



**ULRICHSWEB™**  
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

ISSN 2413-6182

# КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2017 № 2 (12)

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ \* 2017 \* № 2 (12)

### **Редакционная коллегия**

#### *Главный редактор*

д-р филол. наук, проф.  
О.С. Иссерс (Омск, Россия)

д-р философии, проф.  
Р. Андерсон (Лос-Анджелес, США)

д-р филол. наук, проф.  
А.Н. Баранов (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.  
Н.В. Богданова-Бегларян  
(Санкт-Петербург, Россия)

д-р философии, проф.  
Д. Вайс (Цюрих, Швейцария)

д-р филол. наук, проф.  
М.А. Кронгауз (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.  
Л.П. Крысин (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.  
Л.А. Кудрявцева (Киев, Украина)

д-р филол. наук, проф.  
Э. Лассан (Вильнюс, Литва)

д-р филол. наук, проф.  
Б.Ю. Норман (Минск, Беларусь)

д-р филологии, проф.  
Р. Ратмайр (Австрия)

д-р филологии, проф.  
Л. Рязанова (Эдинбург, Великобритания)

д-р филол. наук, проф.  
И.А. Стернин (Воронеж, Россия)

д-р филол. наук, проф.  
А.П. Чудинов (Екатеринбург, Россия)

д-р филол. наук, проф.  
А.Д. Шмелев (Москва, Россия)

#### *Ответственный секретарь*

канд. филол. наук, доц.  
М.В. Терских (Омск, Россия)

### **Editorial Staff**

#### *Editor-in-Chief*

Prof. O.S. Issers  
(Omsk, Russia)

Ph.D. R. Anderson  
(Los Angeles, USA)

Prof. A.N. Baranov  
(Moscow, Russia),

Prof. N.V. Bogdanova-Beglaryan  
(St. Petersburg, Russia)

Prof. A.P. Chudinov  
(Yekaterinburg, Russia)

Prof. M.A. Kronhaus  
(Moscow, Russia)

Prof. L.P. Krysin  
(Moscow, Russia)

Prof. L.A. Kudryavtseva  
(Kyiv, Ukraine)

Prof. E. Lissan  
(Vilnius, Lithuania)

Prof. B.Yu. Norman  
(Minsk, Belarus)

Ph.D. R. Rathmayr  
(Austria)

Ph.D. L. Ryazanova  
(Edinburgh, UK)

Prof. I.A. Sternin  
(Voronezh, Russia)

Prof. A.D. Shmelev  
(Moscow, Russia)

Ph.D. D. Weiss  
(Zurich, Switzerland)

#### *Executive secretary of the journal*

Dr. M.V. Terskikh  
(Omsk, Russia)

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ \* 2017 \* № 2 (12)

### Основан в 2014 г.

Выходит 4 раза в год

Учредитель – Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Редактор Д.С. Нерозник  
Технический редактор Н.В. Москвичёва  
Дизайн обложки З.Н. Образова  
Переводчики  
В.А. Харюшина, А.Ю. Енарьева

Свидетельство о регистрации СМИ  
ПИ № ФС77-59020 от 18.08.2014.  
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

**ISSN 2413-6182**

«Коммуникативные исследования» – рецензируемый научный журнал, в котором представлены исследования в области коммуникативистики.

Задача журнала – укрепление связей между научными центрами России и зарубежья, формирование новых направлений коммуникативных исследований, привлечение молодых ученых к данной проблематике.

Издаётся в рамках научного сотрудничества с Институтом русского языка им. В.В. Виноградова РАН

К публикации принимаются статьи на русском и английском языках

Адрес редакции  
644077, Россия, Омская область, Омск, пр. Мира, 55, каб. 221

Сайт журнала: <http://com-studies.org/ru>

Дата выхода: 2017.  
Ризографическая печать.  
Формат 60×84 1/8.  
Заказ 100. Тираж 60 экз.  
Объединенный подписной каталог «Пресса России». Индекс 94243.  
Свободная цена

Отпечатано в типографии Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Адрес издателя и типографии  
644077, Россия, Омская область, Омск, пр. Мира, 55а

### Founded in 2014

Published four times a year

Founded by Dostoevsky Omsk State University

Editor D.S. Neroznik  
Technical editor N.V. Moskvicheva  
Design of cover Z.N. Obrazova  
Interpreters  
V.A. Kharyushina, A.Yu. Enareva

Journal Registration Certificate  
ПИ No. ФС77-59020 of August 18, 2014.  
Given by The Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media

**ISSN 2413-6182**

"Communication Studies" is a peer-reviewed academic journal focusing on the study of communication science.

The objective of this journal is to strengthen relations between Russian and foreign scientific centers, form new communicative research areas, involve young scientists in this research activity.

The journal is published within the framework of scientific cooperation with Vinogradov Institute of Russian Language of Russian Academy of Science (RAS)

The Journal publishes articles in Russian and English

Address of editorial office  
office 221, 55, Mira pr., Omsk, Omsk Oblast, 644077, Russia

Site of Journal: <http://com-studies.org/ru>

Date of publication: 2017.  
Risograph printing.  
Format 60×84 1/8.  
Order 100. Circulation of 60 copies  
United subscription catalog "The Russian Press". Index 94243.  
Free price

Published by Dostoevsky Omsk State University

Address of publisher and printing house  
55a, Mira pr., Omsk, Omsk Oblast, 644077, Russia

## СОДЕРЖАНИЕ

## CONTENTS

### Раздел I. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ

#### Part I. THEORY OF COMMUNICATION

<i>Дорофеев Ю.В.</i> Лексикографическое отражение вариативности языка в типологическом и лингвокультурологическом аспектах.....	7	<i>Dorofeev Yu.V.</i> Lexicographic reflection of language variation in the typological and linguocultural aspects .....	7
<i>Крысин Л.П.</i> К соотношению системы языка, его нормы и узуса.....	20	<i>Krysin L.P.</i> To the correlation of the language system, its norms and usage.....	20
<i>Малёнова Е.Д.</i> Теория и практика аудиовизуального перевода: отечественный и зарубежный опыт.....	32	<i>Malenova E.D.</i> Theory and practice of audiovisual translation: Russian and international approaches .....	32

### Раздел II. СОВРЕМЕННЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ

#### Part II. MODERN DISCOURSE PRACTICES

<i>Вознесенская И.М.</i> Речевое поведение автора дневникового текста: жанрообразующие и индивидуальные черты .....	49	<i>Voznesenskaya I.M.</i> Verbal behavior of a diarist: genre peculiarities and individual traits .....	49
<i>Егошкина В.А.</i> Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм .....	61	<i>Egoshkina V.A.</i> The format of radio stations and signs of the format radio program .....	61
<i>Кравцова Л.П.</i> Нейминг цвета в языке моды .....	69	<i>Kravcova L.P.</i> Naming of color in the language of fashion .....	69

### Раздел III. КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА

#### Part III. COMMUNICATIVE DIDACTICS

<i>Баева Е.М.</i> Коммуникативный подход в преподавании русского языка как иностранного: новые ресурсы, новые задания .....	89	<i>Baeva E.M.</i> Communicative approach in teaching Russian as a foreign language: new resources, new activities.....	89
<i>Бредихина Н.С.</i> Феномен геймификации в продвижении дистанционных образовательных услуг .....	96	<i>Bredikhina N.S.</i> Phenomenon of gamification in promoting remote educational services .....	96
<i>Глушкова Т.С., Сунцова Е.В.</i> Лексико-семантическая группа наименований лиц по профессии, роду занятий в обучении русскому языку как иностранному .....	109	<i>Glushkova T.S., Suntsova E.V.</i> Lexical and semantic group of names of professions and occupations in teaching Russian as a foreign language .....	109

### Раздел IV. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

#### Part IV. REVIEWS. CHRONICLE

<i>Воейкова М.Д.</i> Рецензия на коллективную монографию под ред. Н.В. Богдановой-Бегларян «Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах» .....	123	<i>Voeikova M.D.</i> Review on the collective monograph edited by N.V. Bogdanova-Beglaryan "The Russian language of everyday communication: peculiarities of functioning in different social groups" .....	123
---	-----	--	-----

<i>Коньков В.И.</i> Речевая практика СМИ и Интернета в аспекте стилового взаимодействия: хроника международного научного форума «Медиа в современном мире. 56-е Петербургские чтения» .....	129	<i>Konkov V.I.</i> Speech practice of the media and the Internet in the aspect of style interaction: chronicles of the international scientific forum "Media in the contemporary world. 56th Petersburg readings" .....	129
<i>Ромашова И.П., Никитина Е.А., Ляпина А.В., Петрова Е.И.</i> Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 7-8 февраля 2017 г.).....	134	<i>Romashova I.P., Nikitina E.A., Liapina A.V., Petrova E.I.</i> International scientific-practical conference "Journalism in 2016: work, occupation, industry" (Moscow, February 7-8, 2017) .....	134
<b>Информация для авторов</b> .....	141	<b>Information for authors</b> .....	141

Раздел I

---

**ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ**





Part I

---

**THEORY OF COMMUNICATION**

## ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОЕ ОТРАЖЕНИЕ ВАРИАТИВНОСТИ ЯЗЫКА В ТИПОЛОГИЧЕСКОМ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ\*

**Ю.В. Дорофеев**

*Крымский республиканский институт  
постдипломного педагогического образования (Симферополь, Россия)*

**Аннотация:** В статье рассматривается отражение вариативности русского языка на современном этапе в словарях с позиции теории вариантности. Предложенная модель описания опирается на функционально-типологические признаки анализируемых единиц и носит универсальный характер. С опорой на традиции описания вариативности языка характеризуются основные возможности лексикографии как средства фиксации этапов развития языка. В связи с этим предлагается включить номинативные единицы языка, в значении которых проявляется региональный компонент, в отдельный лексикографический источник, позволяющий описать региональную вариативность как форму существования конкретного языка. Особый интерес в этом отношении представляет русский язык, поскольку он функционирует на широкой территории и обладает значительной региональной спецификой, связанной с историей, традициями, культурой отдельных субъектов. Для описания и представления регионального варианта предлагается использовать инструментарий типологической лингвистики и лингвокультурологии, поскольку именно такой подход позволит охватить все проявления языка в регионе и отразить их в рамках словаря определенного типа. Значимость исследования заключается в дальнейшем углублении основ лингвокультурологической теории, в разработке концептуальных основ словаря нового типа, в прикладном характере исследования с точки зрения социолингвистики.

**Ключевые слова:** вариант, позиция, семантема, русский язык.

**Для цитирования:**

*Дорофеев Ю.В. Лексикографическое отражение вариативности языка в типологическом и лингвокультурологическом аспектах // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 7–19.*

**Сведения об авторе:**

**Дорофеев Юрий Владимирович**, доктор филологических наук, проректор по научной работе, доцент кафедры филологии

---

\* Подготовлено при поддержке гранта РГНФ № 17-04-00187.



***Контактная информация:***

Почтовый адрес: 295000, Россия, Симферополь, ул. Ленина, 15

E-mail: yuvld@mail.ru

***Дата поступления статьи:*** 21.04.2017

В современной лингвистике развитие лексикографии непосредственно связано с процессом взаимодействия языков, которое носит как региональный, так и глобальный характер. Особенно актуальным этот процесс является для языков в странах бывшего СНГ, в том числе для русского языка, который подвергается влиянию не только западноевропейских языков, но и славянских, особенно украинского и белорусского, а также целого ряда финно-угорских, тюркских, уральских, алтайских и других языков народов Российской Федерации, о чем пишут Н.Ю. Авина, А. Мустайоки, Н.С. Сергиева, Е.А. Торохова и др. Поэтому А.Н. Рудяков указывает на необходимость нового понимания задач, стоящих перед лингвистами, и предлагает рассматривать взаимодействие не языков, а языковых миров, представляющих собой социальные группы, для которых средством кооперации и ситемообразующим фактором служит один и тот же язык в разных формах [Рудяков 2011а]. Эти миры не существуют в изоляции друг от друга, а активно контактируют между собой, и поэтому в определенной мере способствуют возникновению различных вариантов отдельного языка. Данный тезис базируется, в частности, на исследованиях, посвященных вариативности полинациональных языков (английского, испанского, французского, немецкого), различные формы существования которых на отдельных территориях их распространения во многом определяются именно контактами с другими языками.

