры:

Она вослед: «О недостойный! Ты возмутил мой век спокойный, Невинной девы ясны дни!...» [12, с. 195].	Elle m'a crié: « Oh, indocile! Tu as troublé ma vie tranquille! Les jours sereins d'une vierge! … » [10, с. 17].

Тем не менее говорить о большом влиянии французской грамматики на язык А. Пушкина, на наш взгляд, неправомерно, так как обнаруженные примеры не представляют закономерности, а лишь иллюстрируют все многообразие выразительных средств поэта.

Что действительно важно, когда речь идет о переводе его произведений на французский язык, то это соотношение действий в поэме, так как в ней представлено несколько временных планов, требующих различных средств выражения. Если в начале произведения традиционно использование Passé simple в переводе: *И там я был, и мед я пил* [12, с. 184] – *J'y fus, j'y bus de l'hydromel* [10, с. 6], как во французских сказках, то дальнейшее повествование требует тщательного отбора временных конструкций. Так, перевод повествования в Présent позволяет приблизить действие к читателю, передать его динамичность:

Гром грянул, свет блеснул в тумане,
Лампада гаснет, дым бежит,
Кругом все смерклось, все дрожит,
И замерла душа в Руслане…
Все смолкло. В грозной тишине
Раздался дважды голос странный,
И кто-то в дымной глубине
Взвился чернее мглы туманной…
[12, с. 186].

Soudain, – le tonnerre, les feux dansent,
La fumée passe, la lampe s'éteint.
L'ombre est partout, tout tremble. Enfin,
Quand le bruit cesse, dans ce silence
(le cœur de Rouslan ne bat pas),
Tout en fumée, quelqu'un s'élance
En haut, noir dans la brume. Une voix
Sonne deux fois dans ce vide
immense…
[10, с. 8].

Рассказ Финна передан в Passé composé, так как эти события связаны с основным повествованием:

Умчалась года половина;
Я с трепетом открылся ей,
Сказал: люблю тебя, Наина.
Но робкой горести моей
Наина с гордостью внимала,
Лишь прелести свои любя,
И равнодушно отвечала:
«Пастух, я не люблю тебя!»
[12, с. 191].

Six mois se sont passés. À elle,
Je me suis ouvert, en tremblant,
Je lui ai dit: « Je t'aime, ma belle. »
Très orgueilleuse, en écoutant
Mes douleureuses paroles timides
Cette fille, n'aimant que sa beauté,
Indifférente, en plus, perfide,
M'a dit: « Je ne t'aime pas, berger! »
[10, с. 13].

Случаи использования Plus-que-parfait в переводе единичны, только для действий, имевших место в момент, достаточно отдаленный от повествования:

На месте славного побега
Весной растопленного снега
Потоки мутные текли
И рыли влажну грудь земли
[12, с. 198].

Mais là, où son cheval galope vite,
Au printemps, de troubles eaux subites
De neige fondue avaient coulé,
En creusant au sol un fossé
[10, с. 30].

Возможность использовать различные временные формы в переводе позволяет придать повествованию динамизм и не прибегать к дополнительным средствам. Так, Présent, Passé immédiat и Futur immédiat включены в один эпизод:

Уже достигла, обняла:
О ужас… призрак исчезает!
Княжна в сетях; с ее чела
На землю шапка упадает
[12, с. 227].

Elle vient, veut l'embrasser… Horreur!..
Le fantôme vient de disparaître!
Elle est dans les rets… Quel malheur:
Le bonnet tombe, elle va paraître
[10, с. 50].

То же самое при использовании Futur antérieur и Futur simple в словах Черномора:

Младое мужество любя,
Забуду все, прощу тебя,
Спущусь – но только с уговором…
[12, с. 229].

J'oublierai, je te pardonnerai
Tout et, bien sûr, je descendrai,
Mais on aura fait une entente…
[10, с. 52].

Здесь временные формы служат для передачи контекста, выраженного в русском языке лексическими средствами: *с уговором – on aura fait une entente*, что характеризует разницу в оформлении русского и французского текста.

Можно согласиться с тем, что пушкинская речь по своей грамматике во многих отношениях ближе к нынешнему языку, чем современные Пушкину и даже более поздние авторы [14, с. 107], что значительно упрощает использование различных форм современного французского языка. Это позволит читателю лучше воспринять и понять такое произведение, как поэма «Руслан и Людмила».

Таким образом, в ходе работы был осуществлен стихотворный перевод поэмы А.С. Пушкина «Руслан и Людмила» на французский язык, выявивший оптимальные стратегии передачи русских языковых и культурных реалий средствами иноязычной системы. В результате были сделаны следующие выводы:

1. Силлабическая система французского стихосложения имеет достаточно средств для передачи баланса русской силлабо-тонической системы. Использование восьмистопного октосиллаба позволяет имитировать четырехстопный ямб оригинала, где ритмическая инерция компенсирует неизбежные отклонения в распределении ударений и наличие пиррихиев. Некоторые отклонения в оформлении рифмы в целом не нарушают ритмического рисунка и позволяют адекватно отразить русский оригинал на французском языке, сохраняя музыкальность текста и динамику повествования, что подтверждает возможность преодоления силлабичности средствами французского стиха.

2. Язык поэмы А. Пушкина богат понятиями и реалиями, отсутствующими в других языках и культурах, что требует поиска аналогов, использования замен и перифраз. Для передачи мифопоэтического пространства и авторского стиля переводчик вынужден отходить от буквы подлинника, применяя функциональные аналоги (леший – sylvain), контекстуальные замены (Баян – Troubadour), калькирование имен (Черномор – Noiremort) и описательные конструкции. Такой подход обеспечивает сохранение смысловых оттенков и культурного кода произведения, позволяя франкоязычному читателю воспринять национальную специфику текста через близкие ему концепты.

3. Грамматика французского языка позволяет широкое использование различных средств, особенно временных форм глагола для более точной передачи действий в повествовании. Варьирование временных планов (традиционное Passé simple для начала сказки, Présent для динамики, Passé composé для вставных новелл) придает повествованию необходимый динамизм, позволяет управлять восприятием времени читателем и упрощает понимание произведения современной аудиторией без утраты эпической тональности. Это согласуется с положением о том, что пушкинская речь грамматически близка к современному языку, что облегчает ее трансляцию на современный французский язык.

Перспективы дальнейшей работы видятся в углубленном анализе синтаксических конструкций поэмы в сравнении с современными французскими поэтическими текстами, а также планируется рассмотреть влияние синтаксических калек на восприятие текста.

Список источников

1. Антонова М. В. Мифопоэтическая система поэмы А. С. Пушкина «Руслан и Людмила» / М. В. Антонова, Е. Н. Пузанкова // Ученые записки Орловского государственного университета. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. – 2018. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mifopoeticheskaya-sistema-poemy-a-s-pushkina-ruslan-i-lyudmila (дата обращения: 27.01.2026).

2. Ахметшин Б. Г. Сказочные и эпические мотивы поэмы А.С. Пушкина «Руслан и Людмила» / Б. Г. Ахметшин // Вестник Челябинского государственного университета. – 1999. – № 2, т. 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/skazochnye-i-epicheskie-motivy-poemy-a-s-pushkina-ruslan-i-lyudmila (дата обращения: 27.01.2026).

3. Виноградов В. В. Язык Пушкина: Пушкин и история русского литературного языка / В. В. Виноградов. – Москва ; Ленинград : Academia, 1935. – 457 с. – URL: http://feb-web.ru/feb/classics/critics/vinogradov_v/jaz/jaz-001-.htm (дата обращения 27.01.2026).

4. Галь Нора. Слово живое и мертвое / Нора Галь. – Москва : АСТ, 2022. – 384 с.

5. Ефим Эткинд. Исследования по истории и теории художественного перевода / Ефим Эткинд. – Санкт-Петербург : Петрополис, 2018. – Кн. 1: Поэзия и перевод. – 424 с.

6. Зорина Я. А. Отражение славянской культуры и традиций в ономастическом пространстве поэмы А. С. Пушкина «Руслан и Людмила» / Я. А. Зорина // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2013. – № 2, т. 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-slavyanskoy-kultury-i-traditsiy-v-onomasticheskom-prostranstve-poemy-a-s-pushkina-ruslan-i-lyudmila (дата обращения 27.01.2026).

7. Лотман Ю. М. Анализ поэтического текста. Структура стиха / Ю. М. Лотман. – Москва : Эксмо, 2022. – 416 с.

8. Мечковская Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура / Н. Б. Мечковская. – Москва : Академия, 2004. – 432 с.

9. Невзглядова Е. В. О стихе / Е. В. Невзглядова. – Санкт-Петербург : Издательство журнала «Звезда», 2005. – 272 с.

10. Свешникова М. И. Сказки А. Пушкина в переводе на французский язык / пер. М. И. Свешниковой ; сост., ред., коммент. Е. И. Серновой. – Астрахань : Издатель: Сорокин Роман Васильевич, 2026. – 92 с.

11. Поэтика / гл. науч. ред. Н. Д. Тамарченко. – Москва : Издательство Кулагиной ; Intrada, 2008. – 358 с.

12. Пушкин А. С. Стихотворения. Поэмы. Драмы. Сказки / А. С. Пушкин. – Москва : Эксмо, 2005. – 608 с.

13. Тарасова Л. В. Поэма «Руслан и Людмила» как выражение авторской позиции А.С. Пушкина в контексте русской литературной традиции конца XVIII – первой четверти XIX веков / Л. В. Тарасова. – Воронеж, 2007. – 20 с.

14. Падучева Е. В. Русский литературный язык до и после Пушкина / Е. В. Падучева // A. S. Puškin und die kulturelle Idendität Rußlands. – Peter Lang GmbH, 2001. – С. 97–108.

15. Эткинд Е. Г. Поэзия А. С. Пушкина во французских переводах / Е. Г. Эткинд // А. С. Пушкин. Избранная поэзия в переводах на французский язык. – Москва, 1999. – С. 529–548.

16. Dictionnaire du français moderne. – Paris : Hatier, 1982. – 832 p.

17. Le Robert micropoche. – Paris : Dictionnaires le Robert, 1993. – 1376 p.

References

1. Antonova M. V. The Mythopoetic System of A. S. Pushkin's Poem "Ruslan and Lyudmila. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsialnye nauki = Scientific Notes of Orel State University. Series "Humanitarian and Social Sciences".* 2018. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mifopoeticheskaya-sistema-poemy-a-s-pushkina-ruslan-i-lyudmila (Accessed: January 27, 2026).

2. Akhmetshin B. G. Fairy-tale and Epic Motifs of A. S. Pushkin's Poem "Ruslan and Lyudmila. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University.* 1999;2(2). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/skazochnye-i-epicheskie-motivy-poemy-a-s-pushkina-ruslan-i-lyudmila (accessed: 27.01.2026).

3. Vinogradov V. V. *Yazyk Pushkina: Pushkin i istoriya russkogo literaturnogo yazyka = The Language of Pushkin: Pushkin and the History of the Russian Literary Language*. Moscow; Leningrad: Academia; 1935:457 p. URL: http://feb-web.ru/feb/classics/critics/vinogradov_v/jaz/jaz-001-.htm (accessed: 27.01.2026).

4. Gal Nora. *Slovo zhivoe i mertvoe = The Living and the Dead Word*. Moscow: AST; 2022:384 p.

5. Efim Etkind. *Issledovaniya po istorii i teorii khudozhestvennogo perevoda = Studies in the History and Theory of Literary Translation*. Saint Petersburg: Petropolis; 2018;1:424 p.

6. Zorina Ya. A. Reflection of Slavic Culture and Traditions in the Onomastic Space of A. S. Pushkin's Poem “Ruslan and Lyudmila”. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Cherepovets State University*. 2013;2(1). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-slavyanskoy-kultury-i-traditsiy-v-onomasticheskom-prostranstve-poemy-a-s-pushkina-ruslan-i-lyudmila (accessed: 27.01.2026).

7. Lotman Yu. M. *Analiz poeticheskogo teksta. Struktura stikha = Analysis of poetic text. The structure of verse*. Moscow: Eksmo; 2022:416 p.

8. Mechkovskaya N. B. *Semiotika: Yazyk. Priroda. Kultura = Semiotics: Language. Nature. Culture*. Moscow: Academy; 2004:432 p.

9. Nevzglyadova E. V. *O stikhe = About poetry*. Saint Petersburg: “Zvezda” Journal Publ. House, 2005. – 272 p.

10. Sveshnikova M. I., Sernova E. I. *Skazki A. Pushkina v perevode na frantsuzskiy yazyk = Tales of A. Pushkin translated into French*. Astrakhan: Publisher: Sorokin Roman Vasilievich; 2026:92 p.

11. *Poetika = Poetics*. Ed. by N. D. Tamarchenko. Moscow: Kulagina Publ. House; Intrada; 2008:358 p.

12. Pushkin A. S. *Stikhotvoreniya. Poemy. Dramy. Skazki = Poems. Poems. Dramas. Fairy Tales*. Moscow: Eksmo; 2005:608 p.

13. Tarasova L. V. *Poema “Ruslan i Lyudmila” kak vyrazhenie avtorskoy pozitsii A.S. Pushkina v kontekste russkoy literaturnoy traditsii kontsa XVIII – pervoy chetverti XIX vekov = The poem “Ruslan and Lyudmila” as an expression of the author's position of A. S. Pushkin in the context of the Russian literary tradition of the late 18th – first quarter of the 19th centuries*. Voronezh; 2007:20 p.

14. Paducheva E. V. *Russkiy literaturnyy yazyk do i posle Pushkina = The Russian Literary Language Before and After Pushkin*. Peter Lang GmbH; 2001:97–108.

15. Etkind E. G. *Poeziya A. S. Pushkina vo frantsuzskikh perevodakh = The Poetry of A. S. Pushkin in French Translations*. Moscow; 1999:529–548.

16. *Dictionnaire du français moderne*. Paris: Hatier; 1982:832 p.

17. *Le Robert micropoche*. Paris: Dictionnaires le Robert; 1993:1376 p.

Информация об авторах

М. И. Свешникова – кандидат педагогических наук, доцент кафедры романо-германской филологии;

Е. И. Сернова – кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии.

Information about authors

M. I. Sveshnikova – Cand. Sc. (Pedagogy), Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Philology;

E. I. Sernova – Cand. Sc. (Pedagogy), Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Philology.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 30.04.2026; одобрена после рецензирования 25.05.2026; принята к публикации 01.06.2026.

The article was submitted 30.04.2026; approved after reviewing 25.05.2026; accepted for publication 01.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 94–105.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):94–105.

Научная статья
УДК 81'42

СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА «ГАРАНТИЯ»

Федотова Наталья Сергеевна[1], Шатохина Галина Николаевна[2]✉
[1, 2]Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия
[1]natalyafedotova@list.ru
[2]galyaos@mail.ru✉

Аннотация. Концепт «гарантия», входящий в ядро деловой англоязычной концептосферы, обладает особой жанровой структурой, обусловленной характерными параметрами англоязычных коммерческих текстов. В представленной статье рассматриваются семантико-прагматические характеристики данного концепта. Определяются специфичные для гарантийных текстов пути реализации общепризнанных в лингвистике содержательных категорий дискурса, таких как адресативность, информативность, интерпретируемость, интертекстуальная направленность и импликативность. Подчеркивается, что для англоязычных гарантийных текстов характерна адресативность, направленная прежде всего на установление дистантных и ролевых отношений коммуникантов и граничащая с а) субъектной определенностью, выраженной с помощью самоидентификации адресанта посредством использования местоимений в первом лице множественного числа, и б) прескриптивностью, обусловленной их регулятивной функцией, в связи с чем в текстах частотны маркеры модальности долженствования и директивные высказывания. Вместе с тем отмечается, что в англоязычном сознании назначение гарантии сводится к самопрезентации адресанта, она также является результатом доброй воли производителя и имплицитно помогает рекламе его товара или услуги. Материал исследования базируется на корпусе англоязычных текстов гарантийного характера из разных сфер экономики, включая розничные продажи, оптовую торговлю, производство, логистику поставок, страхование, банковские операции и пр., и насчитывает порядка 1000 единиц, представленных фрагментами текста или целыми документами. Методология исследования основывается на интроспекции, понятийном моделировании, интерпретативном анализе. Понимание описанных в статье семантико-прагматических характеристик исследуемого концепта позволит носителям русской лингвокультуры выстроить оптимальную модель взаимодействия с англоязычными деловыми партнерами в условиях межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: деловой дискурс, концепт, адресативность, информативность, интерпретируемость, интертекстуальность, прецедентные тексты, коммуникация, адресант, реципиент, импликативность

Для цитирования: Федотова Н. С., Шатохина Г. Н. Семантико-прагматические характеристики концепта «гарантия» // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 94–105.

Original article

SEMANTIC AND PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF THE CONCEPT "GUARANTEE"

Natalya S. Fedotova[1], Galina N. Shatokhina[2]✉
[1, 2]Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia
[1]natalyafedotova@list.ru
[2]galyaos@mail.ru✉

© Федотова Н. С., Шатохина Г. Н., 2026

Abstract. Guarantee, as a core concept in the English-language business discourse, has a specific genre structure conditioned by the characteristics of English-language business communication texts. This article examines the semantic and pragmatic characteristics of the given concept. It identifies specific ways in which guarantee texts implement generally recognized substantive categories of discourse, such as addressivity, informativeness, interpretability, intertextual focus, and implicativity. It is emphasized that English-language guarantee texts are characterized by addressivity, aimed primarily at establishing distance and role-based relationships between communicants and bordering on a) subjective certainty, expressed through the addresser's self-identification by the use of first-person plural pronouns, and b) prescriptivity, conditioned by regulatory function of guarantee texts, which is why markers of the modality of obligation and directive statements are frequent in the texts. It is also noted that in the English-speaking culture, the purpose of a guarantee is reduced to addressee's self-presentation. It is also a result of the manufacturer's goodwill and implicitly facilitates the advertising of the product or service. The study is based on a corpus of English-language guarantee-related texts from various economic sectors, including retail, wholesale, manufacturing, supply chain logistics, insurance, banking, and others. The corpus comprises approximately 1,000 units, represented by text fragments or entire documents. The research methodology relies on introspection, conceptual modeling, and interpretive analysis. Understanding the semantic and pragmatic characteristics of the concept under study described in the article will enable native speakers of Russian linguistic culture to develop an optimal model for interacting with English-speaking business partners in cross-cultural communication.

Key words: business discourse, concept, addressability, informativeness, interpretability, intertextuality, precedent texts, communication, addresser, recipient, implicativity

For citation: Fedotova N. S., Shatokhina G. N. Semantic and Pragmatic Characteristics of the Concept "Guarantee". *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):94–105 (In Russ.).

Концепт «гарантия» является одним из центральных концептов делового общения, изучение которого в настоящее время стало актуальным для различного рода исследований преимущественно в области теории дискурса и межкультурной коммуникации. Поскольку гарантийные тексты являются прямым способом объективации исследуемого концепта в деловом дискурсе, представляется целесообразным изучить их семантико-прагматические характеристики, позволяющие раскрыть функциональный потенциал таких текстов. Основные семантико-прагматические характеристики исследуемого концепта можно определить, изучив общепринятые в лингвистике содержательные категории дискурса, такие как адресативность, информативность, интерпретируемость, интертекстуальная направленность и импликативность.

Если рассматривать текст в его классическом понимании, то информативность, как её определяет И. Р. Гальперин [2], является его наиважнейшей содержательной категорией. Однако в свете современных исследований текста, когда он рассматривается как функционирующий в ситуации общения, наиболее важной категорией текста видится адресативность, естественным образом обусловленная существенной характеристикой коммуникации – диалогичностью. На первый взгляд эти понятия могут казаться идентичными, однако адресативность означает направленность на адресата, т. е. когда адресант сознательно ориентируется на реципиента, учитывая его знания, интересы, ожидания, и моделирует его реакцию, в то время как диалогичность по сути представляет собой сам механизм взаимодействия в ситуации общения и реализуется через систему языковых средств: обращения («вы», «мы»), вопросно-ответные комплексы, модальные частицы (чтобы стимулировать мысль читателя), цитацию. Таким образом в качестве формальных показателей последней выступают дейктические, морфологические и синтаксические [5, с. 27].