Таким образом, поскольку любой национальный язык существует как более или менее разветвленная и упорядоченная система функциональных вариантов, особенный интерес для современного языкознания представляют способы отражения вариативности в словарях, а также отбор лексикографического материала для них. Ведь если существование территориальных и социальных вариантов в большинстве языков не вызывает сомнений у лингвистов, то другие типы вариантов признаются не всеми. Так, исследователи романских и германских языков выделяют национальные и региональные варианты английского, немецкого, французского и испанского языков, а при описании таких языков, как русский, который контактирует со множеством других языков и имеет достаточно широкую территорию распространения, исходят из того, что, хотя для славянских языков и характерны пространственные и социальные формы существования, представляющие собой компоненты национального языка, варьирование – это в большей или меньшей мере обоснованное отступление от норм. В последнее десятилетие вариативность русского языка

обращает на себя все большее внимание исследователей, и поэтому нередко лингвисты констатируют существование региональных вариантов (региолектов) русского языка, которые в большей или меньшей степени противопоставляются кодифицированным формам национального языка (работы Т.Б. Крючковой, Т.Ф. Новиковой, Е.А. Тороховой и др.).

Региональный тип варьирования отмечался исследователями и ранее, хотя для его описания и использовался иной терминологический аппарат. Обсуждая эту проблему, В.И. Беликов указывает на словарную помету *обл.*, которая выводила функционирование соответствующего слова за рамки литературной нормы, но при этом и не относила его исключительно к диалектной системе. Так, хотя слово *хата* толкуется как 'крестьянский дом, бревенчатый или мазанка, в украинской или южно-русской деревне', В.И. Беликов полагает, что «житель Ростова или Белгорода назовет хатой и подмосковное, и архангельское сельское жилище...», и потому называет подобные средства номинации «единственно используемым в повседневной практике способом обозначения определенного понятия для тех лиц, которых никак нельзя исключить из числа носителей литературного языка» [Беликов 2004: 181]. Подобные единицы получали разные дефиниции, вследствие чего для их обозначения использовались термины *диалектизм, локализм, провинциализм, регионализм*. Также к ним относились и номинативные средства, имевшие ограниченное употребление и получившие наименование *безэквивалентная лексика, этнографизмы, экзотизмы*. Термин *регионализм* наиболее поздний по времени появления, Т.Ф. Новикова отмечает, что «такое явление, как регионализмы, т. е. специфические, только в данном регионе понятные и употребляемые слова и выражения, в наименьшей степени изучено, если не сказать больше – не изучено» [Новикова 2011: 21], и поэтому пока что у него нет достаточно четкой дефиниции.

Т.Ф. Новикова полагает возможным рассматривать как регионализмы ряд номинативных единиц, функционирующих на границе русских и украинских говоров. В качестве примеров таких единиц исследователем приводятся *балакать, шукать, ховать, гарбуз, бибихи, шкода, буряк, кавун, рушник, криница, крыхта, растрынькать, панькаться, позычить*, которые будут понятны жителям смежных территорий без перевода. Соответственно, в Республике Крым к числу таких единиц следует отнести следующие: *краевид, пайта, кавун, синенькие, яйла, курабье, язма, янтык, тандыр, крымчак* и др. Такие единицы не могут быть определены как заимствования или результат интерференции, поскольку они выступают как характеристика определенного и достаточно большого региона, т. е. «языковые факты с регионально актуальным и с позиций регионального культурного фона объяснимым компонентом значения» [Новикова 2008: 262]. Следует отметить, что часть приведенных примеров на первый взгляд не обладает соответствующим «колоритом» и представ-

ляет собой лишь названия распространенных реалий, однако, как отмечает в своей работе Г.В. Степанов, «эквадорский *gorrión* (воробей) – не то же самое, что европейский *gorrión*. В Эквадоре водится *ruiseñor* (соловей), который не имеет ничего общего с соловьем Старого света. Эквадорские *lobo* (волк), *zorro* (лиса) не имеют ничего общего с европейскими животными, обозначающими понятия “волк”, “лиса”» [Степанов 2004: 201], т. е. семантическое наполнение данных единиц существенно различается (в этом отношении интересны также наблюдения В.И. Беликова, приведенные в статье «Пышки со сметаной»<sup>1</sup>). Соответственно, региональная вариативность занимает промежуточное положение между диалектной и общелитературной лексической системами (фактически, термин *регионализм* в данном случае используется в том же значении, что и при описании вариантности испанского языка в Латинской Америке), а сам региональный тип варьирования является актуальным для современного русского языка в той же мере, что и для языков других групп, и связан с его функционированием в отдельных субъектах [Торохова 2005].

Для региональных разновидностей конкретного языка характерно наличие заимствованных единиц, которые проникают в них вследствие длительных контактов носителей разных языков на одной территории (в частности, русского и украинского). Поэтому А. Мартине, обсуждая проблемы языковых контактов, отмечает, что существует необходимость «более многочисленных и более научных исследований того, как **провинциальные** (выделено мной. – Ю. Д.) или колониальные формы литературных языков окрашиваются в устах местных жителей» [Мартине 1972: 83]. Частью таких исследований, несомненно, является процесс фиксации результатов наблюдений и обобщений, их классификация, которая должна носить лексикографический характер.

Системное отражение вариантов языка (особенно региональных) в лексикографических источниках представляет собой проблему, решением которой пока что интересуются только отдельные лингвисты (см. работы В.И. Беликова и Т.Ф. Новиковой). Очевидно, первые шаги в этом направлении были предприняты составителями словарей американского варианта английского языка. Хорошо известно, что реакция англичан, живущих в метрополии, на английский язык поселенцев бывших колоний, в частности США и Канады, долгое время носила негативный характер. Жители Британии, вступавшие в контакт с американцами, замечали в языке последних «неправильности» и «ошибки», которые вызывали неприятие. Территориальные особенности языка жителей США провозглашались «неправильными», «варварскими» и подвергались осмеянию [Ступин 1985: 83].

---

<sup>1</sup> URL: [http://udavpyshki.ucoz.ru/publ/pyshki\\_so\\_smetanoj\\_zametki\\_o\\_literaturnoj\\_norme\\_upotreblenii\\_slov\\_i\\_tolkovykh\\_slovarjakh/1-1-0-5](http://udavpyshki.ucoz.ru/publ/pyshki_so_smetanoj_zametki_o_literaturnoj_norme_upotreblenii_slov_i_tolkovykh_slovarjakh/1-1-0-5).

Такое противостояние привело к тому, что в США активизировалась работа по созданию собственных учебных и лексикографических материалов. Ключевую роль при этом сыграл выдающийся ученый Н. Уэбстер, который, постулируя свободное развитие языка, полагал, что английский язык, функционирующий в США, имеет свои особенности по сравнению с языком Великобритании. Более того, его научная деятельность была ориентирована на поиск и закрепление отличий между двумя вариантами английского языка, для чего требовалось установление собственно американского языкового стандарта. Работа в данном направлении привела Н. Уэбстера к мысли, что американцы должны иметь свои собственные словари и учебники по языку, а не пользоваться изданиями, подготовленными в Великобритании и ориентированными исключительно на литературную форму языка, принятую в бывшей метрополии. Перечисленные идеи реализовались в «Американском словаре английского языка» (*An American Dictionary of the English Language*), изданном в первой трети XIX в. Ключевой характеристикой этого значительного во всех отношениях научного труда было вынесенное в заглавие слово *американский*, которое подчеркивало функциональную направленность словаря, его целевую аудиторию, ориентацию на отражение особенностей английского языка в США.

Словарь Н. Уэбстера стал первым лексикографическим изданием, описывающим национальный вариант языка. После этого был создан ряд словарей, актуальных в этом отношении для французского, испанского, немецкого языков, при этом нередко в них не дифференцировались национальные и региональные варианты (см., например, работы В.Т. Клокова). Вследствие этого собственно региональные словари представлены в очень ограниченном количестве, что, несомненно, обусловлено интерпретацией вариантности языка в науке. Одна из причин, таким образом, заключается в том, что словарь отражает вектор идеологического развития общества: «Выбор дефиниций, формы, места, сферы употребления языковых единиц зависят от идеологических и культурных установлений социума» [Дубичинский 2009: 33].

Другой, не менее значимой причиной является относительность объема лексикографического материала, поскольку работа по сбору и анализу материала активно функционирующих и в силу этого постоянно меняющихся языков в принципе не может носить статический характер. Кроме того, словарь, отражающий региональные особенности языка, должен основываться на четких критериях отбора и описания номинативных единиц, чтобы отразить их своеобразие по сравнению с диалектными словарями, поскольку словарный состав любого национального языка включает в себя более или менее изолированные номинативные группы, разграничение которых находится в прямой зависимости от концептуальной позиции составителей словаря и его востребованности в социуме

на момент подготовки. Среди таких групп традиционно выделяют просторечную, профессиональную, вульгарную лексику, диалектизмы, жаргонизмы, варваризмы, архаичную лексику, неологизмы, научные термины и т. д. Обозначенные группы не имеют четко очерченных границ и нередко функционируют в пределах разных форм существования языка, находясь в постоянном взаимодействии между собой, что способствует переходу, например, диалектных и профессиональных единиц в литературный вариант, актуализации историзмов и т. п. Кроме того, такие единицы могут быть включены в достаточно полном объеме только в специализированные словари, поскольку, например, номинативные средства одной только науки включают сотни тысяч терминов, и их количество постоянно увеличивается.

Следовательно, перед составителем конкретного словаря неизбежно встает вопрос, какие единицы (сигнификаты и формы их экспликации) и на каком основании включать в словарь, а какие оставлять за его пределами? Вопрос этот сложен для разрешения как на теоретическом, так и на эмпирическом уровне, и поэтому предполагает учет традиций соответствующей национальной лексикографии и ориентацию на потребности современного социума. Наиболее типичным примером решения такой проблемы является отбор единиц для составления толкового словаря современного литературного языка. Основанием для принятия решения будет представление о системной стратификации национального языка и о том месте, которое отводится в ней литературному варианту. Определив границы последнего, мы тем самым решим и проблему словника, который должен включать весь лексический состав литературной формы языка, функционирующей в данном коллективе. Для более адекватного и последовательного отражения системы языка в словарях используется часто очень разветвленная система разнообразных помет, которые, как правило, указывают на дополнительные компоненты значения, не включенные в толкование отдельного слова.

Несомненно, при формировании словника наблюдаются многочисленные отклонения, которые зависят от объема словаря, его целей, возможностей составителей и т. д. Помимо этого любой словарь имеет ограничения в диахронном и синхронном плане, т. е. он отражает лексику и ее дифференциацию, характерные для определенного периода времени. Так, в литературный вариант языка традиционно включаются только те единицы, значимость и функциональная нагрузка которых были отражены на протяжении долгой истории развития языка и которые в принципе понятны всем членам данного языкового коллектива и могут (хотя бы потенциально) использоваться ими во всех сферах речевой деятельности. Как правило, за пределами литературной формы языка остается довольно значительное количество слов, еще не вошедших в язык или уже вышедших из употребления, а также единицы, явно относящиеся к дру-

гим вариантам данного языка (например, территориальным или социальным). Здесь также обнаруживается противоречие, поскольку невключение таких единиц в словарь фактически вытесняет из сферы внимания лингвистов ряд областей деятельности, которые обслуживает соответствующая лексика. Таким образом, объем словника и тип словаря должны находиться в прямой зависимости от тенденций развития языка в данном обществе в данный момент, потребности в соответствующих средствах выражения, а также уровня развития культуры, науки, экономики, техники, которые определяют круг номинативных единиц, включенных или, наоборот, исключенных составителями словаря литературного языка. Региональный тип варьирования при этом может расцениваться и как ненормативный, и как узуальный. Однако, если критерием надежности словаря является его адекватность реальной языковой действительности, то узус должен рассматриваться как основа речевой деятельности как минимум части социума: «Именно потому, что сам толковый словарь основан на узусе (и, естественно, на узусе, который имел место до выхода словаря в свет), в тех случаях, когда то или иное употребление идет вразрез со словарными показаниями, необходимо еще раз сверить данное употребление с окружающей действительностью. Если это употребление согласуется с узусом, но не согласуется с показаниями словарей, то в таком случае надо пренебречь показаниями словарей и следовать широко распространенному в данный момент в данном языковом коллективе узусу» [Ступин 1985: 143]. Значимость этого положения не всегда учитывается в лингвистике, поэтому нередко возникают споры о сущности нормы, ее абсолютизации и противопоставленности узусу. Из этого, конечно, не следует, что роль словаря сводится к роли бесстрастного регистратора фактов, и Л.В. Щерба по этому поводу писал, что становление и формирование нормы происходит «помимо всяких нормативных словарей», но при этом подчеркивал нормализаторскую роль, принадлежащую словарям, которые могут «помогать естественному ходу вещей, а могут и мешать ему» [Щерба 2004: 278].

В лексикографическом плане проблема нормативности и распространенности конкретной номинативной единицы чрезвычайно сложна и многоаспектна. Она неизбежно предполагает принятие решения по целому ряду вопросов, важнейшими из которых являются: 1) объективность языковой нормы; 2) адекватное отражение в словаре языковой действительности; 3) объективность и неизбежность языковых изменений и отношение к ним лексикографа; 4) роль составителя словаря при отборе фактов языка; 5) максимальный охват словарем номинативной системы и т. д. [Ступин 1985]. Но поскольку «лексикография, как и всякая другая наука, должна удовлетворять, по крайней мере, следующим трем условиям: 1) объективно и беспристрастно описывать исследуемую реальную действительность (в данном случае языковую); 2) обобщать свои описа-

ния, основываясь на наблюдаемых фактах; 3) постоянно пересматривать свои обобщения» [Ступин 1985: 146], то при составлении словарей с необходимостью должна учитываться вариантность языка, а ее адекватное отражение в лингвистическом справочнике есть неперемненное условие научности последнего.

Обсуждая эту проблему применительно к современному русскому языку, В.И. Беликов характеризует стереотипы, которые сложились по отношению к литературной норме. Во-первых, это существование единой кодифицированной нормы, закрепленной в словарях и грамматиках. Во-вторых, кодифицированная норма основана на анализе ее реализации в речевой практике образованных слоев населения. В-третьих, кодифицированная норма отражает современное ей состояние языка. Эти положения существенно затрудняют отображение тех процессов, которые сегодня объективно происходят в русском языке и в результате которых достаточно четко разграничиваются его варианты, в том числе региональные. И такое направление развития вовсе не нарушает цельности русского языка: «...русский язык “вообще” хоть и един, но не единообразен и как раз в последние годы в определенном смысле находится в процессе дезинтеграции» [Беликов 2007б: 36].

Дальнейшая разработка теории региональной лексикографии предполагает ориентацию на основные положения теории вариативности языка, в частности на постепенный отказ от предписывающей точки зрения в пользу взгляда на словарь как на беспристрастный и объективный регистратор развития языка. В этом отношении для развития региональной лексикографии в отечественной традиции необходим учет так называемых диалектных словарей и словарей жаргонов различного типа (т. е. социальных вариантов), которые также являются важным шагом на пути описания вариантности русского языка. Значимость для лингвистики, истории, этнографии словарей территориальных вариантов несомненна, они представляют собой источник ценного фактологического материала и имеют огромное общекультурное значение, «так как помогают сохранить и постичь своеобразие видения мира носителями диалектов, почувствовать богатство и выразительность живой речи народа» [Дубичинский 2009: 247]. Словари социальных вариантов, по сути, выполняют ту же функцию, отображая отдельные фрагменты языковой картины мира, характерные для относительно замкнутых социальных групп, причем значение таких словарей в последнее время возрастает, поскольку часть ранее узкопрофессиональных социолектов получает широкое распространение, а их использование и понимание также становится частью языковой культуры (например, в Интернете). Ставится в лингвистике и вопрос о разработке словарей пиджинов, которые представляют собой самостоятельную гибридную форму языка, функционирующую на пересечении языковых миров.

При этом в рамках единого языкового мира всегда присутствовала и сохраняется по сей день специфика регионального словаря. И если раньше лингвисты нередко обходили своим вниманием фонетические, грамматические, лексические особенности речи русскоязычных жителей бывших республик Советского Союза и субъектов Российской Федерации, рассматривая их как отступления от стандартной формы языка, принятой в качестве образца в культурно и исторически исходном для данного языка регионе, то во второй половине XX в. наблюдается постепенная трансформация такой позиции. И на фоне признания вариантности многих языков в последние полтора десятилетия учет объективных законов развития русского языка, определяющих увеличение его вариативности, становится неотъемлемой чертой лингвистических исследований. Как отмечает В.И. Беликов, «несмотря на повсеместное снижение статуса, де-факто (а иногда и де-юре) русский язык исполняет те или иные официальные функции в большинстве стран СНГ, на всем постсоветском пространстве он широко используется в бизнесе и СМИ. При этом унифицирующая роль культурных центров России снизилась, а интерферирующее воздействие новых государственных языков усилилось» [Беликов 2007а: 413]. В таких условиях лексикографическая работа, направленная на описание вариативности конкретного языка, становится насущной проблемой для лингвистики и социума. Частично эта проблема решается в так называемых страноведческих и лингвокультурологических словарях, которые в том числе отражают и региональную специфику языка. В большинстве случаев словарные статьи в таких изданиях заключают в себе культурно-историческую информацию, связанную с тем или иным объектом номинации, и отбор фактов базируется именно на возможности продемонстрировать уникальность отдельной страны, реже региона. В связи с этим в последние годы наметилась тенденция отражения в лексикографии именно региональных особенностей русского языка (см.: [Тула: факты, события, люди 2011; Рублева 2005] и др.). Фактически в таких словарях принципы лингвокультурологического и страноведческого подхода используются применительно к тому языковому материалу, который обнаруживает тесные связи именно с отдельным регионом (реже регионами) в рамках единого государства. Словарь такого типа отражает актуальность тех или иных единиц с региональным компонентом значения, а также сведения об их значимости (культурной, социальной) для носителей языка в данном регионе.

Из всего сказанного следует, что развитие лексикографии с учетом региональной вариативности языка требует быстрой и системной реакции на инновации и изменения в языке и соответствия создаваемых словарей новым принципам и требованиям, которые поставит время. Актуальность для лингвистики в этом отношении приобретает применение существующего инструментария, прежде всего из области типологиче-



ской лингвистики и лингвокультурологии, к языковым единицам, в значении которых ярко проявляется региональный компонент и которые характерны для современного этапа развития русского языка. Эта задача может быть решена при составлении семантического в своей основе лингвокультурологического регионального словаря, единицей которого будут не отдельные слова, а номинативные единицы, характерные для речевого коллектива отдельного субъекта Российской Федерации. Такой словарь сможет «отражать вариантность, множественность “мы” своих носителей, их тождественность и единство, определяемые принадлежностью к одному языковому миру» [Рудяков 2011б: 9].

### **Список литературы**

- Беликов В.И.* Лексический узус в зарубежном русском и академические словари // Русский язык в странах СНГ и Балтии: Междунар. науч. конф. / Отд-ние ист.-филол. наук РАН. М.: Наука, 2007а. С. 412–418.
- Беликов В.И.* Языковая норма: новые и старые трещины на русскоязычном пространстве // Acta Philologica. Филологические записки. Вып. 1 / гл. ред. М.Л. Ремнева. М.: Альма матер, 2007б. С. 36–52.
- Беликов В.И.* Задачи социальной лексикографии // Русский язык: исторические судьбы и современность: II Междунар. конгр. исследователей рус. яз.: тр. и материалы / сост. М.Л. Ремнева, О.В. Дедова, А.А. Поликарпов. М.: Изд-во МГУ, 2004. С. 181–182.
- Дубичинский В.В.* Лексикография русского языка: учеб. пособие. М.: Наука: Флинта, 2009. 432 с.
- Мартине А.* Распространение языка и структурная лингвистика // Новое в лингвистике. Вып. 6. М.: Прогресс, 1972. С. 81–93.
- Новикова Т.Ф.* Современные региолекты: проблемы статуса и описания // Лінгвістика. 2011. № 3, ч. 1. С. 17–25.
- Новикова Т.Ф.* Регионализмы как единицы языка с национально-культурным компонентом значения // Фразеология и когнитивистика: материалы I Междунар. науч. конф.: в 2 т. Белгород: Изд-во БелГУ, 2008. Т. 2. С. 256–262.
- Рублева О.Л.* Владивосток в названиях от «А» до «Я»: топонимический лингвострановедческий словарь. Владивосток: Изд-во ДВГУ, 2005. 211 с.
- Рудяков А.Н.* Геолінгвістика і Русофонія // Вестник Кокшетауского государственного университета имени Ш. Уалиханова. 2011а. № 3–4. С. 190–196.
- Рудяков А.Н.* Георусистика, функциональная лингвистика и... мифы русистики // Георусистика: Вызовы XXI века: сб. науч. ст. / под ред. А.Н. Рудякова. Симферополь: Антиква, 2011б. С. 5–17.
- Степанов Г.В.* К проблеме языкового варьирования. Испанский язык Испании и Америки. 2-е изд., стер. М.: Едиториал УРСС, 2004. 328 с. (Языки народов мира).
- Ступин Л.П.* Лексикография английского языка: учеб. пособие для студентов интов и фак. иностр. яз. М.: Высшая школа, 1985. 167 с.
- Торохова Е.А.* Региональный вариант русского литературного языка, функционирующий на территории Удмуртии (социолінгвістический аспект): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2005. 25 с.

- Тула: факты, события, люди: лингвострановедческий словарь / под общ. ред.: Л.А. Константиновой, Н.Н. Захаровой. Тула: Тул. гос. ун-т, 2011. 322 с.
- Щерба Л.В. Опыт общей теории лексикографии // Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. 2-е изд., стер. М.: Едиториал УРСС, 2004. С. 265–304.

### References

- Belikov, V.I. (2007a), *Leksicheskie uzusy v zarubezhnom russkom i akademicheskie slovari* [Lexical Uses in Foreign Russian and Academic Dictionaries]. *Russkii yazyk v stranakh SNG i Baltii* [Russian Language in the CIS and Baltic countries], International Scientific Conference, Moscow, Nauka Publ., pp. 412-418. (in Russian)
- Belikov, V.I. (2007b), *Yazykovaya norma: novye i starye treshchiny na russkoyazychnom prostranstve* [Language norm: new and old cracks in the Russian-speaking space]. *Acta Philologica*, Iss. 1, Moscow, Alma mater Publ., pp. 36-52. (in Russian)
- Belikov, V.I. (2004), *Zadachi sotsialnoi leksikografii* [Tasks of social lexicography]. Remneva, M.L., Dedova, O.V., Polikarpov, A.A. (Comp.) *Russkii yazyk: istoricheskie sudby i sovremennost* [Russian language: historical destinies and the present], works of the 2<sup>nd</sup> International Congress of Russian Language Researchers, Moscow, MGU Publ., pp. 181-182. (in Russian)
- Dubichinskiy, V.V. (2009), *Leksikografiya russkogo yazyka* [Lexicography of the Russian language], textbook, Moscow, Nauka Publ., Flinta Publ., 432 p. (in Russian)
- Konstantinova, L.A., Zakharova, N.N. (Eds.) (2011), *Tula: fakty, sobytiya, lyudi* [Tula: facts, events, people], linguistic and cross-cultural dictionary, Tula, Tula State University Publ., 322 p. (in Russian)
- Martinet, A. (1972), *Diffusion of Language and Structural Linguistics. Novoe v lingvistike* [New in Linguistics], Iss. 6, Moscow, Progress publ., pp. 81-93. (in Russian)
- Novikova, T.F. (2011), *Sovremennyye regiolekty: problemy statusa i opisaniya* [Modern regional dialect: status and description problems]. *Lingvistika* [Linguistics] (Luhansk), No. 3, pt. 1, pp. 17-25. (in Russian)
- Novikova, T.F. (2008), *Regionalizmy kak edinitsey yazyka s natsionalno-kulturnym komponentom znacheniya* [Regionalisms as units of language with a national-cultural component of meaning]. *Frazeologiya i kognitivistika* [Phraseology and cognitive science], materials of the 1<sup>st</sup> Intern. Sci. Conf., in 2 vol., Belgorod, BelSU Publ., Vol. 2, pp. 256-262. (in Russian)
- Rubleva, O.L. (2005), *Vladivostok v nazvaniyakh ot "A" do "Ya"* [Vladivostok in the names from "A" to "Z"], Toponymic linguistic and cross-cultural dictionary, Vladivostok, FESU Publ., 211 p. (in Russian)
- Rudyakov, A.N. (2011a), *Geolingvistika i Rusofoniya* [Geolinguistics and Russophonía]. *Vestnik Kokshetauskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Sh. Ualikhanova* [Bulletin of Sh. Ualikhanov Kokshetau State University], No. 3-4, pp. 190-196. (in Russian)
- Rudyakov, A.N. (2011b), *Georusistika, funktsionalnaya lingvistika i... mify rusistiki* [Georusistics, functional linguistics and... myths of the Russian philology]. Rudyakov, A.N. (Ed.) *Georusistika: Vyizovy 21* [Georusistics: Challenges of 21<sup>st</sup> century], Collected articles, Simferopol, Antikva Publ., pp. 5-17. (in Russian)