Гарантийные тексты относятся к такому типу текстов, посредством которых устанавливаются дистантные и ролевые отношения коммуникантов, что обусловливает регулятивную функцию этих текстов. В связи с этим в гарантийных текстах адресативность обязательно граничит с выраженной субъектной определенностью, поскольку гарантия должна четко назвать субъекта ответственности. Соответственно, у адресата должно быть четкое представление, кто именно что-то ему гарантирует:

*"**Samson** warrants the equipment manufactured by **Samson** and bearing its name to be free from defects in materials and workmanship for a period of (2) year following the date of purchase by the distributor. This warranty applies only to equipment installed by an authorized distributor and operated and/or maintained in accordance with **Samson's** written recommendations".*

*"**Osprey** will repair any damage or defect for any reason, free of charge, whether it was purchased in 1974 or yesterday".*

Тем не менее адресативность реализуется в гарантийных текстах, прежде всего, через непосредственное обращение адресанта к реципиенту и использование соответствующих местоимений:

*"By clicking 'Confirm' **you** accept that the warranty covers only manufacturing defects and that **you** will return the product in its original condition. **You** can track **your** warranty status anytime in **your** account".*

*"We guarantee that **your** product will be free from defects in materials and workmanship for a period of 5 years from the date of purchase. If **your** item fails to perform as described, **you** may return it to us for a free repair or replacement. This warranty is only valid if **you** register **your** product within 30 days of purchase. **You** are responsible for any shipping costs, unless the defect is our fault".*

*"We warrant that the services performed will meet the quality standards described in **your** proposal. If **you** believe that any work is not performed to **your** satisfaction, **you** have the right to request a re-performance within 14 days of completion. **You** understand that we will make every reasonable effort to correct any issues, but **you** acknowledge that results may vary depending on **your** specific environment".*

В последних двух примерах гарантийного текста, в отличие от первого, помимо обращения к адресату во втором лице, используются и местоимения в первом лице множественного числа – также для выражения категории субъектности (***We** guarantee, **we** warrant, **our** fault, **we** will make every reasonable effort*).

Помимо субъектности, адресативность в гарантийных текстах часто граничит и с прескриптивностью, что также напрямую обусловлено их регулятивной функцией. В связи с этим в текстах частотны маркеры модальности долженствования и директивные высказывания:

*"Merck warrants that each Product furnished under this Agreement will conform to its Specifications for the Warranty Period. All Product Warranty claims **must be filed in writing** with Merck within the applicable Warranty Period".*

*"Customer **shall notify** Flextronics **in wring** within a reasonable period of time after discovery of any Products found to not conform to any of the warranties".*

*"Any claim against M-MOS **shall** be barred unless made by Customer in writing within 1 year after the occurrence of the damaging event caused by M-MOS".*

Модальные глаголы здесь играют важнейшую роль и каждый из них способен выражать разную степень обязательности. Глагол ***shall*** обычно выражает безусловную обязательность и поэтому является самым частотным модальным глаголом именно в юридическом дискурсе, а также в языке деловых контрактов. Для гарантийных текстов он также показывает высокую частотность употребления:

*"You **shall** ensure that your personnel use the Software and the Documents in accordance with this Licence and **shall** be responsible for the breach of this Licence by any of your personnel".*

*"You **shall** take full responsibility for ensuring that the Licensed Software are suitable for your intended purposes…"*

*"You **shall** on demand indemnify, protect and hold us harmless from and against all losses, liabilities, judgements, suits, actions, proceedings, claims and costs…"*

*"… you **shall** include a valid copyright notice in your name or on your behalf with your Application".*

Еще раз подчеркнем, что использованием данного модального глагола в гарантийном тексте прописывается ответственность сторон, что и составляет предмет обязательств по гарантии. Именно поэтому в большинстве предложений с данным глаголом присутствует также лексика, содержащая сему «ответственность» (*responsible, responsibility*). На наш взгляд, указанный модальный глагол является равноценным средством выражения перформативного речевого акта «гарантировать» наряду с *warrant, guarantee* и пр. Вместе с тем участники деловой коммуникации часто оставляют за собой поле для маневров в виде опции, которую на свое усмотрение поставщики продукции или услуг могут выбрать:

*"If, during the Warranty Period, the Products or any portion thereof fail to conform to the requirements of this Contract, or are otherwise found to be defective, then, such non-conforming or defective Products **shall**, **at Braskem's option**, be promptly repaired **or** replaced at Seller's sole cost and expense".*

В свою очередь глагол ***must*** используется в гарантийных текстах для обозначения условий, которые необходимо выполнить для получения, например, гарантийного обслуживания:

*"To be an Eligible Customer for the 3-year On-Site Warranty, you **must** be a New Zealand resident and accept these Terms and Conditions".*

*"In order to claim under this On-Site Warranty, you **must** first call us on 00880 … [and provide] reasonable particulars of the defect claimed and your status as an Eligible Customer".*

*"YOU **MUST** RETURN YOUR META PRODUCT WITHIN 15 DAYS AFTER THE DATE THAT YOUR RMA IS APPROVED".*

*"During the warranty period, if you discover a defect, you **must** notify us in writing within 15 days".*

Еще одним директивным модальным глаголом в гарантийных текстах часто выступает ***will***, который используется, по нашим наблюдениям, для выражения согласия с будущими событиями, которые последуют в случае невыполнения условий гарантии:

*"You understand that we **will** make every reasonable effort to correct any issues, but you acknowledge that results may vary depending on your specific environment".*

*"You represent and warrant to us that you have compiled with all applicable laws and **will** comply with all applicable laws in your dealings with us under these Terms".*

В этом отношении данный глагол ***will*** по своей прагматической функции приближен скорее к комиссивам, а не перформативам. Отметим, что в гарантийных текстах может встречаться глагол согласия ***agree*** в сочетании с последующим глаголом ***will*** или без него, однако он не выражает то же самое, что и модальный глагол ***will*** из предыдущих примеров (в значении согласия с последующими событиями вслед за неисполнением условий гарантии), но скорее приближен к значению глагола ***must***, служащему для обозначения условий, которые необходимо выполнить для получения гарантийного обслуживания. В противном случае гарантийное обслуживание станет невозможным:

*“You **agree** that you have read and understood the user manual and that you **will** operate the device strictly in accordance with the instructions. Failure to do so **will** void your warranty”.*

*“You **agree** that this warranty does not cover damage caused by misuse, accidents, or unauthorized modifications”.*

Фактически в приведенных в качестве примера здесь высказываниях говорится об условиях, по которым гарантийное обслуживание будет получено адресатом, и что для этого он должен или не должен делать. Заметим, что подобную функцию в гарантийных текстах могут выполнять еще и прескриптивные высказывания, построенные без модальных глаголов и без глагола ***agree***, но имеющие структуру отрицательного предложения:

*“This limited warranty **does not cover** damage caused by misuse, neglect, or anauthorized modifications”.*

*“This limited warranty **does not cover** issues arising from anauthorized modifications, misuse, or third-party integrations”.”*

*“The foregoing warranties **will not apply to** any non-conformance of the Software, Work Product, or Services due to Client’s failure to permit installation or implementation of any update”.*

*“This workmanship warranty **does not include** any damages or defects in the product unless caused by Heritage’s installation of the product”.*

Были также обнаружены высказывания, которые благодаря специфическому значению глаголов типа ***exclude*** *(=* ***does not cover/ does not include****)* являются семантически отрицательными:

*“This warranty **excludes** any issues caused by third-party interference or changes made without the provider’s approval”.*

*“The guarantee **is voided** if the product has been subject to misuse, accident, improper installation, maintenance or improper application”.*

В подтверждение высказанной мысли обращаем внимание на использование в указанных примерах перечисления потенциальных причин для отказа в гарантийном обслуживании (*misuse, neglect, or anauthorized modifications, third-party integrations, failure to permit installation or implementation of any update, improper installation и пр.*).

Существуют и более мягкие формулировки прескриптивных высказываний, которые реализуются в гарантийных текстах через использование иных менее частотных модальных глаголов в тексте:

*“This limited warranty gives you specific legal rights; you **may** also have other rights which vary from jurisdiction to jurisdiction”.*

*“We guarantee that your product will be free from defects in materials and workmanship for a period of 1 year from the date of purchase. If your item fails to perform as described, you **may** return it to us for a free repair or replacement”.*

*“If Contractor defaults or neglects to correct defective Work within a 7 day period after receipt of written notice from Owner, Owner **may**, without prejudice to other remedies, correct such deficiencies at Contractor’s expense”.*

*“You **can** also exchange the item for another colour or size at no extra cost”.*

В перечисленных примерах модальные глаголы используются для указания на законные права адресата или на возможные действия с его стороны, которые он вправе так или иначе предпринять на свое усмотрение и по своему желанию. Использование таких модальных глаголов смягчает прескриптивность высказываний, делая гарантию в сознании адресата не столько обязательной к исполнению, сколько добровольной услугой производителя товара или услуг. С подобным значением в гарантийных текстах могут также встречаться высказывания типа:

*“If you believe that any work is not performed to your satisfaction, you **have the right** to request a re-performance within 30 days of completion”.*

Несмотря на очевидную прескриптивность гарантийных текстов в англоязычном сознании назначение гарантии сводится все же в большей степени к самопрезентации адресанта, которая в свою очередь служит для имплицитного выражения доброй воли производителя и также имплицитно помогает рекламе его товара или услуги [13: с. 149]:

*"We **warrant** that the services performed will meet the quality standards **described in your proposal**".*

*"We **grant** lifetime warranty on every aluminium based lineGrip – **without compromise**".*

Данные примеры наглядно иллюстрируют способность англоязычной гарантии иметь такую полифункциональность, когда гарантия содержит формулировки, подходящие больше для рекламных слоганов:

*"Osprey will repair any damage or defect for any reason, free of charge, **whether it was purchased in 1974 or yesterday**. This includes rips, zipper failures, **and even damage caused by airlines**. We will do everything we can to keep your pack in action… If we are unable to repair your pack, we will replace it with a comparable model".*

*"**Zippo lighters are built to last a lifetime, a promise we have kept since 1932.** Any Zippo lighter, when returned to our factory, will be repaired or replaced at no charge, **regardless of age or condition**. This guarantee does not cover ordinary wear and tear, but we will always do our best to restore your lighter to working order".*

*"Every Leatherman tool is built to exacting standards and backed by our 25-year warranty. If your Leatherman tool fails due to defects in materials or workmanship, we will repair or replace it at our option. This warranty is valid for 25 years from the date of purchase, **but we are confident that your tool will last much longer**".*

Маркетинговая направленность гарантийных текстов также часто видна по набору используемых языковых средств, явно с целью продвижения товара:

*"The Sellers guarantee **high-quality** of the materials used for its manufacture, **first-rate** workmanship and **high quality** of technical fulfillment".*

*"The Seller guarantees that the goods will correspond to **the highest standards** of Seller as to the quality and reasonable design".*

Следующей не менее важной семантико-прагматической категорией гарантийного текста является информативность. В попытках исследовать данную категорию в гарантийных текстах обратимся к опыту Е. В. Ковшиковой [4], которая подробно изучила категорию информативности текстов деловых писем. Ссылаясь на работу Г. Г. Воробьева [1], автор подчеркивает сильную зависимость информативности делового текста от многочисленных факторов, таких как соотношение физического и информационного объёма текста, а также количество информации, которую реципиент может извлечь из него.

В этом отношении на информативность значительное влияние оказывает темпоритм сканирования информации. Неправильно выбранный темп или паузы во время чтения документа способны существенно ухудшить информативность его текста.

Категория информативности в гарантийных текстах реализуется специфично. В нехудожественных текстах, таких как гарантийные тексты, информация должна быть легко декодируемой, поскольку, как указывает Е. В. Ковшикова [4], информативность относится к потенциальным интерпретационным характеристикам текста, которые позволяют в определенной степени прогнозировать меру адекватности смыслового восприятия и интерпретации реципиентом полученного сообщения. Это требование может быть выполнено только в том случае, если автор придерживается определенных правил. Поскольку интерпретация считается адекватной только тогда, когда получатель интерпретирует основное намерение сообщения в соответствии с намерением отправителя, гарантийный текст должен, прежде всего, содержать существенную

и фактическую информацию, отвечающую требованиям конкретности, полноты и однозначности. Таким образом, информативность текста является определяющим фактором эффективности смыслового восприятия и адекватной интерпретации сообщения. Однако эффективность смыслового восприятия и адекватной интерпретации сообщения измеряется, помимо прочего, еще и интерпретируемостью изучаемого текста, которая также представляет собой одну из содержательных категорий дискурса.

Интерпретируемость текста характеризуется степенью его точности, ясности, глубины и импликативности. В свою очередь, точность гарантийных текстов основывается на соблюдении структуры, специфичной для данного типа документа, на соблюдении его формальных характеристик [13, с. 146]. Поскольку ясность в деловой коммуникации обеспечивается благодаря использованию стандартных общепринятых формул речи и следованию жанровым стандартам различных юридических и специальных текстов, называемых в лингвистической науке прецедентными [7], крайне важно, чтобы адресат обладал необходимыми фоновыми знаниями, составляющими его коммуникативную компетенцию. Эти знания, включающие в том числе и знания специфической лексики, а именно терминов и терминологических словосочетаний преимущественно из областей юриспруденции и бизнеса, являющихся своеобразной «текстовой осью» [14, с. 108] документов делового общения, являются ключом к адекватному пониманию делового текста и предпосылкой для успешной коммуникации в ситуации делового общения. И наоборот, отсутствие этих знаний может привести к неправильному толкованию текста и сбою в коммуникации.

Например, коммуникантам крайне важно понимать фундаментальное различие между *guarantee* и *warranty*, которые, как может показаться, в бытовом английском часто используются как синонимы, тем не менее в контексте деловой коммуникации между ними есть четкое различие, которое к тому же варьируется в зависимости от юрисдикции.

В частности, в Великобритании *guarantee* – это обязательство производителя или продавца перед потребителем в силу закона (например, Consumer Rights Act 2015) и, соответственно, абсолютно бесплатна для него, а *warranty* (часто *extended warranty*) является платной услугой, отдельным договором на дополнительное покрытие, которое потребитель покупает по желанию (в России такую услугу обычно называют расширенной гарантией).

В то же время в США *guarantee* чаще используется в финансовом секторе (например, *guarantee* – «поручительство по кредиту»), а *warranty* используется значительно шире, например, для обозначения любого обещания о качестве товара, будь то прямое (*express*) или подразумеваемое (*implied*). При этом понимание разницы между последними позволяет определить, какие обязательства лежат на продавце по умолчанию в силу закона, а какие он взял на себя добровольно. *Express Warranty* (прямая гарантия) может быть в виде устного заявления, письменного описания товара или демонстрации образца. Например, фраза «Эта краска держится 10 лет и не выцветает на солнце» создает прямую гарантию. И, наоборот, *Implied Warranty* (подразумеваемая гарантия) возникает автоматически в силу закона при любой продаже товара и действует, даже если продавец не делал никаких гарантийных заявлений. Кроме того, в США, согласно закону Магнусона-Мосса (Magnuson-Moss Warranty Act 1995), призванному защитить покупателей от запутанных, обманных и несправедливых условий, все письменные гарантии на потребительские товары должны четко маркироваться. Следовательно, существуют *Full Warranty* (полная гарантия), которая бесплатна, в том числе для любого последующего владельца в пределах срока действия гарантии, и в случае неустранимой неисправности предлагает выбор между заменой и возвратом денежных средств, *Limited Warranty* (ограниченная гарантия), которая накладывает ограничения

на ответственность сторон и является самым распространенным типом потребительской гарантии, а также *Extended Warranty* (расширенная гарантия), название которой часто вводит в заблуждение, поскольку это, как и в Великобритании, не столько гарантия как таковая, сколько платный сервисный контракт, который начинает действовать после истечения срока основной гарантии.

Имеются также и термины, используемые в деловой коммуникации, призванные, наоборот, защитить продавца или поставщика услуг. Например, *Disclaimer of Warranties* (отказ от гарантий) исключает или ограничивает действие подразумеваемых (*implied*) гарантий, а формулировка *As-Is* (как есть) означает, что продавец не предоставляет никаких гарантий, покупатель принимает товар в его текущем, фактическом состоянии (инструмент, часто используемый при продаже подержанных вещей). Пункт *Limitation of Liability* (ограничение ответственности) устанавливает «потолок» ответственности продавца, позволяя выделить виды убытков, которые не подлежат возмещению. Еще есть *Consequential Damages* (косвенные убытки), которые возникают вследствие неисправности товара (например, упущенная выгода из-за поломки оборудования).

Как видим, знание специальной лексики обеими сторонами деловой коммуникации крайне важно для адекватного понимания и составления гарантийных текстов на английском языке, поскольку каждый из приведенных в качестве примера терминов служит для четкого регулирования прав и обязанностей сторон.

Под глубиной текста следует понимать потенциальную неоднозначность интерпретации смысла. В самой идее, что текст может быть открыт множеству интерпретаций, Е. Е. Молчанова и Т. И. Вострикова видят суть «прагматического подхода к тексту как сложному речевому акту, осуществляемому с определёнными намерениями и целями, в котором используется комплекс языковых средств и приёмов воздействия на адресата» [6, с. 36]. В. И. Карасик [3, с. 297] указывает, что «прототипным глубоким текстом является универсальное автосемантическое высказывание – сентенция, афоризм, пословица». В то же время исследователи делового языка отмечают, что высокая степень интерпретируемости текстов, функционирующих в деловой сфере коммуникации, способна значительно усложнить формальную коммуникацию, требуя от получателя больше времени на поиск скрытого смысла документа, что в корне недопустимо: поскольку гарантия является нормативным документом с регулятивной коммуникативной функцией, необходимым условием ее существования является обязательная однозначность толкования ее текста. Отсюда следует, что категория глубины не входит в конститутивные признаки гарантийных текстов [12, с. 63].

Другой содержательной категорией дискурса является импликативность, проявляющаяся в деловом дискурсе, прежде всего, как саморепрезентация адресанта, и таким образом способствующая обнаружению в гарантийных текстах некого косвенно выраженного (имплицитного) смысла. На наш взгляд, в гарантийных текстах имплицитный смысл в форме самопрезентации адресанта выражается в первую очередь на уровне формально-графических характеристик текста. Чем выше субъективно воспринимаемая позиция компании на рынке аналогичных услуг, тем большее значение она придает этому аспекту выпускаемых ею документов, особенно тех, которые содержат гарантийную информацию. Фирменные бланки, разработанные по оригинальному дизайну, включая использование высококачественной полиграфии зачастую с водяными знаками, голографическим изображением логотипа компании, специальным тиснением, способны имплицитно ввести в документ информацию о стабильности компании и ее финансового положения, в целом о состоятельности данной компании на рынке. В любом случае отметим, что указанная выше

информация составляет неотъемлемую часть всего объема информации, необходимой для создания спроса на ее продукцию или услуги; она создает своего рода элемент скрытой рекламы [12, с. 63]. Мы убеждены, что инвестиции в разработку и производство бланков подобных, казалось бы, незначительных документов, как руководства пользователя, гарантийные талоны и сертификаты качества, вполне оправданны, поскольку могут значительно снизить дорогостоящие рекламные расходы компании. Не стоит также забывать, что часть деловой коммуникации в современных реалиях перешла в интернет-пространство. Как отмечает В. А. Половкова, «несмотря на кажущуюся традиционность и консервативность форм взаимодействия в рамках деловой коммуникации, эта сфера общения претерпевает значительные изменения, связанные прежде всего с её переносом в интернет-пространство» [7, с. 35]. Соответственно, у многих компаний сегодня вся подобная информация расположена на сайте в виде ссылок или отдельных интерактивных кнопок, на которые адресату требуется нажать, чтобы появилась возможность приобретения товара или услуги. Если деловое общение осуществляется на маркетплейсах, то вся информация гарантийного характера размещается на специальных карточках товара или услуги. При этом часть гарантийных услуг на себя берет сама торговая площадка. В таком случае в отсутствии оригинальных бланков компания инвестирует в разработку стабильно работающих инструментов цифрового общения.