- Shcherba, L.V. (2004), Opyt obshchei teorii leksikografii [The experience of the general theory of lexicography]. Shcherba, L.V. *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatelnost* [Language system and speech activity], 2nd ed., Moscow, Editorial URSS Publ., pp. 265-304. (in Russian)
- Stepanov, G.V. (2004), *K probleme yazykovogo varirovaniya. Ispanskii yazyk Ispanii i Ameriki* [To the problem of linguistic variation. The Spanish language of Spain and America], 2nd ed., Moscow, Editorial URSS Publ., 328 p. (in Russian)
- Stupin, L.P. (1985), *Leksikografiya angliiskogo yazyka* [Lexicography of the English language], textbook, Moscow, Vysshaya shkola Publ., 167 p. (in Russian)
- Torokhova, E.A. (2005), *Regionalnyi variant russkogo literaturnogo yazyka, funktsioniruyushchii na territorii Udmurtii (sotsiolingvisticheskii aspekt)* [A regional variant of the Russian literary language, functioning on the territory of Udmurtia (sociolinguistic aspect)], Author's abstract, Izhevsk, 25 p. (in Russian)

---

## LEXICOGRAPHIC REFLECTION OF LANGUAGE VARIATION IN THE TYPOLOGICAL AND LINGUOCULTURAL ASPECTS

**Yu.V. Dorofeev**

*Crimean Republican Institute*

*for Postgraduate Education of Teachers (Simferopol, Russia)*

**Abstract:** The article deals with the reflection of the variation of the Russian language at the present stage in dictionaries from the variation theory standpoint. The proposed model of description is based on the functional-typological features of the analyzed units and has a cross functional nature. Based on traditions of describing the variability of language, the main features of lexicography are described as means of fixing the stages of language development. In this regard, it is proposed to include the nominative units of a language, that have a regional component in their meaning, into a separate lexicographic source, which allows describing regional variability as a form of existence of a particular language. The Russian language is of particular interest in this regard, since it functions on a wide territory and has a significant regional specificity, connected with the history, traditions, culture of individual subjects. To describe and present the regional variant, it is proposed to use the toolkit of typological linguistics and linguoculturology, since this approach will cover all the manifestations of the language in the region and reflect them in the corresponding within a certain type of a dictionary. The significance of the study lies in the further deepening of the foundations of linguocultural theory, in the development of the conceptual foundations of a new type of dictionary, in the applied nature of research from the sociolinguistics point of view.

**Key words:** variant, position, semanthema, Russian language.

**For citation:**

Dorofeev, Yu.V. (2017), Lexicographic reflection of language variation in the typological and linguocultural aspects. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 7-19. (in Russian)

***About the author:***

**Dorofeev Yury Vladimirovich**, Prof., Vice-Rector for Scientific Activity, Associate Professor of the Philology Chair

***Corresponding author:***

Postal address: 15, Lenina ul., Simferopol, 295000, Russia

E-mail: yuvld@mail.ru

***Acknowledgement:***

Prepared with the support of the grant of the Russian Foundation for the Humanities No. 17-04-00187

***Received:*** April 21, 2017

## К СООТНОШЕНИЮ СИСТЕМЫ ЯЗЫКА, ЕГО НОРМЫ И УЗУСА\*

**Л.П. Крысин**

*Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН (Россия, Москва)*

**Аннотация:** Статья посвящена соотношению системы языка, его нормы и речевой практики, реализующей возможности системы и рекомендации нормы. Приводятся примеры, показывающие особенности этого соотношения на разных ярусах языковой структуры. Анализ этих примеров завершается выводом о характере коммуникативного поведения носителя языка, обязательно учитывать все три указанные категории – системные возможности, нормативные ограничения, особенности речевой практики (узуса). Языковая норма имеет разную природу в кодифицированных и некодифицированных подсистемах языка. В некодифицированных она равна узусу – традиционно употребляемым языковым единицам и способам сочетания их друг с другом. В кодифицированных подсистемах, и прежде всего в литературном языке, норма объединяет в себе традицию и целенаправленную кодификацию.

**Ключевые слова:** система языка, языковая норма, узус (речевая практика), нарушения нормы.

**Для цитирования:**

*Крысин Л.П.* К соотношению системы языка, его нормы и узуса // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 20–31.

**Сведения об авторе:**

**Крысин Леонид Петрович**, доктор филологических наук, профессор, заведующий отделом современного русского языка

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 119019, Россия, Москва, ул. Волхонка, 18/2

E-mail: leonid-krysin@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 20.02.2017

---

\* Статья написана на основе доклада, прочитанного автором на V международной конференции «Культура русской речи» (Гротовские чтения), 16–18 февраля 2017 г., Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН.

В конце 1960-х гг. Михаил Викторович Панов сформулировал теорию антиномий – присущих языку постоянно действующих противоречий, благодаря которым совершается его развитие. Основные антиномии: говорящего и слушающего, узуса и возможностей языковой системы, кода и текста, антиномия, обусловленная асимметричностью языкового знака, антиномия двух функций языка – информационной и экспрессивной (см.: [РЯиСО, кн. 1: 24 и след.]).

К теме данной статьи имеет прямое отношение главным образом антиномия узуса и возможностей языковой системы. Вот как иллюстрирует действие этой антиномии М.В. Панов: «Узус ограничивает использование языковых единиц и их сочетаний; живые потребности речевого употребления заставляют постоянно прорывать цепь этих ограничений, используя возможности, заложенные в языковой системе. Например, узус запрещает сказать *победу*, или *побежу*, или *побежду*. Можно использовать оборот *я буду победителем*, *я одержу победу*, *победа за мной*; но они слишком книжны, не годятся для непринужденной бытовой речи (и могут в ней употребляться только шутливо). Потребности языкового общения и запрещают и одновременно заставляют использовать эти формы (ведь строгое исполнение языковых запретов отвечает определенной потребности общения)» [РЯиСО, кн. 1: 25].

Термин «узус» употреблен здесь практически как синоним термина «норма», на это указывают следующие характеристики, содержащиеся в приведенной цитате: узус *ограничивает, цепь ограничений* (накладываемых узусом), узус *запрещает, исполнение языковых запретов* (диктуемых узусом). Как известно, ограничения и запреты – это функции языковой нормы. По-видимому, такая синонимия послужила причиной того, что в работах других исследователей, развивавших теорию М.В. Панова, эта антиномия иногда называется антиномией системы и нормы (см., например: [Крысин 1968; Крысин 1989: 22; Беликов и Крысин 2016: 82])<sup>1</sup>.

Насколько оправданно употребление терминов «узус» и «норма» как синонимов? Не обозначают ли они нечто хотя и близкое, но всё же существенно различающееся?

Прежде чем ответить на эти вопросы, рассмотрим понимание языковой нормы в современной лингвистике.

Термин **норма** часто используется в двух смыслах – широком и узком.

В широком смысле под нормой подразумевают традиционно и стихийно сложившиеся способы речи, отличающие данный языковой идиом от других языковых идиомов. В этом понимании норма близка к понятию **узуса**, т. е. общепринятых, устоявшихся способов использования данного языка. Так, можно говорить о норме применительно к террито-

---

<sup>1</sup> Заметим, что в лингвистической литературе встречается и терминологическая синонимия иного рода: языковая система понимается как «естественная норма» [Ап-ресян 1993: 9].

риальному диалекту: например, нормальным для севернорусских диалектов является оканье, а для южнорусских – аканье. По-своему нормативен и любой из социальных или профессиональных жаргонов. Например, то, что используется в торговом аргю, будет отвергнуто как чуждое теми, кто владеет жаргоном плотников; устоявшиеся способы использования языковых средств существуют в армейском жаргоне и жаргоне музыкантов-«лабухов», и носители каждого из двух этих жаргонов с легкостью отличат чужое от своего, «нормального», и т. д.

В узком смысле норма – это результат целенаправленной кодификации языка. Такое понимание нормы неразрывно связано с понятием *литературного* языка, который иначе называют нормированным, или кодифицированным. Территориальный диалект, городское просторечие, социальные и профессиональные жаргоны не подвергаются кодификации, и поэтому к ним не применимо понятие нормы в узком смысле этого термина<sup>1</sup>.

Получается, что применительно к некодифицированным сферам языка мы можем употреблять термины «узус» и «норма» безразлично: то, как принято говорить, скажем, на данном диалекте, это языковой обычай, узус, но это и диалектная норма, отличающая его от других диалектов<sup>2</sup>. Однако относительно кодифицированной подсистемы, каковою является литературный язык, такое безразличие в использовании терминов «узус» и «норма» явно не оправдано: одно дело, как предписывают употреблять языковые средства словари и грамматики (норма), и другое – как в повседневном речевом общении следуют этим предписаниям носители литературного языка (узус, речевая практика). Несовпадение нормативных прескрипций и речевой практики более или менее очевидно, и современная устная и письменная речь предоставляет нам массу примеров такого несовпадения.

Из сказанного следует, что применительно к литературному языку полезно различать (в рамках рассматриваемой антиномии) три сущно-

<sup>1</sup> Одним из первых в лингвистической науке двоякое понимание нормы (дескриптивное: то, как *говорят*, как *принято* говорить в данном обществе, и прескриптивное – как *надо*, как *правильно* говорить) выдвинул уругвайский лингвист Э. Косериу: в широком смысле «норма соответствует не тому, что “можно сказать”, а тому, что уже “сказано” и что по традиции “говорится” в рассматриваемом обществе» [Косериу 1963: 175], а в узком смысле норма – результат целенаправленной деятельности общества по отбору и фиксации определенных языковых средств в качестве образцовых, рекомендуемых к употреблению. Близкое к этому понимание нормы можно найти и в работах представителей Пражского лингвистического кружка (например, Б. Гавранка, А. Едлички).

<sup>2</sup> Говоря о том, что не только литературный язык, но и местные и социальные диалекты имеют свою норму, т. е. комплекс традиционно употребляемых средств («узус определяет норму народного языка»), Б. Гавранек обращал внимание на то, что «отклонения от этого комплекса воспринимаются (носителями данного диалекта. – Л. К.) как нечто ненормальное, как отступление от нормы» [Гавранек 1967: 339, 340].

сти: систему, норму и узус. При этом в понятии нормы надо иметь в виду два указанных выше смысла – широкий и узкий: 1) норма как результат традиции, как многолетний обычай использовать языковые единицы и их сочетания и 2) норма как результат кодификации, как совокупность предписаний, касающихся употребления языковых единиц.

Литературная норма объединяет в себе и языковую традицию, и кодификацию, которая во многом основывается на этой традиции. Тем самым литературная норма противопоставлена, с одной стороны, системе (не всё, что допускает языковая система, одобрено нормой), а с другой, – речевой практике, узусу: в речевой практике вполне обычны большие или меньшие отклонения как от традиционной нормы, так и от тех нормативных предписаний, которые содержатся в грамматиках и словарях.

Примеры несовпадения системных возможностей, нормативных предписаний и речевой практики (узуса) многочисленны и разнообразны.

1. Так, фонетическая система русского языка допускает сочетания мягких задненёбных согласных с последующим /о/: [к'о], [г'о], [х'о]. Литературная же норма отвергает словоформы типа *берегёт*, *жгёт* (хотя в речевой практике литературно говорящих людей эти формы встречаются<sup>1</sup>), словоформы со звуко сочетанием [к'о] единичны: *ткёшь*, *ткёт*, *ткём*, *ткёте*, а нарицательные слова с [х'о] в русском литературном языке не встречаются (ср. иноязычные фамилии с этим сочетанием: *Хёглунд* – шведский музыкант, *Хёрт* – американский киноактер и под.). Тем не менее эти звуко сочетания «фонетически закономерны», и «можно уверенно ожидать, что какое-нибудь заимствование типа *гёла*<sup>2</sup> или необычное имя собственное с этим сочетанием (*Хёлин*) будет произноситься людьми, владеющими русским литературным языком, без звуковых замен и без артикуляционных запинок: они сохраняют именно такой свой облик, с [г'о] и [х'о], даже если войдут в число общеупотребительных, частой в бытовой речи слов» [Панов 1967: 79–80].

2. Языковое творчество детей и некоторых писателей также может служить свидетельством того, что возможности системы языка значительно шире того, что разрешает литературная норма и что закреплено в узусе.

В знаменитой книге Корнея Чуковского «От двух до пяти» приведены многочисленные факты «незаконных» (а на самом деле вполне допускаемых системой русского языка) детских формо- и словообразований типа *зададу*, *спрятаю*, *пивнул*, *откуснул*, *всколькером*, *рукти* (по образцу слова *ногти*: «на ногах *ногти*, а на руках *рукти*»), *зубовный* врач, *пугательные* сказки и т. п. [Чуковский 1990: 105 и след.].

<sup>1</sup> По данным массового обследования носителей русского литературного языка в 1960-х гг. приблизительно пятая часть опрошенных сочла допустимым употребление форм *волокёт* и *жгёт* [РЯДМО: 215 и след.].

<sup>2</sup> Ср. слова *гёрлс*, *гёрлскаут*, *гёрлфренд*, заимствованные русским языком в самом конце XX в. и уже зафиксированные словарями (см., например: [Захаренко, Комарова, Нечаева 2008: 199; Крысин 2010: 192; Русский орфографический словарь 2012]).



Один из персонажей романа А. Солженицына «В круге первом» – Илларион Герасимович, «не слабел, а, наоборот, *сильнел* от такой жизни». Разумеется, система языка не ставит под запрет образование глагола *сильнеть* от прилагательного *сильный*, поскольку словообразовательная модель производства глаголов со сходной семантикой ('приобретать свойство, обозначенное прилагательным, в большей степени') от других прилагательных, имеющих в своем составе суффикс *-н-*, существует, ср.: *полный* – *полнеть*, *умный* – *умнеть*, *ясный* – *яснеть* и под. Однако ни в нормативных словарях, ни в речевой практике большинства говорящих по-русски глагола *сильнеть* нет. Заметим, что А.И. Солженицын вполне осознанно и целенаправленно расширял русский словарь, вводя в него слова, отчасти забытые, отчасти стоящие на периферии языка, отчасти придуманные им самим, но образованные в большинстве случаев в соответствии с системными закономерностями русского словообразования: *выкоренить* (искоренить, истребить), *думчивый* (требующий призадуматься), *изломистый*, *крохотá* (мелюзга, мелкота), *луть* (сильный мороз, стужа; ср.: «Ой, *луть* там сегодня будет, двадцать семь с ветерком, ни *укрыва*, ни *грева!*» – «Один день Ивана Денисовича»), *неуют*, *скорodelьный*, *сличка* (сравнение), *хрусткий* (твёрдый и ломкий), *чашничать* (бражничать, пировать) и под. [Солженицын 2000].

3. В разные периоды развития языка литературная норма имеет качественно разные отношения с речевой практикой.

В эпохи демократизации языка тенденции, действующие в узусе, преодолевают сопротивление традиционной нормы, и в литературном языке появляются элементы, которые до того времени норма не принимала, квалифицируя их как чуждые нормативному языку. Например, характерное для современной речевой практики распространение флексии *-á* (*-я́*) в именительном падеже множественного числа на всё более широкий круг существительных мужского рода (*инспектора*, *прожектора*, *сектора*, *цеха*, *слесаря*, *токаря* и под.) означает, с одной стороны, что конфликт между системой и нормой разрешается в пользу системы, а с другой, что постоянно изменяющийся, пополняемый новшествами узус, живая речевая практика оказывает давление на традиционную норму, и для некоторых групп существительных образование форм на *-á* (*-я́*) оказывается в пределах кодифицированной нормы (и, значит, конфликт между нормой и узусом разрешается в пользу узуса).

4. Форма родительного падежа множественного числа *носок* (*несколько пар носок*), наряду с традиционно-нормативной *носков*, недавно разрешённая современными кодификаторами грамматической нормы (см.: [Еськова 1994: 191; Орфоэпический словарь... 2015: 469]), – несомненная уступка просторечному узусу, из которого форма родительного падежа множественного числа с нулевой флексией (*носок*), ранее оценивавшаяся как бесспорно неправильная, распространилась и в среде говоря-

щих литературно. Влиянием просторечной и профессионально-технической среды объясняются и многие другие варианты, допускаемые современной русской литературной нормой: *дб́говор, догово́ра, догово́ров* (наряду с традиционными *догово́р, догово́ры, догово́ров*) [Еськова 1994: 88; Орфоэпический словарь... 2015: 201], *перегов́оры по разоружению* (наряду с *перегов́оры о разоружении*), *радиовещание на заграницу* (т. е. *радиовещание для слушателей, живущих за границей*), *война на уничтожение* (вместо традиционной конструкции *война с целью уничтожения*), *поделиться о впечатлениях* (вместо *поделиться впечатлениями*)<sup>1</sup> и т. п.

5. Речевая практика может способствовать не только проникновению в нормированный язык новых для литературного языка единиц, но и укреплению в нем новых моделей – словообразовательных, синтаксических и др. Например, многочисленные лексические заимствования из других языков, главным образом из английского, расширившие нормативный русский словарь в конце XX – начале XXI в., способствуют и тому, что активизируются структурно новые типы слов. Таковы, например, некоторые словосочетания с так называемыми аналитическими прилагательными (термин М.В. Панова – см.: [Панов 1956, 1971]) – типа *бизнес-план, блок-схема, интернет-портал*.

Надо сказать, что образование подобных словосочетаний – явление не новое для русского языка: их массовое возникновение (на основе сокращений типа *парт-, проф-, сов-* и т. п.) и широкое употребление относятся еще к 1920-м гг. В большинстве случаев аналитическое прилагательное представляет собой неизменяемую единицу: *аудио-, био-, видео-, гидро-, кардио-, космо-, нарко-, шоу-* и под., – и препозитивное присоединение ее к знаменательному слову – явление вполне естественное, аналогичное тому, как присоединяются к определяемым словам обычные, изменяемые определения-прилагательные.

Однако когда в качестве аналитического прилагательного выступают слова, которые могут существовать и в виде склоняемых существительных – типа *бизнес, блок, Интернет*, – то речь может идти не только об образовании словосочетаний с аналитическими прилагательными: *бизнес-план, блок-схема, интернет-портал*, – но и о более традиционных для системы русского синтаксиса генитивных словосочетаниях типа *план бизнеса, портал Интернета* или о предложно-падежных конструкциях: *план по бизнесу; портал в Интернете*. Кроме того, вполне в духе языка употребить и относительное прилагательное, образованное от такого существительного: *бизнесный план, интернетный портал*, – но ни современная речевая практика, ни тем более литературная норма не воспользовались возможностью образования таких прилагательных.

---

<sup>1</sup> Об источниках и нормативном статусе этих и подобных конструкций см., например: [Ицкович 1982; Синтаксис и норма 1974; Гловинская 1996].

6. Под иноязычным влиянием появляются конструкции, не характерные для русского синтаксиса. Например, деепричастные заголовочные конструкции вида *Подводя итоги*, достаточно частотные в прессе начиная со второй половины XX в., появились под влиянием соответствующих конструкций английского языка – ср. англ. *summing up* (именно так было переведено на русский язык название автобиографической книги Сомерсета Моэма “The summing up”). Сюда можно отнести также появление форм множественного числа у существительных, которые традиционная норма предписывает употреблять преимущественно в форме единственного: *гонка вооружений* (ср. англ. *arms race*), *мирные инициативы* (ср. англ. *peace initiatives*) и нек. др.; ср. также используемое некоторыми современными лингвистами словосочетание *речевые практики* – также, по-видимому, результат влияния английского языка.

Профессионально-технический язык стал источником таких конструкций, как *проверка ёмкостей на герметичность*, *бурение скважин на воду*, сфера военно-делового языка – конструкций *приказ на наступление*, *задание на поход* и под. (см.: [РЯиСО, кн. 3: 251 и след.; Золотова 1974]).

7. Еще более показательно давление узуса на норму в области орфографии. Например, возврат в написании ряда слов, относящихся к религиозной сфере, к старой, дореволюционной норме – с прописной буквы (вместо положенного, согласно «Своду правил орфографии и пунктуации» 1956 г., написания их с буквы строчной): *Бог*, *Богородица*, *Рождество*, *Пасха*, *Сретенье*, *Библия* и др. – произошёл первоначально в письменной практике конца XX в., и только затем это было утверждено в качестве обязательной орфографической нормы (подробнее об этом см. во вступительной статье «Правила употребления прописных букв» к словарю [Лопатин, Чельцова, Нечаева 1999: 12–34]).

8. В периоды укрепления языковых традиций – что, несомненно, связано с определенной социальной, политической и культурной стабилизацией общества, – фильтрующая сеть нормативной кодификации становится более частой, и тогда ненормативное, но при этом достаточно широко представленное в узусе с большим трудом попадает в литературный язык.

Например, в 1930-е гг., когда формировался советский языковой стандарт, литературная норма отвергает имперфективные глагольные формы, образуемые от двувидовых глаголов: *атаковывать*, *использовывать*, *мобилизовывать*, *организовывать* и под., – хотя в 1920-е гг. они были весьма употребительны не только в просторечии, но и в литературной речи и имели определенные социальные перспективы укрепиться в нормативном языке. Академик С.П. Обнорский даже написал специальную статью, посвященную глаголу *использовывать* [Обнорский 1935], в которой выражал крайнее беспокойство по поводу распространения этой просторечной формы в речи литературно говорящих людей. Беспокойство

оказалось напрасным, никто из владеющих литературной нормой не скажет сейчас: *\*Надо использовать такую возможность*. Но другие, сходные формы можно и услышать, и увидеть напечатанными: таковы, например, *организовывать* и *мобилизовывать*<sup>1</sup> (см. об этом также: [Мучник 1961; РЯиСО, кн. 3, § 68; Горбачевич 1971: 222–223]).

Итак, языковая норма имеет разную природу в кодифицированных и некодифицированных подсистемах языка. В некодифицированных она равна узусу – традиционно употребляемым языковым единицам и способам сочетания их друг с другом. В кодифицированных подсистемах, и прежде всего в литературном языке<sup>2</sup>, норма объединяет в себе традицию и целенаправленную кодификацию. Норма как совокупность традиционно используемых языковых средств и правил их сочетания противопоставлена **системе** языка (как комплексу возможностей, из которых норма реализует лишь некоторые), а норма как результат целенаправленной кодификации может входить в противоречие с узусом, в котором наблюдается как следование кодификационным предписаниям, так и нарушение их.

Речевая деятельность носителя литературного языка осуществляется в постоянном (но при этом обычно не осознаваемом) согласовании собственных коммуникативных действий с возможностями системы, с тем, что предписывают словари и грамматики данного языка (т. е. с нормой), и с общепринятыми в данное время в данном социуме средствами и способами его использования (речевой практикой, узусом).

### *Список литературы*

- Апресян Ю.Д.* Лексикографическая концепция Нового большого англо-русского словаря // Новый большой англо-русский словарь. Т. 1 / под общ. рук. Э.М. Медниковой и Ю.Д. Апресяна. М.: Русский язык, 1993. С. 6–17.
- Беликов В.И., Крысин Л.П.* Социоллингвистика. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2016. 337 с.
- Гавранек Б.* Задачи литературного языка и его культура // Пражский лингвистический кружок: сб. ст. / сост., ред. и предисл. Н.А. Кондрашова. М.: Прогресс, 1967. С. 338–377.
- Гловинская М.Я.* Активные процессы в грамматике // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / под ред. Е.А. Земской. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 237–304.
- Горбачевич К.С.* Изменение норм русского литературного языка. Л.: Просвещение, 1971. 270 с.
- Еськова Н.А.* Краткий словарь трудностей русского языка. Грамматические формы. Ударение. М.: Русский язык, 1994. 447 с.

---

<sup>1</sup> В Национальном корпусе русского языка (<http://www.ruscorpora.ru>) найдено 4 637 контекстов для глагола *организовывать*, 50 – для *мобилизовывать*, 54 – для *атаковать*, 18 – для глагольной формы *использовывать*, при этом употребление последнего глагола отмечено преимущественно в текстах 1920-х гг.

<sup>2</sup> Помимо литературного языка к кодифицированным подсистемам могут быть отнесены, например, специальные подъязыки науки.