На наш взгляд, выражение благодарности за проявленный интерес к сотрудничеству – это еще один эффективный способ самопрезентации для адресанта; действительно, очень часто первое предложение большинства текстов гарантийного характера начинается именно с благодарности, а последующие могут содержать также признание ценности адресата для отправителя:

*“**Thank you** for choosing an Intex product! For your peace of mind, subject to the product purchased, your new investment may be eligible for Intex Warranty registration”.*

*“**Thank** you for purchasing Samsung Memory Card (the “Product”). Samsung **values your business** and always attempts to provide you the very best quality of service”.*

Интертекстуальность также входит в число наиболее важных содержательных категорий текста. Поскольку гарантийный текст представляет собой звено в цепи деловой коммуникации, он естественным образом опирается на предшествующие тексты и строится с учетом возможных реакций реципиента. В текстах, используемых в деловой коммуникации, интертекстуальность повсеместна, например, в англоязычных гарантийных документах часто встречаются сокращенные ссылки на законодательные акты, внешние нормативные документы (ISO, ASTM, CE, UL), которые являются «текстами-донорами»:

*“The product is warranted to conform to the specifications set forth in the applicable **ASTM International standards** in effect at the time of manufacture”.*

«ASTM International standards» является здесь интертекстуальным указанием целого корпуса технических текстов с перечнем стандартов качества.

В гарантийных текстах интертекстуальность выражается также посредством ссылок «на другие документы (договор, квитанцию об оплате) или на юридический документ, устанавливающий действительность гарантии» [12, с. 66]:

*“During the warranty period, if you discover a defect, you must notify us in writing within 7 days. You will be asked to provide **proof of purchase** and **a description of the issue**. Once we approve your claim, you will receive a return authorisation number. You should then send the product to our service centre. You agree that this warranty does not cover damage caused by misuse, accidents, or unauthorised modifications”.*

*"**Please ensure you carefully read and follow the care and maintenance instructions** that came with your specific tyres to extend their life".*

*"**Just make sure you keep the original packaging** until you are sure you want to keep the product".*

Посредством этого директивного речевого акта производитель отсекает потенциально несостоятельные жалобы клиентов, тем самым подчеркивая надежность своей продукции. Адекватное понимание этой информации должно побудить некоторых покупателей правильно использовать продукт и косвенно вызвать у потенциальных жалобщиков чувство вины в случае несоблюдения условий использования, что значительно сократит в дальнейшем количество жалоб и споров.

Гарантийные тексты могут также содержать отсылку на реальное или возможное последующее взаимодействие коммуникантов по условиям выполнения гарантийных обязательств:

*"The replacement and repair of Hardware listed in the **Exhibit ____ to this Contract** shall be carried out in case when **the Customer presents the following documents** necessary for export of faulty hardware or its parts".*

*"If the Contractor defaults or neglects to correct defective Work within a 14 days period after **receipt of written notice from Owner**, the Owner may, without prejudice to other remedies, correct such deficiencies at the Contractor's expense".*

*"Provided that **Buyer notifies Supplier in writing** of any claimed defect in the equipment immediately upon discovery and any such equipment is returned … within 1 year from date of shipment …Supplier shall, at its option, repair or replace such equipment. If the equipment is modified or in any way altered without **the explicit written consent of Supplier**, then this warranty is null and void".*

Интертекстуальность позволяет таким образом привязать гарантию к правовой системе, к системе стандартов качества, ко всей остальной документации, подтверждающей взаимодействие коммуникантов.

Резюмируем, что изучение семантико-прагматических характеристик гарантийных текстов позволило раскрыть в них полифункциональный потенциал, базирующийся не только на их базовой регулятивной функции, но также и на выраженном стремлении адресанта к самопрезентации, проявлении доброй воли производителя и на рекламном характере подобных текстов. Понимание описанных в статье семантико-прагматических характеристик исследуемого концепта позволит носителям русской лингвокультуры выстроить оптимальную модель взаимодействия с англоязычными деловыми партнерами в условиях межкультурной коммуникации.

Список источников

1. Воробьев Г. Г. Документ: информационный анализ / Г. Г. Воробьев. – Москва : Наука, 1973. – 255 с.

2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – Москва : Наука, 1981. – 140 с.

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

4. Ковшикова Е. В. Категория коммуникативной точности (на материале текстов деловых писем) / Е. В. Ковшикова. – Волгоград, 1997. – 191 с.

5. Колокольцева Т. Н. Диалогичность и диалогическая коммуникация в блогах // Гуманитарные исследования. – 2025. – № 3 (95). – С. 23–34.

6. Молчанова Е. Е. Система «адресант – текст – адресат» как конструктивная речевого взаимодействия / Е. Е. Молчанова, Т. И. Вострикова // Гуманитарные исследования. – 2023. – № 1 (85). – С. 32–41.

7. Половкова В. А. Трансформация жанра деловой беседы в мессенджер-коммуникации / В. А. Половкова // Гуманитарные исследования. – 2025. – № 3 (95). – С. 34–44.

8. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – Москва : Academia, 2000. – 128 с.

9. Солодуб Ю. П. Интертекстуальность как лингвистическая проблема / Ю. П. Солодуб // Филологические науки. – 2000. – № 2. – С. 51–57.

10. Сыщиков О. С. Конвенциональная имплицитность в деловом дискурсе / О. С. Сыщиков // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 96–103.

11. Контракты. Гарантии. – URL: https://english4real.com/contracts-garantii.html.

12. Федотова Н. С. Концепт «гарантия» в англоязычном деловом дискурсе / Н. С. Федотова. – Волгоград, 2005. – 155 с.

13. Федотова Н. С. Условия дискурсивного существования концепта «гарантия» / Н. С. Федотова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / отв. ред. А. Г. Пастухов. – Орёл : Орловский гос. ин-т культуры, 2009. – Вып. 7. – С. 138–150.

14. Черноусова Ю. А. Контракты в англоязычном деловом дискурсе: сущность, основные характеристики, типология / Ю. А. Черноусова, Т. А. Ширяева // Гуманитарные исследования. – 2011. – № 3 (39). – С. 104–110.

References

1. Vorobyov G. G. *Dokument: informatsionnyy analiz = Document: Information Analysis*. Moscow: Nauka; 1973:255 p.

2. Galperin I. R. *Tekst kak obekt lingvisticheskogo issledovaniya = Text as an Object of Linguistic Research*. Moscow: Nauka; 1981:140 p.

3. Karasik V. I. *Yazykovoy krug: lichnost, kontsepty, diskurs = Language Circle: Personality, Concepts, Discourse*. Volgograd: Peremena; 2002:477 p.

4. Kovshikova E. V. *Kategoriya kommunikativnoy tochnosti (na materiale tekstov delovykh pisem) = The Category of Communicative Accuracy (Based on Business Letter Texts)*. Volgograd; 1997:191 p.

5. Kolokoltseva T. N. Dialogism and Dialogic Communication in Blogs. *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian Studies*. 2025;3(95):23–34.

6. Molchanova, E. E. The Addresser – Text – Addressee System as a Constructive Element of Speech Interaction. *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian Studies*. 2023;1(85):32–41.

7. Polovkova, V. A. Transformation of the Business Conversation Genre into Messenger Communication. *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian Studies*. 2025;3(95):34–44.

8. Slyshkin G. G. *Ot teksta k simvolu: lingvokulturnye kontsepty pretsedentnykh tekstov v soznanii i diskurse = From Text to Symbol: Linguocultural Concepts of Precedent Texts in Consciousness and Discourse*. Moscow: Academia, 2000. 128 p.

9. Solodub Yu. P. Intertextuality as a Linguistic Problem. *Filologicheskie nauki = Philological Sciences*. 2000; 2:51–57.

10. Syshchikov O. S. Conventional Implicitness in Business Discourse. *Yazykovaya lichnost: institutsionalnyy i personalnyy diskurs = Linguistic Personality: Institutional and Personal Discourse*. Ed. by V. I. Karasik, G. G. Slyshkin. Volgograd: Peremena; 2000:96–103.

11. *Kontrakty. Garantii = Contracts. Guarantees*. URL: https://english4real.com/ contracts-garantii.html.

12. Fedotova N. S. *Kontsept “garantiya” v angloyazychnom delovom diskurse = The Concept of “Guarantee” in English-Language Business Discourse.* Volgograd; 2005:155 p.

13. Fedotova N. S. Conditions of the Discursive Existence of the Concept of “Guarantee”. *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediynom diskurse = Text Genres and Types in Scientific and Media Discourse.* Ed. by A. G. Pastukhov. Orel: Orel State Institute of Culture; 2009;7:138–150.

15. Chernousova Yu. A., Shiryaeva T. A. Contracts in English-Language Business Discourse: Essence, Main Characteristics, and Typology. *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian Studies*. 2011;3(39):104–110.

Информация об авторах

Н. С. Федотова – кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии;
Г. Н. Шатохина – кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии.

Information about the authors

N. S. Fedotova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Philology;
G. N. Shatokhina – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Philology.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 17.06.2026; одобрена после рецензирования 26.06.2026; принята к публикации 29.06.2026.

The article was submitted 17.06.2026; approved after reviewing 26.06.2026; accepted for publication 29.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 106–116.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):106–116.

Научная статья
УДК 070.1

КОММЕНТАРИЙ В ОНЛАЙНОВЫХ СМИ: НОВЫЕ ГРАНИ ЖАНРА

Наиля Мунировна Байбатырова
Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия, aulova83@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-2807-1842

Аннотация. В статье рассматривается сущность и эволюция комментария как нового жанра в онлайновых средствах массовой информации, выявляются его особенности и функции в современных коммуникационных процессах. Основной предмет исследования включает анализ комментариев, размещенных на платформах новостных сайтов и социальных медиа, а также изучение их влияния на формирование общественного мнения. Пользовательские комментарии представляют собой особую форму онлайн-коммуникаций. Автор статьи рассматривает комментарии пользователей в онлайновых медиа как сложный феномен на стыке лингвистики, прагматики и социокультурных исследований. Цель работы – проанализировать трансформацию жанра комментария в контексте его бытования в новых медиа и социальных сетях как инструмента интерактивности и формы коммуникации редакции, авторов и пользователей. Выявляются лингвистические маркеры, прагматические функции и социокультурные стратегии, реализующиеся в пользовательских откликах, а также исследуется их влияние на медийную коммуникацию и публичную дискуссию. Особое внимание в статье уделено изучению паттернов социальной активности аудитории. Обращение к данной проблематике обусловлено значимостью медиаисследований в области изучения комментарийного корпуса сетевых публикаций. Материалом исследования послужили комментарии к текстам российских онлайновых изданий «URA.RU» и «Т-Ж», собранные с учётом тематики, жанра и аудитории. Методология исследования включает контент-анализ комментариев, их классификацию по различным критериям, в том числе по тематике, стилю, эмоциональной насыщенности, лингвистическим характеристикам. Внимание автора сосредоточено на изучении феномена пользовательского контента в онлайновом медиапространстве и его влияния на социальные процессы. Статья расширяет междисциплинарное понимание пользовательских комментариев как значимого компонента современных медиакоммуникаций. Сделан вывод о том, что комментарии в новых медиа стали не только средством выражения мнения, но и самостоятельным жанром с уникальными характеристиками, которые позволяют пользователям активно взаимодействовать с контентом.

Ключевые слова: онлайновая медиасреда, комментарий, пользовательский отклик, жанровая трансформация, медийная коммуникация, модерация, цифровая среда

Для цитирования: Байбатырова Н. М. Комментарий в онлайновых СМИ: новые грани жанра // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 106–116.

© Байбатырова Н. М., 2026

Original article

COMMENTARY IN ONLINE MEDIA: NEW FACETS OF THE GENRE

Nailya M. Baybatyrova
Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia, aulova83@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-0063-464X

Abstract. This article examines the nature and evolution of commentary as a new genre in online media, identifying its characteristics and functions in contemporary communication processes. The primary focus of the study is the analysis of comments posted on news websites and social media platforms, as well as their influence on public opinion. User comments represent a unique form of online communication. The author examines user comments in online media as a complex phenomenon at the intersection of linguistics, pragmatics, and sociocultural studies. The purpose of the study is to analyze the transformation of the commentary genre in the context of its existence in new media and social networks as a tool of interactivity and a form of communication between editors, authors, and users. The article identifies linguistic markers, pragmatic functions, and sociocultural strategies implemented in user responses, and examines their influence on media communication and public debate. Particular attention is paid to studying patterns of audience social activity. The focus of this study stems from the particular importance of media research in examining online publication commentary. The research material consists of comments on texts from the Russian online publications URA.RU and T-Zh, collected based on topic, genre, and audience. The research methodology includes a content analysis of the comments and their classification according to various criteria, including topic, style, emotional intensity, and linguistic characteristics. The author focuses on the phenomenon of user-generated content in the online media space and its impact on social processes. This article expands the interdisciplinary understanding of user comments as a significant component of modern media communications. It is concluded that comments in new media have become not only a means of expressing opinions but also an independent genre with unique characteristics that allow users to actively engage with the content.

Keywords: online media environment, commentary, user response, genre transformation, media communication, moderation, digital environment.

For citation: Baybatyrova N. M. Commentary in online media: new facets of the genre. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):106–116 (In Russ.).

Одним из вопросов при изучении феномена онлайновых медиа, пришедших на смену традиционным СМИ, становится проблема активного пользователя. Такой пользователь выступает не пассивным потребителем информационного продукта, а его производителем. Комментарии пользователей в онлайн-медиа представляют собой уникальный цифровой дискурс – неформальный, динамичный, часто эмоционально заряженный и насыщенный маркерами цифровой идентичности. Обширные исследования, проводимые представителями различных научных дисциплин, включая медиаисследования и лингвистику, освещают многообразные аспекты этого явления. Лингвисты уделяют внимание языковым и стилистическим особенностям интернет-комментариев, исследуя их структуру, функциональные характеристики и социокультурные контексты [2]. В свою очередь, медиаисследователи анализируют влияние интернет-комментариев на формирование общественного мнения, процессы медиафикации и динамику взаимодействия пользователей в цифровом пространстве [1; 8]. Комментарий пользователя предстает не только как объект лингвистического анализа, но и как важный элемент современных медийных практик, что открывает новые возможности для междисциплинарных исследований и теоретических разработок.

Подвижная структура интернет-комментариев свидетельствуют о том, что традиционные жанры коммуникации адаптируются и трансформируются в условиях цифровой среды. Они становятся не только инструментом

обратной связи, но и полноценным жанром с уникальными характеристиками и функциями. Анализ комментариев позволяет выявить прагматические, социокультурные аспекты, а также лингвистические особенности пользовательских текстов-откликов.

В настоящее время внимание аудитории сконцентрировано на социальных сетях, позволяющих создавать индивидуальную персонифицированную новостную ленту новостей. Интерес к исследованию пользовательских комментариев не только не теряет своей актуальности, но и возрастает на нынешнем этапе изучения практик социальных медиа в контексте их медийного потенциала. Актуализируются вопросы деформации традиционных коммуникативных моделей, изменения роли реципиента и паттернов медиапотребления. Исследователи Л. Г. Ким, А. А. Рольгайзер рассматривают интернет-комментарий как сложное жанровое образование, используют комплексную модель описания жанра [3]. В то же время текущее состояние социальных медиа актуализирует более глобальный подход к трансформации моделей медиапотребления, детерминированной современным состоянием российского сегмента Интернета и доступа к определённым ресурсам.

Выделим основные характерные признаки пользовательских откликов в новых медиа и социальных сетях, которые отличают их от традиционного комментария:

Прежде всего – это *непосредственность и доступность*. В отличие от традиционных средств массовой информации, где материалы проходят несколько этапов редакции и утверждения, комментарии могут быть оставлены пользователями моментально и без предварительной модерации (при условии отсутствия цензуры). Это создает свободную конструкцию общения.

Во-вторых, *краткость и лаконичность*. В условиях ограниченных форматов новых медиа и социальных сетей комментарии стали проявляться в форме коротких, ёмких и зачастую эмоционально ярких высказываний, которые соответствуют скорости восприятия информации пользователями.

Наконец, *многообразие форматов*. Пользовательские комментарии могут быть текстовыми, визуальными (например, эмодзи, мемы) или представляться в видеоформате, что открывает новые способы самовыражения для участников коммуникации. Таким образом жанр адаптируется к возможностям платформы и предпочтениям аудитории.

Пользовательские отклики служат инструментом интерактивности за счет их способности стимулировать диалог. Редакции новых медиа используют комментарии для повышения рейтинга публикаций и медиаресурсов в целом. Обратимся к материалу исследования, которым послужил корпус комментариев к текстам российских онлайновых изданий «URA.RU» и «Т-Ж», собранный с учётом тематики, жанра и аудитории. В качестве методов применялись дискурс-анализ, корпусный и прагмалингвистический анализ комментариев в онлайновых СМИ.

Междисциплинарный подход позволяет получить более полное представление о роли пользовательских комментариев в современных медиакоммуникациях. Специалисты разных областей рассматривают их не только как выражение индивидуального мнения, но и как сложное явление, формирующее культурные, социальные и политические процессы. Исследование пользовательских комментариев как значимого компонента современных медиакоммуникаций включает в себя анализ этого явления с точки зрения различных наук, таких как социология, психология, медиаисследования и лингвистика.

- *Социологический подход.* Комментарии пользователей стали предметом изучения социальных взаимодействий в онлайн-пространстве. Социологи

исследуют, как пользовательские комментарии отражают общественные мнения, формируют общественные движения и влияют на социальную идентичность.

- *Психологический подход.* Психологические исследования фокусируются на мотивации пользователей, комментирующих редакционный контент. Они рассматривают, как индивидуальные и коллективные психологические факторы влияют на характер комментариев, их эмоциональную окраску и степень вовлеченности.
- *Лингвистический подход.* Исследования в области лингвистики изучают язык и стиль комментариев, их риторические стратегии и взаимодействие между пользователями. Это помогает понять, как язык влияет на восприятие информации и формирует общественное мнение.
- *Медиаподход.* В рамках медиаисследований анализируются роль комментариев в контексте медийной экосистемы. Комментарии могут служить инструментом обратной связи для редакций онлайновых СМИ, а также способом формирования сообщества вокруг контента, влияя на сам процесс медиапроизводства и распространения информации.
- *Технологический подход.* Комментарии пользователей рассматриваются в контексте платформенных технологий и алгоритмов. Анализируются эффективные механизмы модерации комментариев на новостных сайтах или в социальных сетях, изучаются алгоритмы, которые поднимают или занижают видимость определенных комментариев, а также то, как это влияет на общественное мнение.

Комментарии позволяют пользователям взаимодействовать друг с другом, обсуждать темы, высказывать мнения и задавать вопросы. Это создает сообщество вокруг контента, позволяя разнообразным точкам зрения «звучать» в рамках более широких обсуждений. В эпоху социальной и любительской журналистики комментарии служат инструментом формирования новых нарративов. Обсуждения в комментариях, мнения пользователей могут изменять представление о первичном контенте, предоставляя новые суждения и добавляя элементы, которые могут быть пропущены в редакционных статьях. Открытые комментарии содействуют активному участию в формировании тематических ячеек, рубрик и разделов. Пользователи становятся не просто зрителями, а активными участниками дискуссии, что повышает их вовлеченность и интерес к темам. Так, происходит стимулирование интереса постоянных читателей корпоративного медиа Т-Банка – электронного журнала «Т-Ж».

Самая обновляемая рубрика «Новости» публикует материалы о политике, экономике, происшествиях, социальной жизни. Открытые комментарии к публикациям становятся не просто сопутствующим элементом редакционных статей, а активным фактором формирования контентного поля. Они позволяют пользователям идентифицировать себя с определенной группой или идеей. Это, в свою очередь, способствует формированию устойчивой аудитории, которая будет возвращаться к ресурсу для дальнейшего обсуждения и обмена мнениями. Так, пост в журнале «Т-Ж» от 18 мая 2026 г. под заголовком «Количество отцов в декретном отпуске выросло в 8 раз в 2023–2025 годах» собрал десятки комментариев[1]. В материале сообщается: *«Отцы стали гораздо чаще оформлять декретный отпуск – с 2023 года их количество увеличилось почти в восемь раз. Вероятно, это связано с возможностью оформлять выплаты по уходу за ребенком на работающего родителя»*. Далее размещена статистика, согласно которой отцы стали чаще пользоваться возможностью побывать в декрете: *«В период с 2021 по 2023 годы количество декретных отпусков, оформленных на мужчин, держалось на отметке*

[1] URL: https://t-j.ru/news/paternity-leave-rising/.