- Захаренко Н.Н., Комарова Л.Н., Нечаева И.В.* Новый словарь иностранных слов. 3-е изд. М.: Азбуковник, 2008. 1037 с.
- Золотова Г.А.* О характере нормы в синтаксисе // Синтаксис и норма / отв. ред. Г.А. Золотова. М.: Наука, 1974. С. 145–175.
- Ицкович В.А.* Очерки синтаксической нормы. М.: Наука, 1982. 199 с.
- Косериу Э.* Синхрония, диахрония и история // Новое в лингвистике. Вып. 3. М.: Прогресс, 1963. С. 143–343.
- Крысин Л.П.* Толковый словарь иноязычных слов. М.: ЭКСМО, 2010. 944 с.
- Крысин Л.П.* Социальная маркированность языковых единиц // Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое. Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 486–509.
- Крысин Л.П.* Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка. М.: Наука, 1989. 186 с.
- Крысин Л.П.* К соотношению системы языка и его нормы // Русский язык в школе. 1968. № 2. С. 8–11.
- Лопатин В.В., Чельцова Л.К., Нечаева И.В.* Орфографический словарь русского языка. Прописная или строчная? М.: АСТ-пресс, 1999. 373 с.
- Мучник И.П.* Двувидовые глаголы в русском языке // Вопросы культуры речи. Вып. 3. М., 1961. С. 93–115.
- Обнорский С.П.* Глагол *использовать* – *использовывать* в современном русском языке // Язык и мышление. Т. 3–4. М., 1935. С. 161–168.
- Орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / [авт.: Н.А. Еськова, С.Н. Борунова, В.Л. Воронцова]. 10-е изд., испр. и доп. М.: АСТ, 2015. 1008 с.
- Панов М.В.* Об аналитических прилагательных // Фонетика. Фонология. Грамматика: К 70-летию А.А. Реформатского. М., 1971. С. 240–253.
- Панов М.В.* Русская фонетика. М.: Просвещение, 1967. 440 с.
- Панов М.В.* О слове как единице языка // Ученые записки МГПИ. М., 1956. Т. 51. С. 129–165.
- Русский орфографический словарь / под ред. В.В. Лопатина, О.Е. Ивановой. М.: Азбуковник, 2012. 896 с.
- РЯДМО* – Русский язык по данным массового обследования. Опыт социально-лингвистического изучения / под ред. Л.П. Крысина. М.: Наука, 1974. 351 с.
- РЯиСО* – Русский язык и советское общество. Социолого-лингвистическое исследование. Кн. 1–4 / под ред. М.В. Панова. М.: Наука, 1968.
- Синтаксис и норма / отв. ред. Г.А. Золотова. М.: Наука, 1974. 282 с.
- Солженицын А.И.* Русский словарь языкового расширения. М.: Русский путь, 2000. 280 с.
- Чуковский К.* От двух до пяти // Чуковский К. Соч.: в 2 т. М.: Правда, 1990. Т. I. С. 71–464.

### References

- Apresyan, Yu.D. (1993), *Leksikograficheskaya kontseptsiya Novogo bol'shogo anglo-russkogo slovary* [The lexicographic concept of the New Big English-Russian Dictionary]. *New Big English-Russian Dictionary*, Vol. 1, Moscow, Russkii yazyk Publ., pp. 6-17. (in Russian)

- Belikov, V.I., Krysin, L.P. (2016), *Sotsiolingvistika [Sociolinguistics]*, 2nd ed., Moscow, Yurait Publ., 337 p. (in Russian)
- Chukovsky, K. (1990), Ot dvukh do pyati [From two to five]. Chukovsky, K. *Works*, in 2 volumes, Moscow, Pravda Publ., Vol. 1, pp. 71-464. (in Russian)
- Coseriu, E. (1963), Sincronía, diacronía e historia. El problema del cambio lingüístico. *Novoe v lingvistike [New in Linguistics]*, Iss. 3, Moscow, Progress Publ., p. 143-343. (in Russian)
- Eskova, N.A. (1994), *Kratkii slovar' trudnostei russkogo yazyka. Grammaticheskie formy. Udarenie [A brief dictionary of the complexities of the Russian language. Grammatical forms. Stress]*, Moscow, Russkii yazyk Publ., 447 p. (in Russian)
- Eskova, N.A., Borunova, S.N., Vorontsova, V.L. (2015), *Orfoepicheskkii slovar' russkogo yazyka. Proiznoshenie. Udarenie. Grammaticheskie formy [Orthoepic dictionary of the Russian language. Pronunciation. Stress. Grammatical forms]*, 10<sup>th</sup> ed., Moscow, AST Publ., 1008 p. (in Russian)
- Glovinskaya, M.Ya. (1996), Aktivnye protsessy v grammatike [Active processes in grammar]. Zemskaya, E.A. (Ed.) *Russkii yazyk kontsa 20 stoletiya (1985-1995) [Russian language in the end of the 20th century (1985-1995)]*, Moscow, Yazyki russkoi kul'tury Publ., pp. 237-304. (in Russian)
- Gorbachevich, K.S. (1971), *Izmenenie norm russkogo literaturnogo yazyka [Change in the norms of the Russian literary language]*, Leningrad, Prosveshchenie Publ., 270 p. (in Russian)
- Havránek, B. (1967), Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura. *Pražskii lingvisticheskii kruzhok [Prague linguistic club]*, Collected articles, Moscow, Progress Publ., pp. 338-377. (in Russian)
- Krysin, L.P. (2010), *Explanatory dictionary of foreign words*, Moscow, EKSMO Publ. (in Russian)
- Krysin, L.P. (2004), Sotsial'naya markirovannost' yazykovykh edinit [Social marking of linguistic units]. Krysin, L.P. *Russkoe slovo, svoe i chuzhoe. Issledovaniya po sovremennomu russkomu yazyku i sotsiolingvistike [Russian word, its own and others. Studies on the modern Russian language and sociolinguistics]*, Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury Publ., pp. 486-509. (in Russian)
- Krysin, L.P. (1989), *Sotsiolingvisticheskie aspekty izucheniya sovremennogo russkogo yazyka [Sociolinguistic aspects of the study of the Modern Russian Language]*, Moscow, Nauka Publ. (in Russian)
- Krysin, L.P. (Ed.) (1974), *Russkii yazyk po dannym massovogo obsledovaniya. Opyt sotsial'no-lingvisticheskogo izucheniya [Russian language according to the mass survey. Experience of socio-linguistic study]*, Moscow, Nauka Publ., 351 p. (in Russian)
- Krysin, L.P. (1968), K sootnosheniyu sistemy yazyka i ego normy [To the relation of the system of language and its norms]. *Russkii yazyk v shkole [Russian language at school]*, No. 2, pp. 8-11. (in Russian)
- Itskovich, V.A. (1982), *Ocherki sintaksicheskoi normy [Essays on the syntactic norm]*, Moscow, Nauka Publ., 199 p. (in Russian)
- Lopatin, V.V., Ivanova, O.E. (Eds.) (2012), *Russian orthographic dictionary*, Moscow, Azbukovnik Publ., 896 p. (in Russian)

- Lopatin, V.V., Cheltsova, L.K., Nechaeva, I.V. (1999), *Orfograficheskii slovar' russkogo yazyka. Propisnaya ili strochnaya? [Orthographic Dictionary of the Russian language. Uppercase or lowercase letter?]*, Moscow, AST-press Publ., 373 p. (in Russian)
- Muchnik, I.P. (1961), Dvuidovye glagoly v russkom yazyke [Two-aspect verbs in the Russian language]. *Voprosy kul'tury rechi [Questions of the speech culture]*, Iss. 3, Moscow, pp. 93-115. (in Russian)
- Obnorskii, S.P. (1935), Glagol ispol'zovat' – ispol'zovyvat' v sovremennom russkom yazyke [The verb “to use” in modern Russian language]. *Yazyk i myshlenie [Language and thinking]*, Vol. 3-4, Moscow, pp. 161-168. (in Russian)
- Panov, M.V. (1971), Ob analiticheskikh prilagatel'nykh [On analytic adjectives]. *Fonetika. Fonologiya. Grammatika [Phonetics. Phonology. Grammar]*, To the 70th anniversary of A.A. Reformatsky, Moscow, pp. 240-253. (in Russian)
- Panov, M.V. (Ed.) (1968), *Russkii yazyk i sovetskoe obshchestvo. Sotsiologo-lingvisticheskoe issledovanie [Russian language and Soviet society. Sociological and linguistic research]*, Vol. 1-4, Moscow, Nauka Publ. (in Russian)
- Panov, M.V. (1967), *Russkaya fonetika [Russian phonetics]*, Moscow, Prosveshchenie Publ., 440 p. (in Russian)
- Panov, M.V. (1956), O slove kak edinitse yazyka [On the word as a unit of language]. *Uchenye zapiski MGPI [Scientific notes MSPI]*, Moscow, Vol. 51, pp. 129-165. (in Russian)
- Solzhenitsyn, A.I. (2000), *Russian dictionary of the vocabulary expansion*, Moscow, Russkii put' Publ., 280 p. (in Russian)
- Zakharenko, N.N., Komarova, L.N., Nechaeva, I.V. (2008), *New dictionary of foreign words*, 3<sup>rd</sup> ed., Moscow, Azbukovnik Publ., 1037 p. (in Russian)
- Zolotova, G.A. (1974), O kharaktere normy v sintaksise [On the nature of the norm in syntax]. Zolotova, G.A. (Ed.) *Sintaksis i norma [Syntax and norm]*, Moscow, Nauka Publ., pp. 145-175. (in Russian)
- Zolotova, G.A. (Ed.) (1974), *Sintaksis i norma [Syntax and norm]*, Moscow, Nauka Publ., 282 p. (in Russian)

---

## TO THE CORRELATION OF THE LANGUAGE SYSTEM, ITS NORMS AND USAGE

**L.P. Krysin**

*V.V. Vinogradov Russian language Institute of RAS (Russia, Moscow)*

**Abstract:** The article is devoted to the correlation of the language system, its norms and speech practice, realizing system possibilities and norm recommendations. Examples are given showing the features of this correlation on different levels of the language structure. Based on the analysis of these examples we make a conclusion about the nature of the communicative behavior of the native speaker, who is obliged to take into account all three of the following categories: systemic possibilities, normative limitations, and features of speech practice (usage). The language norm has a different nature in the codified and non-codified language

---

subsystems. In non-codified subsystem it is equal to the usage, traditionally used linguistic units and ways of combining them with each other. In codified subsystems, and above all in the literary language, the norm combines tradition and purposeful codification.

**Key words:** language system, language norm, usage (speech practice), violation of the norm.

**For citation:**

Krysin, L.P. (2017), To the correlation of the language system, its norms and usage. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 20-31. (in Russian)

**About the author:**

**Krysin Leonid Petrovich**, Prof., Head of the Department of Modern Russian

**Corresponding author:**

Postal address: 18/2, Volkhonka ul., Moscow, 119019, Russia

E-mail: leonid-krysin@mail.ru

**Acknowledgment:**

The article is written on the basis of a report presented by the author at the 5<sup>th</sup> International Conference “Culture of Russian Speech” (Grotov Readings), February 16-18, 2017; V.V. Vinogradov Russian language Institute of RAS.

**Received:** February 20, 2017



## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

**Е.Д. Малёнова**

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)*

**Аннотация:** Активное развитие межкультурного диалога и внешнеэкономических связей России в области кинематографии ставит перед теоретиками и практиками перевода новую задачу: изучение аудиовизуального перевода как особого вида переводческой деятельности. Данное направление лингвистических исследований, активно развивающееся в Европе, США и Китае, является достаточно новой отраслью научного знания в России. Отсутствие общепринятого терминологического аппарата, разработанной методологии исследования аудиовизуального текста, апробированной методики обучения аудиовизуальному переводу в рамках традиции отечественного переводоведения обуславливает необходимость проведения теоретических исследований в области перевода аудиовизуальных произведений. В предлагаемой статье анализируется отечественный и зарубежный опыт исследований в русле аудиовизуального перевода, выделяются отдельные подходы к изучению данного вида перевода, оцениваются положительные и отрицательные стороны каждого из рассмотренных подходов. Автор подробно рассматривает текстоцентрический подход к изучению аудиовизуального перевода, которого придерживается большинство российских исследователей, делает вывод о его бесперспективности, противопоставляя данный подход более развитым в зарубежном переводоведении функциональному, коммуникативно-функциональному, дескриптивно-семиотическому, лингвокультурному и интегративно-междисциплинарному подходам. Всесторонний и подробный анализ источников теоретического материала позволяет автору сделать вывод о необходимости создания новой парадигмы изучения аудиовизуального перевода и открывает дальнейшие перспективы исследований в данной области.

**Ключевые слова:** аудиовизуальный перевод, киноперевод, киноязык, аудиодескрипция, перевод субтитров.

**Для цитирования:**

*Малёнова Е.Д.* Теория и практика аудиовизуального перевода: отечественный и зарубежный опыт // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 32–46.

**Сведения об авторе:**

**Малёнова Евгения Дмитриевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: malenovae@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 11.02.2017

В последние годы проблемы теории и практики перевода привлекают всё больше внимания академической общественности и практиков перевода. Всё чаще поднимаются вопросы обеспечения качества оказания переводческих услуг, разработки методики обучения переводу, поиска путей эффективного взаимодействия в паре «переводчик – заказчик». В целом современный подход к проблемам перевода как процесса переводческой деятельности и как её результата обусловил необходимость формирования новых методологий изучения феномена перевода. В связи с этим представляется особенно важным изучение отечественного и зарубежного опыта исследований, выявление основных тенденций и подходов к выявлению закономерностей различных видов перевода.

Все большую популярность в мире набирает аудиовизуальный перевод, и это не удивительно, так как ежегодно студии, телеканалы и частные лица генерируют огромный объем аудиовизуального контента. Миллиарды часов мультфильмов, сериалов, художественных и документальных фильмов, рекламных роликов и прочей аудиовизуальной продукции переводятся на разные языки. Довольно часто такой перевод не отличается высоким качеством. Это обусловлено несколькими факторами: сложностью технологии процесса аудиовизуального перевода и озвучивания контента, выходом на рынок большого количества «фанатских» студий и непрофессиональных переводчиков-любителей, а также недостаточной проработкой теоретических основ аудиовизуального перевода. В данном исследовании позволим себе сконцентрироваться на последнем факторе, поставив целью изучить и обобщить отечественный и зарубежный опыт исследований в области аудиовизуального перевода, а на основе полученных данных сформулировать основные подходы к изучению данного явления.

В отечественную лингвистику и переводоведение термин «аудиовизуальный перевод» вошёл сравнительно недавно. В большинстве случаев отечественные работы теоретического и прикладного характера посвящены изучению кино- / видеоперевода как особого вида переводческой деятельности по переводу кино, что автоматически выводит из сферы научных интересов значительный объём аудиовизуального контента: рекламные ролики, театральные постановки, игры, ток-шоу и т. п. Термин «кино- / видеоперевод» считается гипонимом по отношению к термину «аудиовизуальный перевод» и используется для обозначения процесса по «литературной межъязыковой обработке содержания оригинальных

монтажных листов с последующей ритмической укладкой переводного текста и его озвучивания или введения в видеоряд в форме субтитров» [Матасов 2009: 7]. В данном случае перевод кинофильмов рассматривается как перевод текста, что не учитывает специфику кинотекста, а именно его полисемиотичность (в некоторых работах используются термины «поликодовость» и «креолизованный текст»). Восприятие перевода аудиовизуальной продукции как перевода литературного, художественного, препятствует пониманию сущности этого вида перевода, при котором значительное влияние на результат оказывают иные семиотические системы, прочно связанные с текстовой составляющей фильма: визуальный синтаксис, видеоряд, шумомузыкальный ряд, значимые надписи и пр. В связи с этим в дальнейшем в статье речь будет идти именно об аудиовизуальном переводе как процессе декодирования и передачи средствами языка перевода вербального компонента полисемиотического единства аудиовизуального произведения, в результате которого создаётся новый вербальный компонент этого единства, пригодный к дальнейшей обработке (субтитрированию, озвучиванию, локализации и т. п.) с учётом общего контекста произведения, ожидаемой реакции потребителя контента и функциональных ограничений, накладываемых каждым отдельным видом дальнейшей обработки.

Необходимо отметить, что всплеск интереса к проблемам аудиовизуального перевода (мультимедийного перевода, киноперевода, кино- / видеоперевода и т. п.) в российском переводоведении приходится на середину 2000-х гг., когда отечественные исследователи осознали, что для изучения перевода аудиовизуальных материалов необходимо использовать отдельный методологический аппарат, отличный от того, что традиционно используется при изучении устного или письменного перевода. Однако **текстоцентрический** подход к переводу вообще, в рамках которого перевод анализируется исключительно с позиции лингвистики, оставил свой отпечаток на результатах большого количества исследований. Одной из первых проблемы аудиовизуального перевода начала изучать В.Е. Горшкова, рассматривающая аудиовизуальный перевод с позиции его лингвистических, семиотических и лингвокультурных особенностей. В своей работе, посвящённой изучению перевода кинодиалога, исследователь приводит унифицированную модель перевода, в которой кинодиалог рассматривается как совокупность следующих составляющих: говорящего, смысла, канала передачи и рецептора оригинала. Соответственно, пройдя через переводчика, кинодиалог трансформируется сообразно вышеуказанным составляющим и специфике лингвокультуры рецепторов языка перевода [Горшкова 2007: 135]. В данном случае автор не учитывает особенности технических ограничений, сопряженных с различными видами перевода (дубляж, субтитрирование, перевод «голосом за кадром», аудиодескрипция и т. п.), а также примат видеоряда над текстом, произ-

носимым с экрана. Фактически, происходит разделение всей ткани аудиовизуального произведения на два отдельных слоя: кинотекст как сложное поликодовое и многоуровневое семантическое единство и кинодиалог как вербальная составляющая фильма. С аналогичной точки зрения перевод кинодиалога рассматривается в работе М.С. Снетковой, посвящённой лингвостилистическим аспектам перевода испанских кинотекстов [Снеткова 2009].

В аспекте **культурного переноса** рассматривает аудиовизуальный перевод И.К. Фёдорова, делая основной акцент на дополнительную коммуникативную нагрузку, которую микроструктуры языка оригинала получают в рамках макроструктуры культуры оригинала. Сама технология перевода представляется автору как совокупность переводческих приемов, применяемых в рамках стратегии прагматической адаптации оригинала в ситуациях, «когда обеим культурам известен один и тот же референт, но в рабочих языках перевода используются различные означающие» [Фёдорова 2009: 145]. Автор не устанавливает зависимости выбора приемов адаптации от вида осуществляемого аудиовизуального перевода, рассматривая перевод кино- и видеоматериалов как разновидность художественного перевода. С другой стороны, автор признает, что некоторые составляющие культурно значимой информации могут быть эксплицированы в видеоряде аудиовизуального произведения, что позволяет «снять» с переводчика и получателя перевода часть лингвокультурной нагрузки.

В рамках **лингвокультурного** подхода к изучению аудиовизуального перевода написана работа Р.А. Матасова, который уделяет особое внимание истории развития кинематографа и кино- / видеоперевода, а также экстралингвистической обусловленности этого вида перевода. Интересно, что в своей работе исследователь отходит от текстоцентрического подхода, утверждая что «предметом кино/видео перевода является лингвистическая система кинотекста, находящаяся в неразрывной смысловой связи с компонентами нелингвистической системы, входящей в его состав...» [Матасов 2009: 68]. Автор подробно анализирует основные трудности данного вида перевода, обусловленные лингвистическими и экстралингвистическими аспектами кино- / видеоперевода, увязывая их с особенностями киноязыка и типом переводимого кинотекста. Особую ценность представляет раздел, посвященный дидактике кино- / видеоперевода, в котором автор формулирует цели и структуру курса данного перевода, разрабатывает упражнения и задания для студентов.

Постепенная смена взглядов на аудиовизуальный перевод, обусловленная выходом на «исследовательскую арену» практиков, привела к тому, что в большинстве работ, опубликованных в России за последние несколько лет, кинотекст рассматривается не в отрыве от остального контекста фильма, а как полисемиотическое единство. В этом отношении

необходимо отметить статью О.Ю. Кустовой, рассматривающей поликодовость аудиовизуального текста как отправной пункт в построении стратегии перевода такого текста. Автор отмечает феномен единства вербальной и невербальной составляющих кинотекста, а само аудиовизуальное произведение предстает как некая совокупность различных кодов, имеющих своей целью произвести на получателя определенное эмоционально-эстетическое воздействие. Залогом успешности восприятия кинотекста и, соответственно, его перевода автор видит культурную интегрированность элементов поликодового текста [Кустова 2015: 281].

В русле **дидактического** подхода к аудиовизуальному переводу работает А.В. Козуляев, директор Школы аудиовизуального перевода и основатель компании «РуФилмс». Исследователь рассматривает аудиовизуальный перевод как особый вид переводческой деятельности, который требует разработки отдельных методов исследования и обучения. В ходе разработки практических рекомендаций по обучению аудиовизуальному переводу А.В. Козуляев указывает не только на полисемантический и поликодовый характер аудиовизуального произведения, он справедливо утверждает, что «аудиовизуальный переводчик обязан учитывать не только линейный и последовательно обрабатываемый семантический контекст речи, но и некие надречевые целостные визуальные и смысловые конструкции» [Козуляев 2013: 375]. Автор подчеркивает, что аудиовизуальный перевод – ограниченный перевод, и наличие и тип ограничений зависят от вида осуществляемого перевода (перевод для закадрового озвучивания, двухмерного или трёхмерного субтитрирования, перевод под дубляж), целевой аудитории получателей перевода, уровня взаимодействия потоков информации, переплетающихся в аудиовизуальном контексте. Такой подход по сути своей отличается от текстоцентрического, сугубо лингвистического подхода, и может быть охарактеризован как **прагматико-динамический**, учитывающий необходимость произвести определенное воздействие на рецепторы всего комплекса аудиовизуального произведения, в котором текст является лишь одной из составляющих.

Из всего сказанного выше следует, что при изучении явления аудиовизуального перевода должен учитываться его комплексный характер, что подтверждают редкие работы, выходящие из-под пера сугубо практиков такого вида перевода или представителей компаний-прокатчиков, наблюдающих процесс «второго рождения» аудиовизуального произведения изнутри. Необходимость такого подхода косвенно подчеркивается в статье С.А. Сергеенкова, представителя компании «Двадцатый век Фокс СНГ», в которой автор «вскрывает» технологический процесс перевода и озвучивания аудиовизуальных произведений, подчёркивая, что лингвистических текстоцентрических методов явно недостаточно, чтобы понять механизмы, задействованные в процессе пересоздания аудиовизуального произведения средствами языка перевода. Автор подчёркивает тот факт,

что «препарирование» аудиовизуального текста и критика перевода порой не имеют ничего общего с процессом локализации аудиовизуального произведения в принимающей культуре. Автор также обращает внимание на необходимость учёта различного рода ограничений, обусловленных особенностями того или иного вида аудиовизуального перевода, и справедливо утверждает, что «правильный с классической точки зрения перевод может оказаться неприемлемым для конкретных условий практической жизни» [Сергеенков 2015: 63]. Такое заявление, звучащее из уст непосредственного заказчика аудиовизуального перевода, диктует необходимость смены парадигмы академических исследований в области аудиовизуального перевода и разработки принципиально нового инструментария анализа процесса и результата аудиовизуального перевода.

Что касается зарубежного опыта исследования специфики аудиовизуального перевода, необходимо признать, что западными коллегами данная проблема разработана намного шире. Предтечей теоретических исследований в области аудиовизуального перевода стала работа Романа Якобсона (Roman Jakobson) «О лингвистических аспектах перевода» (1959), в которой автор не только обратил внимание на существование внутриязыкового (rewording) и межъязыкового (translation proper) перевода, но выделил новый тип перевода: межсемиотический перевод (transmutation), под которым подразумевалась интерпретация вербальных знаков посредством невербальных знаковых систем [Jakobson 1987: 429]. Сам же вопрос о необходимости формирования отдельного подхода к переводу аудиовизуальных текстов был впервые затронут немецкой исследовательницей Катариной Райс (Katharina Reiss), которая ещё в 1971 г. говорила о выделении аудио-медиаальных текстов, которые позже она назвала мультимедиаальными, в отдельный жанр, требующий особого подхода при переводе (см.: [Gambier, Gottlieb 2001: xx]).

В качестве примера одного из первых исследований, посвящённых специфике отдельных видов аудиовизуального перевода, можно назвать монографию Иштвана Фодора (Istvan Fodor) «Кинодубляж: фонетические, семиотические, эстетические и психологические аспекты», посвящённую различным типам синхронизации при переводе под полный дубляж. В своей работе И. Фодор разработал концепт визуальной фонетики – дисциплины, призванной изучать суть взаимосвязи артикуляции актеров на экране и процесса подбора соответствующих фонем переводчиком, что позволит избежать возникновения диссонанса в сознании зрителя, который смотрит дублированный фильм [Fodor 1976].

Такой подход к проблемам изучения аудиовизуального перевода Фредерик Чауме (Frederic Chaume) называет **функциональным**. Данный методологический подход основан на анализе ограничений, накладываемых на переводчика аудиовизуальных произведений и обусловленных спецификой отдельных видов аудиовизуального перевода: перевода суб-

титров, надтитров, перевода под закадровое озвучивание, липсинка, перевода под полный дубляж, аудиодескрипции и т. п. Например, при переводе под полный дубляж основная цель переводчика аудиовизуального текста – сохранить развлекательный характер переводимого произведения, поэтому особое внимание уделяется функциональным ограничениям: синхронизации движений губ актёров с фонетической формой текста перевода, чтобы ничто не отвлекало внимание зрителя от конечного продукта [Chaume 2004: 38]. С точки зрения функционального подхода написана работа Кристофера Титфорда (Christopher Titford) *Constrained translation* (1982), который впервые ввёл понятие «ограниченный перевод» (*constrained translation*) в отношении перевода субтитров, отмечая, что проблемы, возникающие в процессе перевода субтитров, «в первую очередь обусловлены ограничениями, которые накладывает на переводчика сама среда передачи информации» (цит. по: [Diaz Cintas 2004: 55]).