в 30 тысяч. В 2024 году цифра увеличилась до 81,5 тысячи. В 2025 она выросла еще втрое – 226 тысяч. Это 14 % от общего количества декретов». Пользователи высказывают различные мнения: *«Ну все, матриархат наступил. Теперь мужики будут на лавочках с колясками памперсы обсуждать, а женщины – на заводах план делать»; «А ещё есть возможность выйти в отпуск по уходу за ребёнком на один день, потом вернуться на работу…»; «Следующий я!»*[1]. Кто-то делится собственным опытом: *«Я зарабатываю больше мужа, сперва в декрете сидела я. Когда сыну было 9 месяцев, начала работать по основному места работы на полставки с сохранением выплат по уходу за ребенком, плюс появились две шабашки. На подхвате были все: муж, свекр, иногда приходящая няня с почасовой оплатой (повезло найти на Авито). Когда сыну исполнилось полтора года и закончились выплаты пособия, я вернулась в офис на полную ставку, а в декрет ушел муж. Пособия уже не было, но моего заработка хватало. У мужа случались разовые подработки, но это было очень редко. Негативную реакцию один раз услышали от моей мамы, мол немужское дело, все остальное окружение реагировало либо безразлично, либо позитивно».* Отдельные комментарии имеют оптимистический тон: *«Ну вот, а женщины жалуются. Вот какие осознанные и ответственные отцы у нас в стране живут. Всем пример брать с них надо»; «У нас так было. Папа объективно справлялся с домом и ребенком чуть хуже мамы, но старался как мог. Зато с сыном у папы любовь, муж понимает, что из себя представляет нагрузка “дом, ребенок”»*[2].

В приведенном примере пользователи активно высказываются на тему, которая затрагивает их повседневную семейную жизнь. Одна из ключевых функций комментариев в данном случае – создание сообщества, в котором люди могут обмениваться опытом и выражать свои мнения о происходящих событиях. Пост, посвященный увеличению числа отцов в декретном отпуске, вызывает многообразие мнений и реакций, что свидетельствует о социальной значимости и актуальности темы. Комментарии варьируются от положительных и поддерживающих до критических и саркастических, что указывает на сложные общественные представления о роли мужчин и женщин в семье и трудовой сфере. Пользователи делятся личными историями, что создает возможность для идентификации с комментаторами и подчеркивает значение индивидуального опыта в формировании общественного мнения. К примеру, сообщение о том, как отец заботится о ребенке, подтверждает диверсификацию ролей в семейной структуре.

Открытые комментарии к публикациям стали важным элементом онлайн-дискуссий, играя критическую роль в социальном взаимодействии. Комментарии создают микросоциальные группы, где пользователи могут искать единомышленников, находить поддержку, а иногда и провоцировать обширные дискуссии. Нестандартные или юмористические комментарии демонстрируют стратегию использования юмора как средства для снижения социальной напряженности, что также создает определенную идентичность. Комментарии к публикации не являются лишь дополнением к основному тексту. Они в значительной степени формируют содержательное поле электронного журнала «Т-Ж», определяя, какие аспекты темы будут актуальны в дальнейшем обсуждении. Некоторые комментарии (такие как «Ну всё, матриархат наступил») показывают наличие стереотипов и негативной реакции на изменения в традиционных гендерных ролях. Это является индикатором наличия сопротивления со стороны тех, кто не согласен с новой социальной реальностью. Значимой

[1] URL: https://t-j.ru/news/paternity-leave-rising/.
[2] Там же.

функцией открытых комментариев является их роль в обратной связи с редакцией или авторами контента. Комментарии могут служить индикатором восприятия материалов аудиторией, позволяя авторам адаптировать свои подходы и стили ведения дискуссии в зависимости от получаемого отклика.

В онлайн-журнале «Т-Ж» ежемесячно подводятся итоги, определяются лучшие комментарии. Так, в рубрике «Доска почёта» размещаются материалы, в которых собраны самые оригинальные и запоминающиеся отзывы пользователей комьюнити. Публикация «15 премиальных комментариев мая 2026 года. Советы, осознания и мудрые мысли» содержит подборку пользовательских отзывов за месяц[1]. В номинации «Осознание месяца» победителем стал комментарий к дискуссии «Когда вы почувствовали себя взрослым человеком?»: *«Мне уже 33, женат 10 лет и есть ребенок. Съехал от родителей в 19 и уже взял в ипотеку квартиру для дочери. Так вот: мне до сих пор кажется, что вокруг меня “настоящие” взрослые, а я просто юный бунтарь, который тут просто по приколу»*. Номинация «Позитивный взгляд месяца» отмечена комментарием пользователя Наталии М.: *«Что-то вы рано приуныли) Я бы сейчас с таким удовольствием поучилась… Ходишь себе на пары, читаешь в общаге книжки, лопаешь в столовой, хохочешь от глупых шуток весь вечер с соседками, и впереди вся жизнь… эх… А так я Наташа, мне 35 лет, у меня сын с диагнозом, две ипотеки, повышенный холестерин и варикоз»*[2].

В данном случае можно говорить о том, что комментарии становятся не просто интернет-жанром, а полноценным инструментом повышения рейтинга онлайновых СМИ. Они не только увеличивают вовлеченность и создают интерактивность, но и способствуют улучшению видимости в поисковых системах, формированию доверия и положительного имиджа, влияют на алгоритмы социальных сетей и позволяют адаптировать контент к интересам аудитории. Пользовательские комментарии могут оказать положительное влияние на SEO (поисковую оптимизацию). Комментарии, генерируемые пользователями, добавляют уникальный контент на страницах, что делает их более привлекательными для поисковых систем. Сайты с большим объемом уникального контента имеют больше шансов занять высокие позиции в поисковой выдаче. Пользователи могут использовать ключевые слова и фразы, которые не всегда присутствуют в основном контенте. Их комментарии могут дополнительно продвигать страницу в результатах поиска. Современные социальные сети и платформы новостей используют алгоритмы, учитывающие активность пользователей, в том числе комментарии. Комментарии к редакционным материалам оказывают непосредственное влияние на алгоритмы ранжирования: социальные сети и новостные платформы могут «поднимать» контент с большим количеством комментариев в лентах новостей. Это повышает его видимость и может привести к личной привлекательности для новых пользователей. Кроме того, чем больше комментариев к посту, тем выше его шанс быть замеченным и обсуждаемым. Создается эффект «вирусности», который может способствовать многократному увеличению аудитории. Все эти факторы в конечном итоге оказывают влияние на рост популярности и рейтинга медиаресурсов в цифровой среде.

Еще одной важной для редакций онлайновых СМИ функцией является то, что пользовательские комментарии могут служить ценной обратной связью для редакторов и авторов контента. Анализ пользовательских комментариев позволяет выявить предпочтения и интересы аудитории, что способствует адаптации контента под запросы пользователей. Пользовательские отклики

[1] URL: https://t-j.ru/best-comments-may-2026/.
[2] Там же.

могут помочь корректировать ошибки и уточнять информацию. Это дает возможность своевременно вносить коррективы и улучшать качество редакционных материалов. Практика работы с комментариями наблюдается на сайте информационного агентства «URA.RU»[1]. Это информационное агентство с главным офисом в Екатеринбурге, которое публикует на своем ресурсе главные новости России, мира и Большого Урала. Журналисты СМИ работают в Свердловской, Челябинской, Тюменской и Курганской областях, в Пермском крае, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах, а также в Москве. Ежедневно на сайте размещаются общественно важные и резонансные материалы, влияющие на информационную повестку и развитие гражданского общества в России. Открытые комментарии здесь играют ключевую роль в развитии взаимодействия между контентом и аудиторией. Они не только активизируют обсуждения и формируют сообщество, но и способствуют улучшению качества контента посредством обратной связи. Функция открытых комментариев расширяет горизонты коммуникации и углубляет взаимодействие между читателями и авторами.

В рубрике «Политика» 19 июня 2026 г. размещен материал «Отборные слухи о лучших людях Большого Урала» с подзаголовком «О жеребце вице-губернатора, депутатской скотобойне и дворнике на столе у мэра»[2]. В лиде публикации говорится: *«“Слухи” – это информация от наших источников, которую мы не можем подтвердить. Но, заботясь об информированности своего читателя, URA.RU публикует эту непроверенную информацию: не бойтесь слухов – правда часто оказывается страшнее».* Пост содержит подборку о политических персонах Свердловской, Челябинской, Курганской, Тюменской областей, Пермского края, Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов. Открытые комментарии пользователей показывают вовлеченность в общественную и политическую сферу жителей этих регионов: *«Разберитесь, на каком основании Спиридонов Д. использовал служебную машину для поездок по курортам во время отпуска, там умудрился попасть в аварию. А вот ремонт машины провел через районные деньги», «Ох уж этот Куцевляк»*. Другие отклики читателей являются попыткой решить обыденные проблемы городов и областей: *«Какой грамотей только изуродовал улицу Братьев Кашириных, это ж надо такое слепить, просто ужас, куда только руководство смотрел? Зимой не одна машина столбы поцелует...», «Потопы в Челябинске – это закономерность, нужно заниматься ливневой канализацией!», «Я там учился несколько лет назад, и честно говоря, такие схемы были у всех на слуху. Хорошо, что вскрылось, но плохо, что руководство колледжа, видимо, тоже знало и молчало. Но пусть дадут рассрочку, чтобы они могли расплатиться и, возможно, продолжить работать, но уже честно. Гуманность суда – это нормально, если она не превращается в индульгенцию»*[3].

Данный пример демонстрирует, как комментарии пользователей к журналистскому материалу активно способствуют созданию диалога и формированию сообщества, которое важно для понимания местных реалий. Пользователи не только обсуждают представленный контент, но и поднимают важные проблемы, что подчеркивает их активную роль в общественной жизни. Пользовательские отклики создают пространство для активного обсуждения, касающегося не только слухов о политиках, но и более широких социальных вопросов. Комментарии содержат упоминания конкретных имен политических акторов, проблем и ситуаций, которые волнуют жителей регионов. Это

[1] URL: https://ura.news/.

[2] URL: https://ura.news/articles/1053102917?ysclid=mqtsctrfpf549437022.

[3] Там же.

подтверждает, что пользователи не просто воспринимают информацию, а активно вовлекаются в обсуждение социальных и политических вопросов. Например, диалоги о применении служебного транспорта и связанных с ним нарушениях служат катализатором для дальнейшего обсуждения этики и ответственности властей. Комментарии демонстрируют, что пользователи ищут единомышленников и стремятся создать сообщество, объединённое общими проблемами и интересами. Упоминания о «потопах в Челябинске» и состоянии городской инфраструктуры создают пространство для формирования общего мнения о качестве жизни в области. Пользовательские сообщения могут способствовать созданию и развитию сообщества, состоящего не только из критиков, но и тех, кто предлагает конкретные решения.

Онлайновые медиа в современной ситуации ограниченности отечественного медиаполя делают акцент не только и не столько на производстве редакционного контента, сколько на расширении функциональных границ для реципиентов, т.е. для обычных читателей и пользователей. Они выступают в роли комментаторов, интерпретаторов и модераторов первичных сообщений. В последние годы в пространстве сетевых электронных ресурсов все активнее происходит взаимозаменяемость пользовательского и журналистского контента. Трансформируется и модель медиапотребления, связанная с изменением роли аудитории. Феномен онлайн-журналистики становится объектом осмысления ученых с точки зрения исследования пользовательского поведения в пространстве социальных сетей. В. И. Карасик рассматривал комментарий в системе жанров сетевого дискурса [4]. В другой статье данный исследователь акцентировал внимание на герменевтической природе комментария, указывая на его вторичность и основные «функции разъяснения, подтверждения, уточнения и критической оценки информации» [5, с. 45].

Феномен пользовательских комментариев в онлайновых медиа и социальных сетях заключается и том, что сообщения пользователей, размещенные после основного материала, часто перетягивают на себя внимание реципиентов. Их зачастую читают с наибольшим интересом, чем редакционные статьи, по нескольким причинам:

- *Субъективность и персонализация.* Пользовательский отзыв содержит личные мнения и эмоции, которые делают информацию более близкой и понятной читателю.
- *Многообразие мнений.* В отличие от односторонних редакционных статей, комментарии представляют широкий спектр мнений, что делает обсуждение более динамичным, интересным и многомерным.
- *Эффект «сообщества».* Читая комментарии, пользователи чувствуют себя частью единого сообщества, обладающего «коллективным разумом». В таком комьюнити их мнения важны и могут быть поддержаны или оспорены.

Обозначим также основные прагматические, социальные и лингвостилистические особенности интернет-комментариев как вторичных текстов. *Функционально-прагматические особенности* пользовательских откликов заключаются в совокупности основных задач, которые они решают. Комментарии часто имеют целью поддержку, критику, предложение решений или постановку вопросов для дальнейшего обсуждения. Они могут быть конструктивными или деструктивными, в зависимости от намерений автора, что отражает прагматическую направленность общения. О деструктивной стороне взаимодействия в сети пишет З. М. Тимербулатов [7]. Его исследование посвящено токсичности виртуальной реальности. *Социальные особенности* жанра комментария состоят в том, что они служат основой для формирования идентичности онлайн-сообществ, создавая социальные связи и устанавливая определённые нормы общения. Интернет-комментарии часто отражают культурные

и социальные контексты аудитории. Например, могут использоваться профессионализмы, сленг, жаргонная лексика. *Лингвостилистические особенности* сетевого комментария определяются повышенной эмоциональностью и оценочностью жанра, о чем в своем исследовании писала И. В. Топчий [9]. В комментариях часто проявляются элементы неформального стиля общения, что делает их адекватными для общения в интернет-сообществах и социальных сетях. Структура комментариев отличается от традиционного текста: чаще используются краткие фразы, имитирующие устную речь, а также сленг, жаргонная лексика, эмодзи. «Интернет-комментарии грешат орфографическими, пунктуационными и грамматическими ошибками, что еще раз свидетельствует о том, что автором интернет-комментария может быть любой пользователь интернета», – отмечает Т. И. Стексова [6, с. 87].

Пользовательские комментарии представляют собой особую форму онлайн-коммуникаций. Их можно рассматривать как паттерны социальной активности аудитории. Исследователь М. П. Филиппова в своей работе разграничивает жанры интернет-комментария и интернет-форума, дифференцируя их по ситуационным и стилеобразующим признакам, критериям структурности и композиционности, происхождению, месту и времени взаимодействия участников коммуникации, форме речи и факторах непосредственного участия коммуникантов, языковых особенностях жанров [10]. Как было отмечено ранее, появляется заметный интерес медиаисследователей не к самим новостным текстам как к первоисточникам сообщений, а к комментарийному корпусу. Читатели, которые сосредоточивают внимание на комментариях, видят вторичные тексты-реакции на стартовый информационный повод. Об этом пишет и М. П. Филиппова: «Как и сообщение на интернет-форуме, интернет-комментарий является вторичным к исходному тексту и является реакцией на какое-либо сообщение» [10, с. 1050]. При этом в комментариях достигается высокая степень фрагментации, что приводит к образованию информационных лакун, заполняемых краткими либо развернутыми комментариями. Дополнение первоначальных редакционных текстов комментариями и очередность их появления и выстраивания во многом происходит хаотично и бессознательно.

Таким образом, с ростом цифровой медийной среды комментарии стали важнейшим индикатором общественного мнения, социальных, культурных конфликтов и медийной манипуляции. Комментарии в Интернете представляют собой богатый, многогранный жанр с характерными особенностями, способствующими активному участию пользователей, образованию сообществ и динамическому обмену мнениями. Они значительно меняют ландшафт коммуникации, продолжая развиваться в условиях новых медиа и социальных сетей. Пользовательские отклики приобрели значение как самостоятельные элементы современной медиакоммуникации. Их анализ – ключ к пониманию цифровой социальной психологии и медиадискурса XXI в. Результаты исследования показывают высокую вариативность языковых средств в сетевых комментариях: частое использование экспрессивной лексики, эмотиконов, графических стратегий (верхний регистр, пунктуационные усилители), механизмов иронии и интертекстуальности. Прагматически комментарии выполняют функции аргументации, идентификации группы, регуляции дискуссии и провокации. Отмечаются устойчивые стратегии агрессии и троллинга, а также формирование внутригрупповых норм коммуникации и стандартов, моделей речевого взаимодействия с членами других групп в сетевом пространстве. Социокультурный анализ выявляет зависимость языковых и поведенческих паттернов от тематики материала, политического контекста и демографических характеристик авторов.

Представляется, что владельцам современных онлайновых СМИ важно ответственно относиться к мониторингу и модерации комментариев. В настоящее время происходит коммерческая и политическая инструментализация аудитории, а также смещение коммуникации в Интернете от медийной модели «один – многим» в сторону «многие – многим». Перспективы дальнейшего исследования пользовательских откликов в онлайновых медиа заключаются в возможности составления рекомендаций для модерации комментариев онлайновых медиа, а также разработке алгоритмов автоматического мониторинга и повышении качества взаимодействия редакций новых медиа с аудиторией.

Список источников

1. Василенко Е. Н. Комментарий в жанровом пространстве интернет-дискурса / Е. Н. Василенко // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Сер. 1: Филология. – 2019. – № 3 (100). – С. 20–27.

2. Гуц Е. Н. Функционирование экспрессивной лексики в интернет-комментариях / Е. Н. Гуц, В. А. Миллер // Коммуникативные исследования. – 2023. – Т. 10, № 4. – С. 706–721.

3. Ким Л. Г. Комментарий vs интернет-комментарий: к проблеме специфики жанра виртуальной коммуникации / Л. Г. Ким, А. А. Рольгайзер // Жанры речи. – 2024. – Т. 19, вып. 3 (43). – С. 286–294.

4. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса / В. И. Карасик // Жанры речи. – 2019. – № 1 (21). – С. 49–55.

5. Карасик В. И. Комментарий как жанр герменевтического дискурса / В. И. Карасик // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2009. – № 7. – С. 32–47.

6. Стексова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность / Т. И. Стексова // Жанры речи. – 2014. – № 1–2 (9–10). – С. 81–88.

7. Тимербулатов З. М. Токсичность виртуальной реальности / З. М. Тимербулатов // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 7. – С. 145–147.

8. Топчий И. В. Комментарий в социальных медиа / И. В. Топчий // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 2 (36). – С. 157–162.

9. Топчий И. В. Эмоциональный фон комментария как результат различных способов его оценки / И. В. Топчий // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – № 3 (33). – С. 175–181.

10. Филиппова М. П. Интернет-комментарий и сообщение на интернет-форуме: Параметры жанрового разграничения / М. П. Филиппова // Вестник Удмуртского университета. Сер.: История и филология. – 2020. – Т. 30, № 6. – С. 1049–1054.

References

1. Vasilenko E. N. Commentary in the genre space of Internet discourse. *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya 1 “Filologiya”* = *Bulletin of the Minsk State Linguistic University. Series 1 “Philology”.* 2019;3(100):20–27.

2. Guts E. N., Miller V. A. The functioning of expressive vocabulary in Internet comments. *Kommunikativnye issledovaniya* = *Communicative Research.* 2023;10(4): 706–721.

3. Kim L. G., Rolgizer A. A. Commentary vs Internet commentary: on the roblem of the specifics of the genre of virtual communication. *Zhanry rechi* = *Genres of Speech.* 2024; 19.3(43):286–294.

4. Karasik V. I. Genres of network discourse. *Zhanry rechi* = *Genres of Speech.* 2019;1(21):49–55.

5. Karasik V. I. Commentary as a genre of hermeneutic discourse. *Yazyk, kommunikatsiya i sotsialnaya sreda* = *Language, Communication and Social Environment*. 2009;7:32–47.

6. Steksova T. I. Commentary as a speech genre and its variability. *Zhanry rechi* = *Genres of Speech.* 2014;1–2(9–10):81–88.

7. Timerbulatov Z. M. The toxicity of virtual reality. *Sotsialno-gumanitarnye znaniya = Socio-Humanitarian Knowledge.* 2019;7:145-147.

8. Topchy I. V. Commentary in social media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: a Problematic Field of Media Education.* 2020;2(36):157–162.

9. Topchy I. V. The emotional background of a comment as a result of various ways of evaluating it. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: a problematic field of media education*. 2019;3(33):175–181.

10. Filippova M. P. Internet commentary and message on the Internet forum: Parameters of genre differentiation. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya "Istoriya i filologiya" = Bulletin of the Udmurt University. Series "History and Philology".* 2020;30(6):1049–1054.

Информация об авторе

Н. М. Байбатырова – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

Information about the author

N. M. Baybatyrova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Journalism and Media Communications.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: the author declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 30.05.2026; одобрена после рецензирования 22.06.2026; принята к публикации 29.06.2026.

The article was submitted 30.05.2026; approved after reviewing 22.06.2026; accepted for publication 29.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 117–125.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):117–125.

Научная статья
УДК 316.77.070

ВЕЛНЕС-МЕДИА КАК ФОРМАТ СОВРЕМЕННОЙ ЦИФРОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Гульфия Хайдаровна Кадырова
Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия, ghkadyrova@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена комплексному анализу велнес-медиа как одного из наиболее динамично развивающихся форматов цифровой медиакоммуникации 2020-х гг. Прослеживается генезис понятия «велнес», сопоставляются зарубежная и российская трактовки велнеса: показано, что в англоязычной среде он концептуализирован как целостная культура благополучия, тогда как в российском дискурсе сосуществуют узкое индустриально-сервисное и широкое культурно-повседневное понимание термина. Предлагается авторское определение велнес-медиа как специализированных медиапроектов, систематически посвященных благополучию человека, и разрабатывается их типология по четырем основаниям: тематическому профилю, институциональной модели, степени научной опоры и жанрово-форматной организации. На материале зарубежных (Well+Good, Mindbodygreen, Verywell Mind, Goop) и российских (Reminder, «Куприум», «Зожник») проектов выявляются основные модели функционирования формата. Особое внимание уделяется соотношению велнес-медиа с научной и сервисной журналистикой: обосновывается их гибридная природа, сочетающая доказательное объяснение с прикладной навигационной функцией. Анализируются факторы популярности формата – рост внимания к ментальному здоровью, трансформация ЗОЖ-культуры, расширение велнес-экономики, изменения в медиапотреблении, а также риски: коммерциализация заботы о себе, псевдонаучность, избыточная индивидуализация ответственности. Делается вывод о перспективах развития велнес-медиа, связанных с персонализацией, геймификацией, усилением научной верификации и интеграцией в цифровые экосистемы. Результаты исследования могут применяться в теории журналистики, медиаобразовании и практике проектирования специализированных медиа.

Ключевые слова: велнес, велнес-медиа, велнес-индустрия, велнес-контент, цифровая журналистика, лайфстайл-журналистика, сервисная журналистика, медицинский дискурс, экспертный медиаконтент

Для цитирования: Кадырова Г. Х. Велнес-медиа как формат современной цифровой журналистики // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 117–125.

Original article

WELLNESS MEDIA AS A FORMAT OF MODERN DIGITAL JOURNALISM

Gulfiya Kh. Kadyrova
Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia, ghkadyrova@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to a comprehensive analysis of wellness media as one of the most dynamically developing digital media communication formats of the 2020^{s}. The genesis of the concept of “wellness” is traced, foreign and Russian interpretations of wellness are compared: it is shown that in the English-speaking environment it is conceptualized as an integral culture of well-being, whereas in Russian discourse a narrow industrial-service and broad cultural-everyday understanding of the term coexist. The author's definition of wellness media as specialized media projects systematically devoted to human well-being is proposed, and their typology is developed on four grounds: thematic profile, institutional model, degree of scientific support and genre-format organization. Based on the materials of foreign

© Кадырова Г. Х., 2026

(Well+Good, Mindbodygreen, Verywell Mind, Goop) and Russian (Reminder, Kuprum, Zozhnik) projects, the main models of the format's functioning are revealed. Special attention is paid to the relationship between wellness media and scientific and service journalism: their hybrid nature is substantiated, combining evidence-based explanation with an applied navigation function. The factors of the format's popularity are analyzed – the growing attention to mental health, the transformation of healthy lifestyle culture, the expansion of the wellness economy, changes in media consumption, as well as risks: commercialization of self-care, pseudoscience, excessive individualization of responsibility. A conclusion is drawn about the prospects for the development of wellness media related to personalization, gamification, enhanced scientific verification and integration into digital ecosystems. The results of the research can be applied in the theory of journalism, media education and the practice of designing specialized media.

Keywords: wellness, wellness media, wellness industry, wellness content, digital journalism, lifestyle journalism, service journalism, medical discourse, expert media content

For citation: Kadyrova G. Kh. Wellness media as a format of modern digital journalism. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):117–125 (In Russ.).

Современный медиарынок демонстрирует устойчивый рост интереса к форматам, находящимся на пересечении журналистики, прикладного знания, цифровых сервисов и повседневных практик заботы о себе. Одним из наиболее заметных явлений этой трансформации стали велнес-медиа – специализированные медиапроекты, посвященные физическому, психическому, эмоциональному и социальному благополучию человека. Еще сравнительно недавно подобный контент воспринимался как периферийный: советы о питании, сне, управлении стрессом существовали преимущественно в рамках женских журналов, лайфстайл-платформ, медицинских рубрик или блогов. Однако в 2020-е гг. велнес-контент заметно изменил статус: он перестал быть частью «легкого» досугового чтения и оформился в самостоятельное направление цифровой журналистики и медиапроизводства. Эта эволюция связана как с изменением моделей медиапотребления, так и с более широкими социальными процессами – ростом тревожности, вниманием к ментальному здоровью, распространением культуры самонаблюдения, развитием ЗОЖ-практик и расширением так называемой велнес-экономики [4].

Актуальность исследования данного формата определяется несколькими взаимосвязанными обстоятельствами. Современная аудитория проявляет значительно больший интерес к своему физическому и психологическому состоянию, чем десять-пятнадцать лет назад: в публичном пространстве нормализуются темы терапии, эмоционального выгорания, качества сна, цифровой усталости, пищевых привычек, профилактики заболеваний и баланса между работой и личной жизнью [8]. Кроме того, усиливается влияние ЗОЖ-культуры, которая давно вышла за рамки узкого спортивного или медицинского дискурса и превратилась в повседневную норму. Помимо этого, заметно растет велнес-экономика – крупный сектор рынка, объединяющий товары, услуги и сервисы, связанные с поддержанием благополучия: по данным Global Wellness Institute, ее мировой объем достиг 6,8 трлн долл., что составляет порядка 6 % глобального ВВП, а с 2013 г. этот показатель удвоился [2]. Наконец, цифровая медиасреда делает велнес одной из самых востребованных тем повседневного поиска, что усиливает запрос на прикладные, объяснительные и персонализированные форматы контента.

Для понимания феномена велнес-медиа необходимо прежде всего обратиться к генезису самого понятия «велнес». Концептуальные истоки этого термина восходят к середине XX в. и связаны с пересмотром традиционного биомедицинского понимания здоровья. Поворотным моментом стало определение, закрепленное в преамбуле Устава Всемирной организации здравоохранения 1948 г., согласно которому здоровье представляет собой «состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие

болезней или физических дефектов». Это определение впервые на институциональном уровне сместило акцент с негативного понимания здоровья как отсутствия патологии на позитивное понимание его как состояния благополучия. Собственно термин велнес в его современном значении ввел американский врач Халберт Данн, опубликовавший в 1961 г. книгу «High-Level Wellness», где велнес определялся как интегрированный способ функционирования, ориентированный на максимизацию потенциала, доступного индивиду в той среде, где он существует [10]. Таким образом, велнес понимался не как фиксированное состояние, а как динамичный процесс, неразрывно связанный со средой, в которой живет человек. Идеи Данна были восприняты в 1970-е гг. группой исследователей, которых позднее назвали «отцами движения за велнес»: Джоном Трэвисом, открывшим первый велнес-центр в Калифорнии, Дональдом Арделлом, автором программной книги «High Level Wellness: An Alternative to Doctors, Drugs, and Disease», и Биллом Хеттлером, разработавшим в 1976 г. модель шести измерений велнеса – физического, эмоционального, интеллектуального, социального, духовного и профессионального [10]. Позднее к этим измерениям стали добавлять экологическое благополучие и финансовое здоровье, что подчеркивает принципиальную многосоставность концепта.

Таким образом, в отличие от медицины, ориентированной преимущественно на лечение уже возникших заболеваний, велнес носит проактивный, профилактический характер, исходит из представления о единстве телесного, психического, социального и духовного, предполагает высокую степень личной субъектности: человек выступает не пассивным пациентом, а активным субъектом, сознательно выстраивающим собственный образ жизни. Именно поэтому в англоязычной среде «велнес» понимается шире, чем «здоровье»: если второе понятие отсылает к состоянию здоровья в медицинском смысле, то первое подчеркивает активную, осознанную, многомерную работу человека над своим благополучием.

В российской среде термин «велнес» закрепился позже и до сих пор используется неоднородно. Часто он ассоциируется с индустрией красоты, фитнесом, спа, йогой и премиальными сервисами; в коммерческом употреблении слово нередко маркирует определенный уровень качества, мягкой роскоши и «заботы о себе». Однако в медиасреде и академическом обсуждении постепенно утверждается более широкое понимание велнеса как культуры благополучия. Российское восприятие колеблется между двумя полюсами: узким, индустриально-сервисным, где велнес – это сектор услуг, и широким, культурно-повседневным, где велнес – это образ жизни, система ценностей и медиадискурс о поддержании качества жизни. Именно второе понимание принципиально для анализа велнес-медиа как самостоятельного формата. При этом в русскоязычном контексте понятие велнеса соотносится, но не совпадает с рядом близких терминов: «здоровый образ жизни» акцентирует поведенческий аспект, «фитнес» относится преимущественно к физической форме, а получивший распространение «биохакинг» можно рассматривать как технологически ориентированную разновидность велнес-практик.

Опираясь на изложенное, под велнес-медиа предлагается понимать специализированные медиапроекты, редакционные направления, платформы, цифровые издания, бренд-медиа, подкасты и мультимедийные форматы, систематически посвященные теме благополучия человека. В отличие от чисто медицинских медиа, велнес-медиа не сводятся к диагностике и лечению болезней; в отличие от традиционного лайфстайла, они не ограничиваются эстетикой или потребительскими советами. Их ядро – представление благополучия как комплексного состояния, включающего физическое здоровье, психоэмоциональное равновесие, профилактику, осознанные привычки, качество среды, восстановление и личную устойчивость. Иными словами, велнес-медиа обращаются

не столько к болезни, сколько к поддержанию ресурса; не столько к кризису, сколько к профилактике; не столько к лечению, сколько к качеству повседневной жизни. С точки зрения теории журналистики велнес-медиа относятся к более широкой категории лайфстайл-журналистики и сервисной журналистики, ориентированной не столько на информирование о событиях, сколько на предоставление аудитории практически применимого знания [5]. Если классическая новостная журналистика работает с категорией события, то велнес-медиа работают с категориями практики, опыта и образа жизни.

Характерной чертой велнес-медиа является особое сочетание двух типов контента – экспертного и пользовательского. С одной стороны, доверие аудитории опирается на авторитет науки и профессиональной экспертизы врачей, нутрициологов, психологов; с другой – велнес-медиа активно используют формат личного опыта, истории трансформации, свидетельства «таких же, как читатель» людей. Это сочетание рационального и образного составляет жанровое своеобразие велнес-коммуникации и одновременно порождает ее главную уязвимость – риск размывания границы между достоверным знанием и непроверенными утверждениями, между просвещением и продвижением товаров и услуг.

Переходя к типологическому описанию формата, отметим, что классифицировать велнес-медиа можно по нескольким основаниям. Первое основание – тематический профиль. По этому критерию выделяются универсальные велнес-медиа, охватывающие широкий круг тем от сна и питания до ментального здоровья и рабочих привычек, и узкоспециализированные проекты, сосредоточенные, например, только на психологии, фитнесе, осознанном питании, женском здоровье, медитации или биохакинге. К универсальным зарубежным проектам относятся Well+Good, позиционирующее себя как цифровое издание и сообщество, посвященное благополучию во всех его проявлениях, и Mindbodygreen, выстраивающее концепцию вокруг пяти «столпов» благополучия – ментального, физического, духовного, эмоционального и экологического. К более специализированным форматам относятся Verywell Mind, ориентированный на психологическое состояние, Verywell Health, сосредоточенный на медицински выверенном объяснительном контенте, а также Headspace и Calm, выросшие как цифровые сервисы, но фактически выполняющие и медийную функцию. В российской среде к условно универсальным велнес-медиа можно отнести Reminder, системно работающий с темами сна, привычек, психики и качества жизни, и «Купрум», специализирующийся на доказательном объяснительном контенте о здоровье; тематические направления в этой логике развивают также The Blueprint, «Афиша Daily», «Нож» и Psychologies.

Второе основание классификации – институциональная модель или модель происхождения. Здесь различаются независимые редакционные медиа, выросшие из журналистской среды (Well+Good, SELF, раздел Well в The New York Times, в российском контексте – Reminder, «Купрум», «Зожник»); брендмедиа, создаваемые компаниями в сфере здоровья, красоты, фармы, ритейла или цифровых сервисов; платформенные медиа, встроенные в приложения и экосистемы, как редакционные разделы Calm и Headspace; а также персональные экспертные проекты, основанные на фигуре врача, психолога, тренера или велнес-инфлюенсера. Показательным примером последней модели служат подкасты ученых и популяризаторов – Huberman Lab нейробиолога Эндрю Хубермана или The Drive врача Питера Аттии, взявшие на себя значительную часть функций, которые прежде выполняли велнес-журналы. Характерной особенностью российского рынка является меньшая по сравнению с западным степень институционализации: здесь преобладают либо разделы крупных СМИ (тематические рубрики Sports.ru, «Чемпионата», Forbes Life), либо персональные блоги и авторские каналы, тогда как самостоятельных велнес-

изданий федерального масштаба сравнительно немного; отдельное место занимают государственные просветительские ресурсы, такие как портал «Так здорово».

Третье основание – тип знания, на котором строится контент, или степень научной опоры. Одни велнес-медиа строятся преимущественно на доказательном знании и редакционной проверке информации (Healthline, Medical News Today, Verywell-семейство, в России – «Купрум» и Reminder); другие используют смешанную модель, соединяя научные данные, экспертные комментарии и личный опыт (Well+Good, Mindbodygreen, «Зожник»); третьи тяготеют к мотивационному, нативному или блог-формату и значительно слабее связаны с научной верификацией. Крайним выражением последней модели является известный проект Goop актрисы Гвинет Пэлтроу: возникнув как электронная рассылка, он превратился во влиятельный потребительский бренд, объединяющий медиа и электронную коммерцию, и одновременно стал объектом постоянной критики за продвижение научно не подтвержденных практик, что наглядно иллюстрирует упомянутую уязвимость велнес-коммуникации. Стоит отметить, что в международной практике для оценки качества контента о здоровье применяется принцип E-E-A-T (опыт, экспертность, авторитетность, достоверность), особенно строгий в отношении тем, способных повлиять на здоровье человека [7].

Четвертое основание типологии – медиаформа и жанровая организация. Велнес-медиа существуют как текстовые издания, подкасты, видеопроекты, email-рассылки, каналы в социальных сетях, медиа внутри мобильных приложений, интерактивные гиды и сервисы с тестами и персонализацией. В жанровом отношении в них сочетаются объяснительные тексты, инструкции, разборы, интервью со специалистами, личные истории, экспертные колонки, навигационные сервисные материалы, а также рутинные форматы сопровождения – чек-листы, трекеры, практики на каждый день. Именно поэтому в велнес-медиа столь распространены варианты текстов «что делать, если…», «как понять…», «правда ли, что…». Это сближает их с сервисной журналистикой, поскольку они ориентированы не просто на информирование, а на практическую помощь пользователю [11]. Вместе с тем многие из них работают и как культурные медиа, задавая язык, нормы и ценности новой повседневности: что считать заботой о себе, как понимать выгорание, как относиться к телу, как выстраивать границы и как соотносить продуктивность и благополучие.

Вопрос о соотношении велнес-медиа и научной журналистики требует отдельного рассмотрения. С одной стороны, эти форматы пересекаются, поскольку значительная часть качественного велнес-контента невозможна без обращения к научным данным, доказательной медицине, психологии, нейронаукам, исследованиям сна, питания и привычек. Там, где велнес-медиа объясняют, как работает стресс, что происходит с организмом при недосыпе или почему физическая активность влияет на настроение, они фактически используют инструменты научной журналистики: перевод сложного знания на язык широкой аудитории, работу с источниками, экспертную верификацию, демифологизацию. С другой стороны, велнес-медиа не тождественны научной журналистике, которая в строгом смысле ориентирована на освещение научного знания, исследований, методов и научной повестки как таковой. Велнес-медиа же ставят в центр не науку, а повседневную практику пользователя: их главный вопрос формулируется не как «что показало исследование?», а как «что это означает для обычного человека и как ему действовать?». Поэтому велнес-медиа корректнее рассматривать как пограничный, гибридный формат, находящийся между научной и сервисной журналистикой, лайфстайл-медиа и экспертным медиаконтентом. В лучших образцах этот синтез продуктивен, поскольку позволяет одновременно сохранять научную добросовестность и практическую

полезность. Однако именно гибридность создает и риски: при недостаточной редакционной проверке граница между наукой, популяризацией, личным мнением и коммерческим продвижением быстро размывается.

Популярность велнес-медиа объясняется не модой как таковой, а совокупностью структурных и культурных причин. В первую очередь, это рост внимания к психоэмоциональному состоянию: темы тревожности, выгорания, психотерапии и эмоциональной устойчивости вошли в массовую культуру и, соответственно, в медиаповестку. Пользователь хочет не только читать о событиях внешнего мира, но и понимать, как жить в условиях перегрузки, неопределенности и хронического стресса. Вторая причина – распространение культуры ЗОЖ в расширенном смысле: сегодня здоровый образ жизни включает еду, движение, режим, психологическую гигиену, информационную нагрузку и способы восстановления. Третьим фактором выступает коммерческое и инфраструктурное расширение велнес-экономики, объединяющей фитнес, здоровое питание, нутрицевтики, ментальное здоровье, велнес-туризм, корпоративные программы благополучия, женское здоровье и программы долголетия [6]; чем сложнее становится эта экономика, тем выше потребность в медиапосреднике, который поможет аудитории в ней ориентироваться. Помимо этого, стоит отметить платформенную логику цифровой среды: велнес-контент органично встраивается в поисковые алгоритмы, короткие форматы, персонализированные рекомендации и сервисы [9]. И наконец, изменение культурной нормы: забота о себе постепенно перестает считываться как избыточный индивидуализм и все чаще воспринимается как условие устойчивости, работоспособности и качества жизни.

О масштабе явления свидетельствует и расширение словообразовательного поля вокруг термина «велнес». Помимо сочетаний «велнес-экономика» и «велнес-медиа», активно используются понятия «велнес-индустрия», «велнес-бренд», «велнес-платформа», «велнес-туризм», «велнес-культура», «корпоративный велнес», «цифровой велнес», «эмоциональный велнес», «финансовый велнес», «социальный велнес». Распространение этого словаря показывает, что велнес перестал быть единичным маркетинговым словом и превратился в концепт, организующий целый пласт современной экономики, культуры и медийной коммуникации. Однако одновременно это создает исследовательскую проблему: слишком широкое употребление термина может размывать аналитические границы явления, и поэтому важно различать, где действительно работает логика комплексного благополучия, а где используется лишь модная маркировка для продвижения товаров.

Исторически велнес-медиа прошли несколько этапов развития. Исходной формой была газетно-журнальная рубрика – «уголок здоровья», советы врача, колонка о питании, – носившая рекомендательно-предписывающий характер и не предполагавшая обратной связи; параллельно развивались специализированные журналы о здоровье, одним из первых образцов которых стал основанный в 1874 г. журнал «Здоровье» профессора А. П. Доброславина [3]. Следующим этапом стали глянцевые журналы о здоровом образе жизни и тематические телепрограммы, где рекомендательное содержание дополнялось визуальной привлекательностью. Подлинная трансформация произошла с переходом в цифровую среду: появление диджитал-велнес-изданий (Well + Good основано в 2009 г.) означало качественный сдвиг – контент стал гипертекстовым, мультимедийным и допускающим обратную связь. Дальнейшее развитие связано с фрагментацией и персонализацией медиапотребления: на смену единому изданию приходят рассылки, подкасты, каналы в мессенджерах, авторские проекты лидеров мнений и тематические сообщества. Наиболее современный этап – переход к интерактивным, геймифицированным и персонализированным платформам, нередко работающим по подписной модели: такие

платформы выстраивают для пользователя индивидуальную траекторию, где потребление контента превращается из пассивного чтения в активную вовлеченную практику. Таким образом, эволюция велнес-медиа отражает общую логику развития массовых коммуникаций: движение от безличного однонаправленного вещания к персонализированному интерактивному взаимодействию, от рекомендательного текста – к сторителлингу и геймифицированному пользовательскому опыту.

Вместе с тем развитие велнес-медиа сопровождается рядом проблем. Наиболее заметная – риск размывания границ между верифицированным и квазинаучным знанием, между журналистикой и нативным продвижением, между поддержкой пользователя и эксплуатацией его тревожности [1]. Чем популярнее тема благополучия, тем выше вероятность ее коммерциализации в ущерб качеству объяснения. Следующая проблема – подмена научной аргументации личным опытом или авторитетом медийной фигуры. И, наконец, еще одним критическим фактором становится опасность избыточной индивидуализации ответственности: подчеркивая важность самозаботы, велнес-дискурс иногда смещает внимание с социальных и институциональных причин усталости и стресса на личные стратегии саморегуляции, как будто любой кризис можно решить правильной рутиной или медитацией. Качественные велнес-медиа должны не только вдохновлять, но и проверять; не только вовлекать, но и ограничивать вредные мифы; не только помогать выбирать, но и предупреждать о рисках гиперконтроля, самолечения и коммерческих манипуляций.

Перспективы развития данного формата представляются значительными. Во-первых, продолжается персонализация и усиление сервисности: интеграция с приложениями, трекерами, ИИ-рекомендациями и подписочными моделями укрепит прикладную функцию велнес-медиа. Кроме того, сейчас растет значимость доказательной базы: аудитория устает от абстрактной мотивации и все острее реагирует на псевдоэкспертность, что приведет к углублению связей велнес-медиа с доказательной медициной и научной журналистикой. В настоящее время расширяется тематическое поле: наряду с питанием, фитнесом активно развиваются такие направления, как культура сна, активное долголетие, цифровое благополучие и т.п. Помимо этого усиливается гибридность: велнес-медиа могут существовать не как отдельные сайты, а как части экосистем – ритейл-платформ, сервисов в сфере цифрового здоровья, банковских, страховых и корпоративных приложений. Наконец, возрастает их культурная роль: велнес-медиа становятся важной зоной выработки новых норм, связанных с качеством жизни, границами продуктивности и отношением к телу и ментальному состоянию.

Таким образом, велнес-медиа следует рассматривать как один из наиболее показательных форматов современной цифровой медийности, возникший на пересечении лайфстайл-журналистики, сервисного контента, экспертной коммуникации и культуры повседневного благополучия. В зарубежной среде формат имеет устойчивую концептуализацию, тесно связанную с многомерным пониманием велнеса; в российском пространстве его границы более подвижны, что свидетельствует о стадии активного становления и делает отечественное поле особенно интересным для исследования. Популярность велнес-медиа объясняется глубокими изменениями в запросах аудитории: стремлением лучше понимать свое состояние, жить в условиях перегрузки осознаннее и ориентироваться в растущем рынке велнес-товаров и услуг. При условии усиления редакционной ответственности, научной верификации и ясного разграничения между журналистикой, экспертным контентом и маркетинговым продвижением этот формат имеет все основания стать одним из ключевых сегментов цифровых медиа ближайшего десятилетия.

Список источников

1. Буряковская В. А. Культ молодости в массовой культуре / В. А. Буряковская // Вопросы психологии. – 2015. – № 3. – С. 66–72.

2. Журавлева М. Тренд на здоровье: что такое велнес-экономика / М. Журавлева // РБК Отрасли. – 2023. – URL: https://www.rbc.ru/industries/news/651fc16d9a7947638644563c (дата обращения: 20.03.2026).

3. Итунин В. Ф. 135 лет первому гигиеническому журналу в России – «Здоровье» / В. Ф. Итунин // Здоровье населения и среда обитания. – 2009. – № 10. – С. 53.

4. Кадырова Г. Х. Медиатизация ментальной инвалидности: причины и следствия / Г. Х. Кадырова // Успехи гуманитарных наук. – 2023. – № 7. – С. 7–10.

5. Кадырова Г. Х. Российская журнальная периодика в поисках идентичности: структурно-содержательные стратегии современных журнальных проектов / Г. Х. Кадырова // Гуманитарные исследования. – 2025. – № 3 (95). – С. 98–105.

6. Ломакова А. В. Велнес как направление туристского интереса / А. В. Ломакова // Традиции и новации в гуманитарном знании. – Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2024. – С. 93–95.

7. Мельник Е. Экспертность, опыт, авторитетность, достоверность (E-E-A-T) для медсайтов: доказываем экспертность / Е. Мельник // Точная механика. – 2026. – URL: https://fine-mechanics.ru/blog/e-a-t-dlya-meditsinskikh-saytov/ (дата обращения: 20.03.2026).

8. Мурадян Л. А. Психология культа болезней: тренды в индустрии здоровья / Л. А. Мурадян, М. С. Ализарчик, А. С. Щеглова // Медиа: теория и практика. – 2023. – № 2. – С. 20–26.

9. Ним Е. Г. «Вы есть ваши данные»: селф-трекинг как феномен глубокой медиатизации / Е. Г. Ним // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2020. – № 5. – С. 29–53.

10. Поплавская С. В. Велнес-философия как практическая философия целостной личности / С. В. Поплавская // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. – 2011. – № 2. – С. 84–89.

11. Сервисная журналистика становится популярнее в новых реалиях // Журналист. – 2020. – URL: https://jrnlst.ru/2020/09/17/5215/ (дата обращения: 20.03.2026).

References

1. Buryakovskaya V. A. The cult of youth in popular culture. *Voprosy psikhologii = Questions of psychology*. 2015;3:66–72.

2. Zhuravleva M. *Trend na zdorove: chto takoe velnes-ekonomika = Trend on Health: what is Wellness Economics*. URL: https://www.rbc.ru/industries/news/651fc16d9a7947638644563c (accessed: 20.03.2026).

3. Itunin V. F. 135 years of the first hygienic journal in Russia – “Zdorove”. *Zdorove naseleniya i sreda obitaniya = Population Health and Habitat*. 2009;10:53.

4. Kadyrova G. Kh. Mediatization of mental disability: causes and effects. *Uspekhi gumanitarnykh nauk = Modern Humanities Success*. 2023;7:7–10.

5. Kadyrova G. Kh. Russian magazine periodicals in search of identity: structural and content strategies of modern magazine projects. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;3(95):98–105.

6. Lomakova A. V. Wellness as a direction of tourist interest. *Traditsii i novatsii v gumanitarnom znanii = Traditions and Innovations in HUMANITARIAN knowledge*. Yekaterinburg; 2024:93–95.

7. Melnik E. *Ekspertnost, opyt, avtoritetnost, dostovernost (E-E-A-T) dlya medsaytov: dokazyvaem ekspertnost = Expertise, experience, authoritativeness, trustworthiness (E-E-A-T) for medical sites: proving expertise*. URL: https://fine-mechanics.ru/blog/e-a-t-dlya-meditsinskikh-saytov (accessed 20.03.2026).

8. Muradyan L. A., Alizarchik M. S., Shcheglova A. S. Psychology of the cult of diseases: trends in the health industry. *Media: teoriya i praktika = Media: Theory and Practice*. 2023;2:20–26.

9. Nim E. G. “You are your data”: self-tracking as a phenomenon of deep mediatization. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 “Zhurnalistika” = Bulletin of the Moscow University. Series 10 “Journalism”*. 2020;5:29–53.

10. Poplavskaya S. V. Wellness philosophy as hole man practical philosophy. *Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Sotsiologiya. Pedagogika. Psikhologiya = Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Philosophy. Culturology. Political sciences. Sociology*. 2011;2:84–89.

11. *Servisnaya zhurnalistika stanovitsya populyarnee v novykh realiyakh = Service journalism is becoming more popular in new realities*. URL: https://jrnlst.ru/2020/09/17/5215 (accessed 20.03.2026).

Информация об авторе

Кадырова Г. Х. – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

Information about the author

Kadyrova G. Kh. – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of journalism and media communications.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: the author declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 17.05.2026; одобрена после рецензирования 08.06.2026; принята к публикации 15.06.2026.

The article was submitted 17.05.2026; approved after reviewing 08.06.2026; accepted for publication 15.06.2026.

Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 126–136.
Humanitarian Researches. 2026;2(98):126–136.

Научная статья
УДК 659.123

СЕНСОРНАЯ ГИПЕРБОЛИЗАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ АТТРАКЦИИ В МЕДИАТЕКСТАХ О ПРЯНОСТЯХ

Екатерина Валерьевна Лазуткина
Астраханский государственный университет им. В. Н.Татищева, Астрахань, Россия, evlazutkina@gmail.com, https://orcid.org/0000-0002-0646-3490

Аннотация. В статье представлен результат исследования сенсорной гиперболизации как стратегии привлечения внимания в медиатекстах о пряностях. Цель работы – выявить и классифицировать приёмы гиперболизации сенсорных свойств продукта и проследить динамику их использования в разные исторические периоды. Рассматриваются речевые приёмы, посредством которых вкусовые, обонятельные, визуальные, тактильные и температурные характеристики пряностей получают преувеличенное, эмоционально окрашенное выражение, отличное от нейтрального, информативного описания. Эмпирическую базу составили более 80 публикаций о двенадцати видах пряностей, вышедших в советский период (1970–1980-е гг.) и в современный (2020–2026 гг.). Источниками послужили кулинарные книги, журналы («Работница», «Крестьянка», «Наука и жизнь»), а также современные цифровые публикации на платформе «Яндекс.Дзен», в онлайн-изданиях, блогах и рекламных материалах. На основе качественного дискурс-анализа выделены четыре основных механизма гиперболизации: смещение акцента с функциональных свойств на эмоционально-сенсорное восприятие, гиперболизация цвета и визуального образа, апелляция к магическим свойствам через сенсорные образы, противопоставление «натурального» и «синтетического» через сенсорные маркеры. Дополнительно зафиксированы приёмы сакрализации, гиперболизации ценности и медикализации, которые усиливают действие основных механизмов. Сопоставление текстов разных периодов показывает, что советские издания ограничивались утилитарными характеристиками, тогда как современные публикации активно используют метафоры и символические смыслы, апеллируя к здоровью, статусу, эзотерике и культурной памяти. Делается вывод, что сенсорная гиперболизация становится инструментом не только привлечения внимания, но и формирования потребительских предпочтений, маркирования социальной идентичности и конструирования эмоционального отношения к продукту.

Ключевые слова: сенсорная гиперболизация, медиатекст, аттракция, эмоциональный фрейминг, гастрономический дискурс, пряности, риторические стратегии

Для цитирования: Лазуткина Е. В. Сенсорная гиперболизация как стратегия аттракции в медиатекстах о пряностях // Гуманитарные исследования. 2026. № 2 (98). С. 126–136.

Original article

SENSORY HYPERBOLIZATION AS AN ATTRACTION STRATEGY IN MEDIA TEXTS ABOUT SPICES

Ekaterina V. Lazutkina
Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia, evlazutkina@gmail.com, https://orcid.org/0000-0002-0646-3490

Abstract. The article presents the findings of a study on sensory hyperbolization as an attention-attracting strategy in media texts about spices. The aim of the work is to identify and classify the techniques of hyperbolizing the sensory properties of a product and to trace the

© Лазуткина Е. В., 2026

dynamics of their use across different historical periods. The study examines rhetorical devices through which the taste, olfactory, visual, tactile, and temperature characteristics of spices receive exaggerated, emotionally charged expression, distinct from neutral, informative description. The empirical basis comprises over 80 publications on twelve types of spices, issued during the Soviet period (1970^{s}–1980^{s}) and the contemporary period (2020–2026). The sources include cookbooks, magazines, as well as modern digital publications on the Yandex.Zen platform, online media, and advertising materials. On the basis of qualitative discourse analysis, four main mechanisms of hyperbolization have been identified: shifting the focus from functional properties to emotional‑sensory perception, hyperbolization of color and visual image, an appeal to magical properties through sensory images, and the opposition of the “natural” and the “synthetic” through sensory markers. In addition, the techniques of sacralization, value hyperbolization, and medicalization have been recorded, which reinforce the main mechanisms. A comparison of texts from different periods shows that Soviet publications were limited to utilitarian characteristics, while contemporary publications actively employ metaphors and symbolic meanings, appealing to health, status, esotericism, and cultural memory. It is concluded that sensory hyperbolization becomes a tool not only for attracting attention but also for shaping consumer preferences, marking social identity, and constructing an emotional attitude toward the product.

Keywords: sensory hyperbolization, media text, attraction, emotional framing, gastronomic discourse, spices, rhetorical strategies

For citation: Lazutkina E. V. Sensory hyperbolization as an attraction strategy in media texts about spices. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2026;2(98):126–136 (In Russ.).

В современном медиапространстве продукты питания, и особенно пряности, утрачивают исключительно кулинарную функцию, приобретая статус семиотических маркеров, связанных с эмоциями, самоидентификацией и мировоззрением. Медийные образы пряностей демонстрируют выраженную трансформацию: от нейтральных, утилитарных характеристик, фиксируемых в справочных и кулинарных изданиях, к сложным смысловым конструкциям, в которых сенсорные свойства продукта становятся инструментом привлечения и удержания внимания аудитории. Цель настоящей работы – выявить приёмы сенсорной гиперболизации как стратегии аттракции в медиатекстах о пряностях, а также проследить, как менялось их применение в разные исторические периоды.

Актуальность исследования обусловлена тремя факторами. В условиях информационной перегрузки медиатексты прибегают к усиленным эмоциональным и сенсорным стимулам для конкурентного удержания аудитории. Рынок продуктов питания и здорового образа жизни активно оперирует образами «натуральности», «полезности» и «энергетической насыщенности», что создаёт благоприятную среду для гиперболизации сенсорных свойств продуктов. Повышение интереса населения к эзотерическим практикам также способствует активизации использования данной коммуникативной стратегии. Анализ механизмов сенсорной гиперболизации позволяет выявить способы формирования потребительских предпочтений, что значимо как для медиаисследований, так и для критического анализа современной потребительской культуры.

Исследование опирается на несколько теоретических направлений. Базой исследования стал критический дискурс-анализ, рассматривающий медиатексты как средства конструирования социальной реальности (Т. ван Дейк, Р. Водак, Н. Фэркло и др.). Также использовались разработки в области концепции фреймов (И. Гофман, Р. Энтман). В российской медиалингвистике и коммуникавистике понятие медиафрейма рассматривается как инструмент анализа когнитивных и интерпретационных механизмов медиатекстов (Д. И. Имамгаязова, О. С. Иссерс, Н. В. Орлова и др.). Согласно данной концепции фрейм понимается как структура представления знаний, направляющая восприятие реципиента и активирующая определённые интерпретационные схемы. Особое значение

для исследования имеет концепция «эмоциональной рамки» (П. Коркоран, А. А. Водяха и др.). Согласно этой концепции, медиа переопределяют восприятие объектов, смещая акценты с их функциональных свойств на эмоционально-символическое содержание. В рамках данного подхода сенсорная гиперболизация может трактоваться как один из приёмов создания эмоциональной рамки: акцент переносится на преувеличенное, детализированное и эмоционально окрашенное описание вкусовых, обонятельных, визуальных и тактильных свойств продукта.

Другой значимый пласт составляют исследования в области гастрономического дискурса (основоположники Р. Барт, М. Дуглас, С. Минц), который, будучи одной из наиболее динамично развивающихся сфер медиакоммуникации (А. В. Олянич), активно использует сенсорные параметры для создания эмоционально заряженных образов продуктов питания (Я. Д. Верзина). В данном направлении актуализация вкусовых, обонятельных и тактильных характеристик служит эффективным инструментом привлечения внимания потребителя; этот приём широко применяется в рекламных текстах и медиаматериалах о продуктах (И. В. Букреева, Г. С. Доржиева, Ц. Гао). Исследователи отмечают, что описание сенсорного опыта в гастрономическом дискурсе строится на вкусовых акцентах и синестетических переносах, которые формируют у аудитории устойчивые ассоциативные связи (Г. С. Доржиева, Ц. Гао, Я. Д. Верзина). В более широком культурно-языковом контексте осмысление пищевой традиции и её отражение в языковых образах позволяет проследить эволюцию восприятия продуктов питания в русской культуре (Е. А. Юрина, Н. Н. Яременко). Коллективные исследования русского пищевого дискурса показывают, что гастрономические образы выполняют не только номинативную, но и символическую, идентификационную и эмоционально-оценочную функции (Н. Н. Розанова, Ю. А. Васильева и др.).

В настоящей работе сенсорная гиперболизация рассматривается как стратегия аттракции, при которой вкус, запах, цвет, текстура и температура продукта намеренно преувеличиваются и эмоционально окрашиваются, что позволяет активировать эмоциональную рамку восприятия. Таким образом, вместо нейтрального перечисления характеристик и свойств создаётся яркий образ продукта, который воздействует на чувства и воображение. Происходит не просто усиление ощущений, а через сенсорное восприятие продукт наделяется символическими, эмоциональными и даже сакральными смыслами.

В медиаисследованиях аттракцию определяют как способность текста привлекать и удерживать внимание аудитории. Сенсорная гиперболизация обращается к чувственному опыту и эмоциональной памяти, в отличие от информационных сообщений, которые апеллируют к логике. Такой эффект достигается через новизну (необычное описание привычного продукта удивляет и привлекает внимание) и через эмоциональное воздействие (яркий образ передаёт настроение и формирует симпатию к продукту). Гипербола сводит многозначные свойства продукта к понятному образу здоровья, статуса или уюта. Эти механизмы особенно активно используются в медиа, которые делают ставку на кликбейт и эмоциональное вовлечение. В рамках данного исследования аттракция понимается не как абстрактная «привлекательность», а как конкретный коммуникативный эффект, который достигается через сенсорную гиперболизацию и обеспечивает эмоциональную связь между текстом и аудиторией.

Объектом исследования стали медиатексты о пряностях. Этот выбор обусловлен их ярко выраженными сенсорными характеристиками, что делает пряности удобным материалом для изучения приёмов сенсорной гиперболизации. Кроме того, пряности обладают богатой культурной семантикой: на протяжении веков они воспринимались как символы статуса, здоровья, экзотики и даже магии, что позволяет проследить трансформацию гастрономического дискурса

от информативного к эмоционально-символическому. Эмпирическую базу составили медиатексты о пряностях, опубликованные в период 1970–1990 гг. («Книга о вкусной и здоровой пище», журналы «Работница», «Крестьянка», «Наука и жизнь», «Огонёк»), а также современные публикации 2020–2026 гг. (на платформе «Яндекс.Дзен», в онлайн-изданиях, на тематических сайтах, в блогах, рекламных материалах). Всего проанализировано более 80 медиатекстов.

Исследование выполнено на основе качественного дискурс-анализа. Материал был собран по хронологическому принципу: выделены два периода – советский (1970–1980-е) и современный (2020–2026). Анализ проходил в несколько этапов: сначала выделялись ключевые ассоциации для каждой пряности (на основе частотных слов и метафор), затем сравнивалось описание сенсорных свойств в двух временных срезах, фиксировались повторяющиеся стереотипы и приёмы, после чего выявлялись и классифицировались механизмы гиперболизации. Критерием гиперболизации служили выраженные преувеличения – гиперболы, метафоры, интенсификаторы, эпитеты, сравнения с объектами. Все тексты анализировались вручную, фиксировались случаи отклонения от нейтрального описания.

Анализ медиатекстов показывает, что в современных публикациях о пряностях сенсорная гиперболизация выступает как активная стратегия привлечения внимания. Но она редко работает изолированно. Часто она дополняется другими стратегиями: обращением к традиции («так делали наши предки»), приписыванием продукту чудесных свойств («лечит все болезни», «заменит спортзал», «похудение за неделю»), противопоставлением натурального и синтетического («химия против натурального») или экзотизацией («тайны Востока», «магические секреты»). В таком сочетании гиперболизированные сенсорные образы выступают как «эмоциональный крючок»: они привлекают внимание и подготавливают к восприятию аргументов, которые часто не имеют отношения к реальным свойствам продукта. Это доказывает, что сенсорная гиперболизация представляет собой не просто стилистический приём, а полноценную коммуникативную стратегию, направленную на управление восприятием потребителя через чувственный опыт и эмоциональную память. В современных медиатекстах о пряностях этот приём используется активно, что свидетельствует о смещении гастрономического дискурса от информативности к эмоционально-символическому наполнению.

Распространение сенсорной гиперболизации во многом связано с изменениями в жанровом составе медиатекстов. В советский период пряности описывались исключительно в рамках ограниченного набора жанров: отрывки из кулинарных книг, размещенные в журналах, статьи в тематических журналах («Работница», «Крестьянка»), в научно-популярных изданиях («Наука и жизнь»). Во всех этих случаях описание носило утилитарный, информационный характер. В советских источниках пряность чаще обозначали как «красный молотый перец», «венгерский перец» или просто часть растения. Например, в журнале «Наука и жизнь» кориандр описывали как «траву», распространённую на юге СССР, с упоминанием лёгкого пищеварительного действия. В публикациях тематических журналов базилик, например, характеризовался как «однолетняя пряная травка с приятным кисловатым запахом», чьи листья «служат хорошей приправой к мясным блюдам и консервам». Контраст между советским и современным дискурсом заметен и на примере гвоздики. В советских изданиях она описывалась как исторически ценная специя, но без гиперболизации её свойств. В современных текстах этот подход сменяется присвоением гвоздике исключительных сенсорных качеств. Таким образом, жанровая палитра публикаций с упоминанием пряностей в советский период была узкой (кулинарная тематика, редкие статьи исторического содержания).

Жанровая структура современных медиа заметно изменилась. Помимо традиционных кулинарных рецептов и узкотематических статей, появляются новые жанры (новостные заметки, интервью экспертов, статьи-рекомендации, журналистские расследования и т. д.), расширяется тематика (эзотерика, ЗОЖ, медицинские рекомендации и т. д.), а также возникают новые форматы подачи (видео, инфографика, рекламные интеграции). Каждый из этих жанров задаёт специфические рамки для сенсорной гиперболизации. Например, короткий жанр новостной заметки строит гиперболизацию через эффект неожиданности: «Узнать, что паприка – это просто сушеный и измельчённый красный сладкий перец, было действительно шокирующим» («В соцсетях удивились, узнав, из чего делают паприку», «Газета.Ру», 7.08.2023). Здесь гиперболизация достигается за счёт драматизации самого факта «открытия», а сенсорные свойства отходят на второй план. В статье «Магия и использование паприки в кулинарии» сенсорное восприятие (красный цвет, жгучий вкус) связывается с эзотерическими практиками через расширенное описание способности приправы «усилить магическую силу и привлечь положительные энергии» (канал «Сундучок с пряностями», «Яндекс.Дзен», 24.10.2023). Жанр медицинской рекомендации в материале «Паприка: чем полезна и кому нельзя» гиперболизирует уже не вкус, а опасность: «Противопоказана специя страдающим патологиями ЖКТ (при обострении язвы, гастрита, панкреатита есть её нельзя) и печени... Детям до пяти лет паприку предлагать не стоит... Во время беременности и в период грудного вскармливания также лучше воздержаться от специй» («Кубань24», 10.11.2023). Здесь сенсорная гиперболизация замещается гиперболизацией риска, что также работает на аттракцию через страх.

Жанр исторического расследования активно используется, например, в публикациях о ванили и корице. В статье «Почему мало кто знает настоящий вкус ванили…» разоблачается «миф» о доступности настоящей ванили и противопоставляется «приторная синтетика» сложному натуральному аромату («Как использовать гвоздику Food.ru», 2024). В статье «Что на самом деле в России продают под видом корицы? Как отличить ценный продукт» («Царьград», 04.04.2024) жанр расследования позволяет провести резкое сенсорное и ценностное противопоставление между «настоящей» цейлонской корицей и «подделкой», кассией. Таким образом, жанровая трансформация создаёт разнообразные площадки для сенсорной гиперболизации, каждая из которых актуализирует определённые приёмы этого феномена. В изолированном виде они почти не встречаются: как правило, дополнительные приёмы присоединяются к основным механизмам и усиливают их.

Сенсорная гиперболизация работает по-разному и в зависимости от того, о каком чувстве идёт речь. В визуальном плане это преувеличенное выделение цвета, формы, блеска или «аппетитности» продукта. Например, «огненно-оранжевый мускатный орех» («Пряности Востока: какие специи создают тот самый аромат», «Гастроном», 21.07.2025), шафран – «красное золото Востока» («Афганистан наладил поставки.. напитков», РИА «Новости», 12.02.2025).

В обонятельной сфере гиперболизация строится на преувеличении аромата. Ему приписывают сложность, глубину, «благородство» или способность вызывать определённые чувства: уют, ностальгию, расслабление. Корица описывается как «древесный аромат, ассоциирующийся с камином и осенью» («Запах осени: как создать уютную атмосферу…», Inmyroom.ru, 2025), «аромат, который пахнет счастьем» («Корица», канал «Вкус мира», «Яндекс.Дзен», 11.10.2025). Ваниль – «запах детства», память о «сладких бабушкиных булочках», благодаря которым «перестаешь нервничать, раздражаться» («Запах сладкой ванили», Psychologies, 2026).

Вкусовой аспект гиперболизации строится на преувеличении остроты, сладости, пикантности или «баланса», часто через сравнения с экзотическими

или статусными объектами. Тактильные ощущения описываются, например, через «нежность», «бархатистость» или «хруст». Например, сумах называют «кисловатым, бархатистым» («10 небанальных приправ», «Ботаничка», 19.11.2025), а бутоны гвоздики – «шероховатыми, словно миниатюрные вулканы с застывшей лавой» («Путь пряностей...», National Geographic Россия, 2022). Термический компонент (тепло, жар, согревание) часто связывают с внутренней энергией, особенно в текстах о перце, имбире и корице. Примеры: «жгучие приправы: обжигают и согревают» («АиФ.Здоровье», 2026), специи, которые «не дадут замерзнуть» («Лиза», 2026). Сенсорная гиперболизация направлена на создание яркого впечатления. В её основе – психофизиологический механизм: образные выражения активируют эмоциональную память, делая текст более живым и убедительным.

Анализ медиапубликаций позволил выделить четыре основных механизма сенсорной гиперболизации. Один из наиболее распространённых приёмов – смещение акцента: вместо перечисления функциональных свойств продукта акцент делается на его эмоционально-сенсорном восприятии. В советских изданиях пряности описывались преимущественно функционально: «красный молотый перец, добавляемый в супы и мясные блюда для остроты», «в похлебку идут лавровый лист, чеснок, укроп, петрушка – все вместе либо по выбору», «настой из семи листьев лаврового листа… принимать внутрь 7 дней» («Работница», 1971).

В современных публикациях те же пряности получают развёрнутые сенсорные характеристики. В статье «Магия и использование паприки в кулинарии» паприка описывается через метафоры «огонь и пламя», «теплота и закат», а её яркая красная окраска называется «символом страсти, энергии и защиты» (канал «Сундучок с пряностями», «Яндекс.Дзен», 24.10.2023). В публикации «Интересные факты о лавровых листьях – символизм и значение» лавровый лист предстаёт как «талисман», который «притягивает удачу и способствует положительным изменениям в жизни» (канал «Обратная сторона Истории | Легенды», «Яндекс.Дзен», 15.05.2020). Корица в статье «Специя, которая стоила дороже золота» описывается как обладательница «благородного» и «древесного» аромата, ассоциирующегося с «камином» и «осенью» (канал «Пекарня», «Яндекс.Дзен», 30.09.2025). Базилик в материале РИА Новости «Базилик: как употреблять в пищу, польза и вред ароматного растения» именуется «одним из самых популярных и полезных для здоровья трав», способным «противостоять стрессам» и укреплять иммунитет (РИА Новости, 02.11.2024). Современные тексты значительно больше насыщены эмоционально-оценочными эпитетами по сравнению с советскими, и эта разница устойчиво прослеживается на рассматриваемом в ходе исследования материале.

Следующий приём – гиперболизация цвета и визуального образа. В советских текстах цвет пряностей описывался нейтрально: «черный молотый перец», шафран – «жёлтая пряность». В современных публикациях цветовые характеристики наделяются символическим значением. В статье о паприке красный цвет связывается со «страстью, энергией и защитой» («Магия вкуса», «Яндекс.Дзен», 2026). Шафран в публикации «В Крыму начался сбор самой дорогой пряности – шафрана» называется «золотом Востока» и «королём всех специй», а его стоимость сравнивается с золотом («Эксперт ЮГ», 03.10.2023). Куркума в статье «Любимая специя советских учёных: Редкая гостья на нашем столе» позиционируется как «золотая приправа жизни», содержащая более 300 природных соединений (канал «Царьград», «Яндекс.Дзен», 27.12.2025). В материале «Раскрыты тайны памяти Шахерезады: три восточных пряности, которые улучшают работу мозга и память» куркума называется «золотом Востока» и «золотой приправой жизни» («Комсомольская правда», 12.02.2023).

Гиперболизация цвета и визуального образа активно используется и в текстах о гвоздике. В статье «Гвоздика: лидер в номинации “пикантность”» пряность описывается через визуальные и тактильные метафоры: она «яркая», «терпкая», «насыщенная», что создаёт образ продукта с исключительными сенсорными качествами (Берекат, 2025). Вместо нейтрального описания «гвоздика – бутоны коричневого цвета» появляется эмоционально заряженный образ «яркой», «пикантной» специи, которая ассоциируется не с кулинарной функцией, а с атмосферой и настроением. Такая визуализация создаёт эффект исключительности и сакральности продукта, переводя его из разряда обычных приправ в категорию особых продуктов.

Третья группа примеров связана с обращением к магическим свойствам через сенсорные образы. В современных медиатекстах пряностям приписывается способность влиять не только на вкус блюда, но и на энергетику и судьбу человека. Лавровый лист в публикации «Почему болгарские хозяйки вешают над входной дверью лавровый лист: суть необычной традиции» описывается как средство, которое «притягивает удачу и способствует положительным изменениям в жизни» («Белновости», 14.04.2023). Сходные магические смыслы приписываются и другим пряностям. В статье «От гробницы Тутанхамона до вашей кухни…» кориандр называется пряностью, которая «излечивала чуму и сегодня борется с холестерином» («Литературная газета», 18.11.2025). В публикации «7 преимуществ кориандра: почему он в списке "золотых" специй» кориандр уже прямо называется «любовной травой», которая «поднимает аппетит и, по традиции, ассоциируется с любовью», что встраивается в современные эзотерические нарративы (канал «Умная ферма», «Яндекс.Дзен», 29.05.2025). Гиперболизация здесь обращена к желанию читателя получить простое решение сложных жизненных проблем, предлагая сенсорно насыщенный, но эмоционально доступный способ их достижения.

Отдельную группу составляют тексты с противопоставлением «настоящего» и «синтетического» через сенсорные маркеры. Здесь сенсорная гиперболизация сочетается с созданием образа врага и одновременно усиливает ценность «натурального» продукта через детализированное описание его сенсорных достоинств. В материале «Гвоздика: польза и вред популярной пряности» акцент делается на бактерицидных свойствах и традиции домашнего использования, что создаёт оппозицию «натуральное, проверенное временем» и «химия» («Российская газета», 12.04.2023). В более радикальной форме этот приём проявляется в статьях о куркуме: в материале «Как натуральные средства борются с воспалением?» подчёркивается, что куркумин «действует максимально физиологично» и «не раздражает слизистую желудка», а его безопасность «подтверждена такой авторитетной организацией как FDA» (Здравсити, 2023).

Помимо четырёх основных механизмов, в ходе анализа зафиксированы дополнительные, но не менее значимые приёмы сенсорной гиперболизации. К ним относятся сакрализация и историческая легитимация, гиперболизация ценности, а также медикализация.

Сакрализация и историческая легитимация предполагают отсылки к древности, религиозным традициям и мифологии для обоснования исключительности пряности. В анализе шафрана приводятся отсылки к древним текстам: «Он упоминается как ценное лекарство и благовоние в египетских медицинских текстах 1500 г. до н.э., в письменных источниках шумерской цивилизации, в китайских медицинских книгах 2600 гг. до н. э., в Ветхом Завете». Шафран также описывается как пряность, которую «преподносили как ценный и изысканный дар высокопоставленным особам», а «престижным было носить одежду и обувь, окрашенную шафраном» («Шафран», «ПростоЕсть», 2026). Сакрализация здесь не только подкрепляет исключительность пряности ссылкой

на древнее знание, но и усиливает эмоциональное воздействие её сенсорных описаний.

Пряности нередко сравнивают с золотом и драгоценностями – это приём гиперболизации ценности. Шафран, например, в современных текстах называют «дороже золота» и «королём всех специй». В статье о корице «Специя, которая стоила дороже золота» тоже используется метафора: «Когда-то корицу берегли как драгоценность: её везли из дальних стран, дарили знатным особам» (канал «Пекарня», «Яндекс.Дзен», 30.09.2025). В материале «Не только добавка к кофе» утверждается: «В Средневековье она стоила больше золота, став символом высокого статуса» (Пятый канал, 06.08.2025). Куркуму в статье «Любимая специя советских учёных» называют «золотой приправой жизни» (канал «Царьград», «Яндекс.Дзен», 27.12.2025). Этот приём тесно связан с сакрализацией: в массовом сознании сакральные объекты часто описываются через метафоры драгоценных металлов и камней. Такие сравнения не только подчёркивают исключительность, но и делают ценность продукта осязаемой для потребителя.

Медикализация проявляется в приписывании пряностям лечебных и профилактических свойств, выходящих далеко за рамки кулинарного использования. Например, «корица помогает улучшить чувствительность клеток к инсулину, что особенно важно для людей с диабетом второго типа» («Не только добавка к кофе», Пятый канал, 2025); «корица стимулирует мозговую активность, улучшая память, внимание и концентрацию» («Ученые заявили о способности корицы улучшать память», «Известия», 06.02.2023); «в корице нашли средство от выпадения волос» («Доктор ТВ», 28.08.2024) и т. д. При этом в статье «Настоящая и не очень: как добывают корицу и правда ли, что она снижает уровень сахара в крови» подчёркивается, что употребление кассии (подделки) может нанести вред из-за содержащегося в ней кумарина, что создаёт дополнительный драматический эффект (НТВ, 18.02.2023).

В медиапубликациях о куркуме также фиксируется медикализация: «куркумин (главное вещество куркумы) нейтрализует свободные радикалы, замедляя старение и снижая риск сердечно-сосудистых заболеваний» («Напиток, что заменил кофе звёздам: как золотое молоко укрепляет здоровье и настроение», Pravda.ru, 24.10.2025); «употребление куркумы позволяет замедлить старение клеток и снизить риск хронических заболеваний, включая онкологию» («Врач назвала продукт, замедляющий старение клеток», РИА Новости, 06.02.2025). В публикации «Врачи шокированы: обычная специя из кухни омолаживает на 15 лет» (канал «1777», «Яндекс.Дзен», 02.08.2025) куркуме приписывается комплексное действие: «Регулярное употребление куркумы способствует улучшению текстуры и цвета кожи, уменьшению выраженности морщин, повышению упругости и эластичности, ускорению процессов регенерации, защите от вредного воздействия ультрафиолета, а также защите мозга и когнитивных функций». В современных текстах экономическая ценность гвоздики переосмысляется: она становится не просто «драгоценным товаром», а приправой, оказывающей «положительный эффект на все системы организма» («Гвоздика: польза и вред для здоровья человека», «Гастроном», 26.08.2025). Это смещение от исторической ценности к функциональной пользе показывает, как медиа переопределяют экономический код пряности: дорогое становится не статусным, а практически полезным.

В публикациях о тмине пряность описывается как средство для улучшения пищеварения и похудения: «Чай с тмином улучшает пищеварение и помогает при вздутии» («Роскачество», 2026), «Экстракт тмина для похудения/детокс» («Семена чёрного тмина замедляют накопление калорий в клетках жировой ткани», ТАСС, 18.11.2025). В статье «Названы способные защищать мозг

от Альцгеймера лекарственные травы» чёрный тмин упоминается в числе перспективных средств: «В моделях нейродегенерации они снижали выраженность двигательных и когнитивных нарушений, ослабляли воспалительные реакции в мозге и помогали сохранять нейронные связи» (Lenta.ru, 29.01.2026). В статье о базилике также фиксируется медикализация: в материале РИА Новости (02.11.2024) базилик назван «одной из самых популярных и полезных для здоровья трав», способной «противостоять стрессам», укреплять иммунитет, оказывать антибактериальный эффект и защищать от окислительного стресса, который «ведёт к преждевременному старению и хроническим воспалениям». В ЗОЖ-блогах базилик фигурирует как «суперфуд», «священный тулси» и «натуральный антибиотик». Таким образом, в современном дискурсе медикализация становится основным способом обоснования ценности пряностей: сенсорные свойства (вкус, запах) либо полностью вытесняются медицинской терминологией, либо трактуются как сопутствующий элемент по отношению к главной функции – лечебной.

В медиапубликациях рекламного характера данный прием используется максимально. Например, медикализация гвоздики проявляется в текстах, где пряности приписываются косметические и лечебные свойства. В статьях на платформе Kema Club гвоздика описывается как средство для ухода за кожей и для ароматизации помещений. В материале «Специи в зимней косметике» (Аптека.ру) она включается в перечень полезных ингредиентов для ухода в холодное время года. В рекламных материалах гвоздика подаётся как лечебное средство: в рекламе кофе Cloves Healing Coffee (Shopee Philippines) перечислены обещания облегчить боль, поддержать пищеварение, уменьшить воспаление и усталость, укрепить иммунитет. В рекламе зубной пасты Dabur Herbal Advanced Clove Gel Toothpaste гвоздика используется как знак натуральной защиты и лечебного ухода за дёснами. Таким образом, медикализация гвоздики в современных медиатекстах распространяется далеко за пределы кулинарного дискурса, охватывая косметологию, ароматерапию и стоматологию.

Таким образом, сенсорная гиперболизация – это не только риторический приём, но и отражение более широких изменений, происходящих в медиадискурсе и потребительской культуре. Одно из таких изменений – переход от описания функциональных свойств продукта к его эмоционально-символической интерпретации. В современном обществе ценность товара всё чаще определяется не его утилитарностью, а теми смыслами, которые он в себе несёт. В этом контексте пряность перестаёт быть просто ингредиентом: она становится носителем смыслов (здоровья, статуса, аутентичности, силы, богатства). Через эти смыслы медиа формируют для потребителя различные модели самоидентификации. Это совпадает с общей стратегией медиаиндустрии, ориентированной на привлечение внимания. В условиях переизбытка информации медиатексты с яркими метафорами («золото Востока», «суперфуд», «король специй» и т. д.) и драматическими противопоставлениями («настоящее» и «подделка», «здоровье» и болезнь» и т. д.) привлекают внимание и запоминаются лучше, чем нейтральные сообщения. Так эмоции становятся востребованным ресурсом, который медиаплатформы используют для удержания аудитории. При этом необходимо отметить, что сенсорная гиперболизация – не изобретение современных медиа. В фольклоре, религиозных и эзотерических текстах пряностям издавна приписывали магические свойства. Советский период стал временным отказом от этой традиции. Атеистические установки требовали рационального, утилитарного описания. Современные медиа, по сути, возвращаются к старым моделям восприятия, переосмысляя их в формате научно-популярного или эзотерического знания. Это свидетельствует

о гибридном характере современной культуры, где магическое мышление соседствует с риторикой доказательной медицины и здорового образа жизни.

Сенсорная гиперболизация – эффективный инструмент, но только при соблюдении меры. Она теряет убедительность, если становится чрезмерной («омолаживает на 15 лет», «заменит спортзал», «притянет богатство»), т. к. читатель воспринимает это как обман. Неудачна гипербола, которая противоречит реальному сенсорному опыту («аромат за километр»), она вызывает скепсис и подрывает доверие. Ошибкой оказывается и смещение акцента на негативные ощущения («слёзы ручьём», «язык горит», «бросает в жар») или жанровое несоответствие, когда избыточная образность разрушает ожидания аудитории (поэтические метафоры в деловом журнале). Использование штампов («золото Востока», «тайны магов») тоже не прибавляет выразительности. Сенсорная гиперболизация требует чувства меры и учёта контекста. Когда теряется связь с реальностью или нарушаются ожидания аудитории, она начинает работать против продукта.

Сакрализация, гиперболизация ценности и медикализация – это способы придать гиперболизированному образу убедительность. Каждый из них опирается на свой авторитет: традицию (сакрализация), рыночную ценность (гиперболизация ценности) и медицинскую науку (медикализация). Эти приёмы действуют не по отдельности, а в системе: они дополняют друг друга и создают устойчивый образ пряности как исключительного продукта. В такой системе отказ от продукта начинает восприниматься как потеря для здоровья, для статуса, для качества жизни.

Сенсорная гиперболизация в современных медиатекстах о пряностях выступает как одна из ключевых стратегий привлечения внимания. Дальнейшие исследования могут быть направлены на три вопроса: как жанровая специфика медиаплатформ влияет на выбор приёмов гиперболизации и их действенность, какие стереотипы при этом задействуются и как стратегии сенсорной гиперболизации работают в разных культурных контекстах. Сопоставительный анализ позволил бы выявить национальные особенности эмоционального фрейминга гастрономических продуктов.

Список источников

1. Бабаян В. Н. Способы реализации коммуникативного воздействия в медиадискурсе / В. Н. Бабаян // Верхневолжский филологический вестник. – 2022. – № 2 (29). – С. 126–132.

2. Букреева И. В. Способы актуализации вкусовой синестезии в рекламных текстах / И. В. Букреева // Гуманитарные и юридические исследования. – 2019. – № 3. – С. 188–194.

3. Васильева Ю. А. Восточные гастрономические эргонимы в региональном ономастическом пространстве (на материале названий кафе и ресторанов Астрахани) / Ю. А. Васильева // Гуманитарные исследования. – 2024. – № 4 (92). – С. 5–10.

4. Верзина Я. Д. Репрезентация сенсуальных параметров в гастрономическом медиа-дискурсе / Я. Д. Верзина // Russian Linguistic Bulletin. – 2024. – № 5 (53). – С. 1–5.

5. Водяха А. А. Эмоциональная рамка высказывания / А. А. Водяха. – Волгоград, 1993. – 18 с.

6. Доржиева Г. С. Вкусовые акцентуации в современном гастрономическом дискурсе / Г. С. Доржиева, Ц. Гао // Вестник Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова. – 2022. – № 1 (87). – С. 56–65.

7. Дуглас М. Чистота и опасность: Анализ представлений об осквернении и табу / М. Дуглас. – Москва : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2000. – 285 с.

8. Еда по-русски в зеркале языка / под общ. ред. Н. Н. Розановой, М. В. Китайгородской, У. Долешаль, Д. Вайса. – Москва : Российский гос. гуманит. ун-т, 2013. – 586 с.

9. Олянич А. В. Гастрономический дискурс / А. В. Олянич // Дискурс-Пи. – 2015. – № 2 (19). – С. 157–159.

10. Юрина Е. А. Вкусные метафоры: пищевая традиция в зеркале языковых образов / Е. А. Юрина. – Кокшетау : Келешек 2030, 2013. – 238 с.
11. Яременко Н. Н. Синтаксис стола: гастрономический код русской культуры / Н. Н. Яременко. – Москва : Русайнс, 2026. – 44 с.

References

1. Babayan V. N. Methods of implementing communicative influence in media discourse. *Verkhnevolzhskiy filologicheskiy vestnik* = Upper Volga Philological Bulletin. 2022;2(29):126–132.
2. Bukreeva I. V. Methods of actualizing taste synesthesia in advertising texts. *Gumanitarnye i yuridicheskie issledovaniya = Humanitarian and Legal Studies.* 2019;3: 188–194.
3. Vasileva Yu. A. Eastern gastronomic ergonyms in the regional onomastic space (based on the names of cafes and restaurants in Astrakhan). *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian Studies.* 2024:4(92):5–10.
4. Verzina Ya. D. Representation of sensory parameters in gastronomic media discourse. *Russian Linguistic Bulletin = Russian Linguistic Bulletin*, 2024;5(53):1–5.
5. Vodyakha A. A. *Emotsionalnaya ramka vyskazyvaniya = Emotional frame of an utterance.* Volgograd Pedagogical University; 1993:18 p.
6. Dorzhieva G. S., Gao, Ts. Taste accentuations in modern gastronomic discourse. *Vestnik Severo-Vostochnyy federalnyy universitet imeni M. K. Ammosova = North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov*. 2022;1(87):56–65.
7. Douglas M. *Chistota i opasnost: Analiz predstavleniy ob oskvernenii i tabu = Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. Moscow: KANON-press-Ts: Kuchkovo pole; 2000:285 p.
8. *Eda po-russki v zerkale yazyka = Food in Russian in the Mirror of Language*. Ed. by N. N. Rozanova, M. V. Kitaigorodskaya, U. Doleshal, D. Weiss. Moscow: Russian State Humanitarian University; 2013:586.
9. Olyanich A. V. Gastronomic discourse. *Diskurs-Pi*. 2015;2(19):157–159.
10. Yurina E. A. *Vkusnye metafory: pishchevaya traditsiya v zerkale yazykovykh obrazov = Tasty Metaphors: Food Tradition in the Mirror of Linguistic Images.* Kokshetau: Keleşek 2030; 2013:238 p.
11. Yaremenko N. N. *Sintaksis stola: gastronomicheskiy kod russkoy kultury = The Syntax of the Table: Gastronomic Code of Russian Culture*. Moscow: Rusains; 2026;44 p.

Информация об авторе

Е. В. Лазуткина – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

Information about the author

E. V. Lazutkina – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Journalism and Media Communications.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: the author declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 12.05.2026; одобрена после рецензирования 08.06.2026; принята к публикации 15.06.2026.

The article was submitted 12.05.2026; approved after reviewing 08.06.2026; accepted for publication 15.06.2026.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Журнал включён в перечень изданий, утверждённых ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований по отраслям науки: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки)*;* 5.9.2. Литературы народов мира (филологические науки)*;* 5.9.3. Теория литературы (филологические науки)*;* 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки); 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки); 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)*;* 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Требования к публикуемым материалам: актуальность, высокий научный уровень, хороший стиль изложения. Статьи должны быть интересны достаточно широкому кругу читателей. Возможна публикация на английском языке. В журнале печатаются ранее не публиковавшиеся материалы.

Периодичность издания – 4 раза в год.

Объём публикаций – 0,5 п.л., гарнитура Arial, кегль 10, все поля по 2,5 см.

Справочный аппарат. В статьях используется система текстовых сносок в квадратных скобках с указанием номера источника в списке литературы и через запятую – страницы, например: [1, с. 10]. **Страницы указываются обязательно.** Источники в списке литературы располагаются в алфавитном порядке.

Образец оформления

1. Иванов И. И. Проблемы художественного слова. Москва : Парус, 1990. 456 с.
2. Петрова Г. В. Романтическая модель мира // Вопросы литературы. 1997. № 5. С. 16–25.
3. Тихомирова Л. Н. «Ночная» поэзия как сверхтекст. URL: http://proceedings.usu.ru (дата обращения: 12.04.2023).

На электронный адрес редакции просим направлять:

- текстовый файл со статьей;
- справку о проверке статьи в системе «Антиплагиат»;
- заключения экспертной комиссии и внутривузовской комиссии экспортного контроля (ВКЭК) о возможности открытого публикования;
- согласие на обработку персональных данных.

Оплата публикации статьи производится автором только **после** получения от ответственного секретаря письма о том, что статья принята к публикации в очередном номере журнала.

Объём аннотации должен составлять от 200 до 250 слов.

Аннотации на английском языке должны быть информативными, содержательными, структурированными, компактными, оригинальными (не быть калькой русскоязычной аннотации), написаны качественным английским языком. В аннотации должны быть указаны предмет, тема, цель работы, методы или методология проведения работы, результаты работы, область применения результатов, выводы.

В **References** совершенно недопустимо использовать российский ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Не используются разделительные знаки, применяемые в российском ГОСТе («//» и «–»). Название источника и выходные данные отделяются от авторов и заглавия статьи типом шрифта, чаще всего, курсивом (italics), точкой или запятой.

Примеры:

1. Ivanov I. I. *Problemy khudozhestvennogo slova = Problems of the Artistic Word*. Moscow: Parus; 1990:456 p.
2. Petrova G. V. Romantic Model of the World. *Voprosy literatury = Questions of Literature*. 1997;5:16–25.
3. Tikhomirova L. N. *“Nochnaya” poeziya kak sverkhtekst = “Night” Poetry as a Supertext*. URL: http://proceedings.usu.ru (accessed: 12.04.2023).

К публикации принимаются статьи, оформленные в соответствии с ГОСТ Р 7.07-2021 «СТАТЬИ В ЖУРНАЛАХ И СБОРНИКАХ. Издательское оформление».

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

Гуманитарные исследования. 2024. № 3 (91). С. 5–9.
Humanitarian Researches. 2024;3(91):5–9.

Научная статья
УДК 81’373:008

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ РУССКИХ И АРАБСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Алхалум Халед[1], Елена Николаевна Лучинская[2]✉
[1, 2]Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия
[1]Halwomkhaled2245@yahoo.com
[2]bekketsam@yandex.ru✉

Аннотация. Статья посвящена сравнительно-сопоставительной характеристике русских и арабских фразеологизмов как важнейших репрезентантов национальной языковой картины мира. В процессе исследования выявлено, что фразеологические единицы выступают актуализаторами национальной картины мира. Показано, что в составе фразеологической единицы присутствует национально-культурный компонент, репрезентированный, в частности, в реалиях определённой культуры. Реалии в составе фразеологизмов русского языка, обозначающие традиции, блюда, одежду, орудия труда и пр., вызывают трудности для понимания у носителей других культур, в частности студентов, изучающих русский язык. С целью исследования фразеологических единиц уточняется понятие национальной языковой картины мира, факторов, обусловливающих универсальные черты и национально-культурную специфику. Выбранный подход учитывает тот факт, что лингвокультурология как современное научное направление включает две важные составляющие: язык и культуру. Важнейшим результатом их взаимодействия считается лингвокультурный концепт, понимаемый как многоуровневое ментальное образование, лежащее в сознании, языке и культуре. Фразеологическую единицу, репрезентирующую ключевой смысл культуры, также считаем лингвокультурным концептом. Исследование включает сравнительный анализ фразеологизмов русского и арабского языков, предполагающий описание семантики и структуры языковых единиц. Результаты проведённого анализа показывают, что для изучения специфики национального образа мира целесообразно сопоставление семантики языковых единиц, репрезентирующей особенности лингвокультур. Доказывается, что лингвокультурное описание фразеологических единиц демонстрирует универсальные черты образного мышления носителей русского и арабского языков и лингвокультур. Проведённое исследование позволило сделать вывод, что лингвокультурная специфика русской фразеологии способствует пополнению языковой картины мира арабских студентов.

Ключевые слова: фразеологизм, национальная языковая картина мира, национально-культурный компонент, русский язык, арабский язык, сопоставительный анализ

Для цитирования: Алхалум Х., Лучинская Е. Н. Национально-культурный компонент русских и арабских фразеологизмов: сопоставительный аспект // Гуманитарные исследования. 2024. № 3 (91). С. 5–9.

Original article

NATIONAL AND CULTURAL COMPONENT OF RUSSIAN AND ARABIAN PHRASEOLOGICAL UNITS: COMPARATIVE ASPECT

Kh. Alkhalum[1], Elena N. Luchinskaya[2]✉
[1, 2]Kuban State University, Krasnodar, Russia
[1]Halwomkhaled2245@yahoo.com
[2]bekketsam@yandex.ru✉

Abstract. The article deals with the Russian and Arabic phraseological units as the most important representatives of the national linguistic picture of the world. During the comparative research, it was revealed that phraseological units act as actualizers of the national world view. It is shown that the phraseological unit contains a national-cultural component, represented, in particular, in the realities of a certain culture. Realities in the composition of phraseological units of the Russian language, denoting traditions, dishes, clothing, tools, etc., cause difficulties for understanding among speakers of other cultures, in particular, students studying the Russian language. In the process of research, the concept of a national linguistic picture of the world is considered, which has its own distinctive features and characteristics that determine universal indicators and national-cultural specifics. The chosen approach takes into account the fact that linguoculturology as a modern scientific direction includes two important components: language and culture. The most important result of their interaction is considered to be a linguocultural concept, understood as a multi-level mental formation lying in consciousness, language and culture. We also consider a phraseological unit that represents the key meaning of culture as a linguocultural concept. The study includes the data of the realized comparative analysis of phraseological units of the Russian and Arabic languages, which involves a description of the structural-semantic features of analyzed linguistic units. It is noted that the linguo-cultural description of the phraseological units shows the universal nature of metaphorical thinking of Russian-speaking and Arabian-speaking people and their cultures. It is proved that, along with the identified differences in the structure and grammar of phraseological units, universal features have been identified in the metaphorical vision of the world by speakers of Russian and Arabic linguistic cultures. The conducted research allowed us to conclude that the linguo-cultural specificity of Russian phraseology contributes to the replenishment of the linguistic world-view of Arab students.

Keywords: phraseological units, world view, language world view, national world view, Russian language, Arabic language, comparative analysis

For citation: Alkhalum Kh., Luchinskaya E. N. National and cultural component of Russian and Arabian phraseological units: comparative aspect. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2024; 3(91):5–9 (In Russ.).

ТЕКСТ СТАТЬИ

Статья поступила в редакцию 06.07.2024; одобрена после рецензирования 08.08.2024; принята к публикации 14.08.2024.

The article was submitted 06.07.2024; approved after reviewing 08.08.2024; accepted for publication 14.08.2024.

Вклад авторов

Е. Н. Лучинская – научное руководство; концепция исследования; развитие методологии; написание исходного текста; итоговые выводы.

Х. Алхалум – доработка текста; итоговые выводы.

Contribution of the authors

E. N. Luchinskaya – scientific management; research concept; methodology development; writing the draft; final conclusions.

Kh. Alkhalum – participation in development of curricula and their implementation; final conclusions.

Либо:

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.

Реквизиты для оплаты публикаций
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева»
Адрес г. Астрахань, ул. Татищева, зд. 20а
УФК по Нижегородской области
(ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет» л/с 20256Ц14780)
ИНН 3016009269
КПП 301601001
Банк: ОКЦ № 1 ВВГУ БАНКА РОССИИ
УФК по Нижегородской области г. Нижний новгород
БИК 012202102
Казначейский счёт
№ 03214643000000013235
Единый казначейский счёт
№ 40102810745370000024
Код ОКТМО 12701000
Код ОГРН 1023000818554

Обязательно указывать назначение платежа:
Ф.И.О. автора, название и номер журнала.

По всем возникающим вопросам авторы могут связаться с ответственным секретарём журнала Юлией Александровной Васильевой по e-mail: gis_00@mail.ru

ПОРЯДОК РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ

Автор представляет в редакцию рукопись, оформленную в соответствии с правилами для авторов.

Представленная автором рукопись направляется по профилю научного исследования или по тематике рассматриваемых в рукописи вопросов на рецензию членам редколлегии соответствующей области научного издания, курирующим данную тематику, или экспертам – ученым и специалистам в данной области (докторам, кандидатам наук).

Рецензенты уведомляются о том, что присланные им рукописи являются частной собственностью авторов и относятся к сведениям, не подлежащим разглашению. Рецензентам не разрешается делать копии рукописей для своих нужд.

Рецензирование проводится конфиденциально. Рецензия носит закрытый характер и предоставляется автору рукописи по его письменному запросу, без подписи и указания фамилии, должности, места работы рецензента. Нарушение конфиденциальности возможно только в случае заявления рецензента о недостоверности или фальсификации материалов, изложенных в рукописи.

Рецензия может быть предоставлена по соответственному запросу экспертных советов в ВАК РФ.

В случае положительной рецензии и рекомендации рецензентом материала к публикации рукопись и текст рецензии рассматриваются на заседании редколлегии. Наличие положительной рецензии не является достаточным основанием для публикации статьи. Решение о целесообразности публикации принимается редколлегией и фиксируется в протоколе заседания.

Если рецензент указывает на необходимость доработки материала, рукопись возвращается автору. В таком случае датой поступления в редакцию считается дата возвращения доработанной рукописи. Разъяснение нуждающихся в улучшении аспектов производится редакторами журнала на основании полученной рецензии.

Редколлегия информирует автора о принятом решении. Автору не принятой к публикации рукописи редколлегия направляет мотивированный отказ.

Оригиналы рецензий хранятся в редколлегии в течение пяти лет.

Не рецензируются:

- рецензии на научную литературу, опубликованные в разделе «Рецензии»;
- тексты выступлений на круглых столах;
- материалы, публикующиеся в разделе «Научная жизнь АГУ».

Статьи выражают точку зрения автора,
с которой редколлегия может не соглашаться.
Все материалы, поступающие в редколлегию журнала,
проходят независимое рецензирование.

Подписка на наши издания осуществляется
по каталогу периодических изданий (газеты и журналы)
ООО «Урал-Пресс Периодика»

Научно-технический журнал ***«Геология, география и глобальная энергия»***
Подписной индекс – 11173
Редколлегия журнала принимает к рассмотрению статьи по проблемам геологии, нефтегазоносности различных регионов, охватывающие важнейшие и крайне полезные для науки и производства, а также для обучения студентов естественного направления.
Периодичность издания – 4 раза в год.
Телефон: (8512) 24-66-60 (доб. 3), 24-68-37. E-mail: asupress@yandex.ru

Журнал фундаментальных и прикладных исследований ***«Гуманитарные исследования»***
Подписной индекс – 11109
В журнале публикуются статьи по широкому спектру проблем гуманитарного знания. Ведущие направления публикаций отражены в следующих рубриках: «Языкознание», «Литературоведение».
Периодичность издания – 4 раза в год.
Телефон: (8512) 24-66-60 (доб. 3), 24-68-37. E-mail: asupress@yandex.ru

Научный журнал «***Каспийский регион: политика, экономика, культура»***
Подписной индекс – 11170
Профиль журнала – анализ проблем настоящего, прошлого и будущего Каспийского региона в их взаимосвязи с современным развитием мира.
Издание имеет многоплановый, междисциплинарный характер, знакомит читателя с исследованиями и дискуссиями во всех областях социальных и гуманитарных знаний по проблемам Каспийского региона.
Периодичность издания – 4 раза в год.
Телефон: (8512) 24-66-60 (доб. 3), 24-68-37. E-mail: asupress@yandex.ru

Научно-технический журнал ***«Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии»***
Подписной индекс – 73313.
На страницах журнала представлены результаты исследований и новейшие разработки в области физических и технических наук.
Ведущие направления публикаций отражены в следующих рубриках: «Управление в социальных и экономических системах», «Математические и инструментальные методы экономики», «Системный анализ, управление и обработка информации», «Математическое моделирование, численные методы и комплексы программ», «Информационно-измерительные и управляющие системы».
Периодичность издания – 4 раза в год.
Телефон: (8512) 24-66-60 (доб. 3), 24-68-37. E-mail: asupress@yandex.ru

Предлагаем всем желающим разместить в наших изданиях рекламу.
Адрес Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева:
414056, г. Астрахань, ул. Татищева, зд. 20а;
тел. (8512) 24-66-60 (доб. 3), 24-68-37 (издательско-полиграфический отдел)
E-mail: asupress@yandex.ru

ГУМАНИТАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

**HUMANITARIAN
RESEARCHES**

JOURNAL OF FUNDAMENTAL
AND APPLIED RESEARCHES

**2026
№ 2 (98)**

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
Министерства Российской Федерации по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых коммуникаций
ПИ № 77-14910 от 20.03.2003

Учредитель
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а

Адрес редакции:
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20

Адрес издателя:
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а

Подписной индекс – 11109
по каталогу периодических изданий (газеты и журналы)
ООО «Урал-Пресс»

Главный редактор Л. Ю. Касьянова

Компьютерная вёрстка С. Н. Лычагиной

Дата выхода в свет: 15.07.2026.

Цена свободная.
Заказ № 4779. Тираж 500 экз. (первый завод – 22 экз.).
Уч.-изд. л. 11,6. Усл. печ. л. 16,2.

Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева
414056, г. Астрахань, ул. Татищева, зд. 20а.
Тел. (8512) 24-66-60 (доб. 3)
E-mail: asupress@yandex.ru
Отпечатано ИП Шпаченко Павел Валентинович
414040, г. Астрахань, ул. Анри Барбюса, д. 36, пом. 063
тел. (8512) 54-78-05, e-mail: rm-ast@mail.ru