В рамках **коммуникативно-функционального** подхода написана работа Роберто Майорала, Дороти Келли и Нативидада Галлардо (Roberto Mayoral, Dorothy Kelly, Natividad Gallardo), в которой авторы рассматривают концепт ограниченного перевода в рамках теории коммуникации, обращая внимание на объективные факторы, непосредственно влияющие на процесс выполнения различных видов перевода (перевода рекламы, комиксов, песен, аудиовизуального перевода): наличие нескольких коммуникативных каналов, влияние культуры языка оригинала и языка перевода на процесс и результат переводческой деятельности и т. п. Авторы также вводят два новых понятия, определяющих суть ограниченного перевода: «синхронизация» (*synchrony*) и «шум» (*noise*). Под синхронизацией понимается согласованность сигналов различных знаковых систем, передающих одно и то же сообщение. Выделяются пять типов синхронизации, являющиеся источниками ограничений: временная, пространственная, содержательная, фонетическая, персонажная. Шум, в свою очередь, представляет собой различные факторы, нарушающие синхронизацию: сосуществование в одном пространстве и времени двух лингвокультурных систем, несовпадение информации, поступающей одновременно по разным коммуникативным каналам (например, несогласованность субтитров и видеоряда), а также любые факторы, нарушающие принципы синхронизации [Mayoral, Kelly, Gallardo 1988: 359].

Патрик Сабальбеаскоа (Patrick Zabalbeascoa) также изучает аудиовизуальный перевод с точки зрения ограниченной коммуникации, рассматривая ограничения, налагаемые на переводчика, как препятствия, не позволяющие ему или ей создать «идеальный» перевод. Автор выделяет три типа ограничений, которые включают текстуальные, контекстуальные и профессиональные ограничения [Zabalbeascoa 1993: 183–185]. В более поздних работах Патрик Сабальбеаскоа существенно расширяет границы ограничений, накладываемых на переводчика аудиовизуальных

произведений, выделяя две большие группы ограничений: внутренние (индивидуальные ограничения) и внешние (контекстуальные, вызванные внешними условиями). Под внутренними ограничениями понимаются как объективные нарушения сенсорной чувствительности (нарушения слуха, зрения, цветовосприятия), так и субъективные факторы интеллектуального развития личности, влияющие на восприятие аудиовизуального произведения (способность понимать юмор и иронию, наличие необходимых фоновых знаний и т. п.). Под внешними ограничениями понимаются любые внешние факторы (социальные, технологические или финансовые), ограничивающие возможность осуществления коммуникации [Zabalbeascoa 2010: 27]. Ценность подобного подхода к изучению теории и практики аудиовизуального перевода обусловлена тем, что именно различного рода ограничения и являются «камнем преткновения» для большинства переводчиков, делающих первые шаги в аудиовизуальном переводе. Непонимание сути ограничений приводит к снижению качества переводов и затрудняет зрительское восприятие переведённого аудиовизуального произведения. Таким образом, функционально-коммуникативный подход должен стать одним из компонентов методологической базы изучения теории и практики аудиовизуального перевода.

Ещё одним оригинальным подходом к изучению феномена аудиовизуального перевода можно назвать **дескриптивно-семиотический** подход, суть которого состоит в рассмотрении аудиовизуального текста как полисемиотического единства, а процесса перевода – как акта переноса информации между семиотически разнородными единствами. Одним из первых исследователей, указавших на поликодовую природу аудиовизуального произведения, стал Дирк Делабастита (Dirk Delabastita). Он выделил десять основных кодов, которые комбинируются различными способами и тем самым создают семиотическое пространство фильма как «макрознака»: вербальный, литературный, театральный, проксемический, кинесический, вестиментарный, моральный, код грима, коды вежливости, кинематографический код [Delabastita 1989: 196]. Информация, зашифрованная средствами вышеуказанных кодов, передаётся зрителю посредством четырёх каналов: визуального<sup>1</sup> (вербальные знаки), визуального<sup>2</sup> (невербальные знаки), аудиального<sup>1</sup> (вербальные знаки) и аудиального<sup>2</sup> (невербальные знаки). В зависимости от вида осуществляемого аудиовизуального перевода в каждом конкретном случае применяются отдельные стратегии и тактики перевода, обусловленные особенностями взаимодействия вышеуказанных кодов и каналов передачи информации.

Примером использования дескриптивно-семиотического подхода представляются работы датского исследователя Хенрика Готтлиба (Henrik Gottlieb). В случае субтитрирования, которое Готтлиб называет «диагональным переводом» [Gottlieb 1994], происходит интрасемиотический перенос, осуществляемый в рамках единого полисемиотического комплекса



аудиовизуального произведения, в результате которого аудиальный код (речь персонажей) передаётся посредством вербального кода (субтитров). В связи с этим, по словам Готтлиба, при оценке качества субтитров необходимо учитывать степень того, «насколько субтитрированная версия [фильма], выступающая в виде единого целостного произведения, способна передать семантический гештальт оригинала» [Gottlieb 1994: 106].

В более поздних работах Хенрик Готтлиб обращает особое внимание на такую особенность аудиовизуальных произведений, как их **лингвокультурная** обусловленность. Рынок аудиовизуальной продукции на сегодняшний день обладает свойством асимметрии: объёмы англоязычной продукции, поступающей в прокат в различных странах, порой превышают объёмы контента, генерируемые местными кинематографистами. В результате на первый план выходят проблемы лингвокультурного переноса. Х. Готтлиб справедливо замечает, что аудиовизуальное произведение – это такое полисемиотическое единство, в котором может быть заменена только одна составляющая: вербальный контекст. Присутствие других семиотических каналов, которые также культурно обусловлены и не могут быть изменены в процессе перевода, означает, что переводчики вынуждены передавать вербальную составляющую аудиовизуального произведения ближе к тексту оригинала, что исключает возможность культурноориентированного пересоздания текста средствами языка перевода [Gottlieb 2009: 27].

К проблеме лингвокультурного переноса в рамках изучения перевода аудиовизуальных произведений обращается и Зое Петтит (Zoë Pettit), которая рассматривает фильм как комплексный семиотический текст, состоящий из знаков, несущих культурно-специфическую информацию. Таким образом, аудиовизуальное произведение представляет собой «культурную репрезентацию мира», осуществляемую посредством языка и визуальных образов [Pettit 2009: 44]. В рамках исследования Петтит выявляет конкретные стратегии культурного переноса, осуществляемого в процессе перевода субтитров и перевода под дубляж, позволяющие передать культурные реалии оригинала, а также выявляет случаи, в которых необходимо применять тактики опущения или нейтрализации реалии.

Перечень работ, выполненных в рамках лингвокультурного подхода, ни в коем случае не исчерпывается упоминанием этих двух исследований. Однако в последние годы все больше работ выполняется в рамках **интегративного междисциплинарного подхода**, объединяющего в тех или иных формах элементы и методологию парадигм, описанных выше. По мнению Ива Гамбье (Yves Gambier), при изучении аудиовизуального перевода, учитывая его полисемиотическую природу, необходимо привлекать весь доступный методологический аппарат, включая теорию относительности, теорию скопоса, приёмы дескриптивных исследований в области перевода, а также знания основ сценарного мастерства и базо-

вые компетенции в сфере кинематографии и кинопроизводства [Gambier 2008]. О необходимости применения междисциплинарного подхода пишет и Алин Ремаэль (Aline Remael), предлагая выбрать объектом изучения тексты переводов аудиовизуальных произведений, подразумевающие наличие вербальной составляющей, обращая особое внимание на мульти-модальное функционирование этих текстов и трансформации, которым они подвергаются в процессе перевода [Remael 2001: 14].

Испанский исследователь аудиовизуального перевода Хорхе Диаз Синтас (Jorge Díaz Cintas) придерживается принципиальной позиции в том, что касается отрицания текстоцентрического подхода к изучению теории и практики аудиовизуального перевода. Подчёркивая гетерогенный и междисциплинарный характер аудиовизуального перевода, он утверждает, что перевод исключительно вербальной составляющей без учёта иных семиотических компонентов фильма – бесполезное занятие. Переводчики обязаны обращать пристальное внимание на текст, но не менее пристально им необходимо изучать аудиовизуальную ситуацию, взаимоотношения, в которые вступают персонажи или образы, учитывать индивидуальные коммуникативные стратегии персонажей. Иными словами, «они [переводчики] обязаны осознавать семиотическую многокомпонентность (complexity) аудиовизуального произведения» [Díaz Cintas 2009: 9]. Также Диаз Синтас пишет о социокультурном и манипулятивном характере аудиовизуального перевода, так как большое количество аудиовизуальных произведений затрагивает темы расизма, гендерного неравенства, классовых проблем и т. д. Аудиовизуальный перевод может стать источником создания ложных стереотипов, ввести зрителя в заблуждение и «сжечь именно те мосты, которые он должен построить» [Díaz Cintas 2012: 291].

Необходимость использования междисциплинарного подхода к аудиовизуальному переводу прекрасно резюмируют Ив Гамбье и Хенрик Готтлиб, утверждая, что процесс перевода не заканчивается текстом, он заканчивается доставкой текста конечному получателю [Gambier, Gottlieb 2001: xix]. Перечисляя все факторы, которые позволяют выделить аудиовизуальный перевод в отдельное направление лингвистических исследований, они неустанно повторяют мысль о комплексном характере оказания подобного вида услуг, о полисемиотичности аудиовизуального произведения, о необходимости разработки методологического и терминологического аппарата в области исследования аудиовизуального перевода, о проблемах обучения аудиовизуальному переводу.

В результате глобализации, проникновения в нашу жизнь новых источников информации потребители аудиовизуальных произведений – зрители, прокатчики – предъявляют достаточно высокие требования к качеству перевода аудиовизуальной продукции. С другой стороны, возникает огромное количество новых видов аудиовизуальных произведе-

ний, в моду входят трансмедийные проекты, существующие одновременно на нескольких платформах, всё чаще зрители предпочитают смотреть фильмы, сериалы и телепередачи с использованием мобильных устройств, изменения в сфере законодательства ставят перед аудиовизуальными переводчиками новые задачи, например необходимость освоения тех видов перевода, получателями которых станут люди с ограниченными возможностями: аудиодескрипции, создания надтитров для сопровождения театральных постановок, создания субтитров для слабослышащих зрителей и т. п. Фредерик Чауме отмечает, что всё чаще речь идёт не просто о переводе аудиовизуального произведения, а о его локализации и транскреации [Chaume 2016]. И все эти процессы требуют теоретического осмысления, выработки стратегии осуществления новых видов перевода, развития навыков работы в новых условиях, разработки инновационных методик обучения аудиовизуальному переводу.

В настоящий момент российское переводоведение, в отличие от зарубежного, делает всего лишь первые шаги в направлении осмысления феномена аудиовизуального перевода и исследования его особенностей и закономерностей. До сих пор бытует мнение, что аудиовизуальный перевод – не особый вид переводческой деятельности, а всего лишь разновидность устного или художественного перевода. Анализ подходов к изучению данного явления, разработанных иностранными коллегами, лишний раз убеждает, что это не так. В связи с этим можно с уверенностью утверждать о необходимости разработки отечественной парадигмы исследования аудиовизуального перевода, проведения эмпирических исследований в русле дескриптивного переводоведения, в которых бы рассматривались основные подходы к переводу аудиовизуальной продукции на русский язык, изучения особенностей перевода аудиовизуальных произведений, предназначенных для демонстрации с помощью различных платформ (ТВ, кинотеатр, DVD, мобильные устройства и т. п.), особенностей перевода произведений различных жанров, проблемы создания тифлокомментария и аудиодескрипции и т. п.

Сегодня у отечественного переводоведения больше вопросов к аудиовизуальному переводу, чем ответов. Однако этот факт открывает широкие перспективы как для начинающих, так и для опытных исследователей, любящих аудиовизуальный перевод и желающих внести свой вклад в развитие мировой практики изучения этого удивительного и необычного явления.

### ***Список литературы***

- Горшкова В.Е.* Перевод в кино: дублирование vs. субтитры (на материале фильма Люка Бессона «Ангел.а», Франция, 2005 г.) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. Т. 5, вып. 1. С. 133–140.
- Козуляев А.В.* Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду пере-

- вода // XVII Царскосельские чтения: материалы Междунар. науч. конф. 23–24 апр. 2013 г. СПб., 2013. Т. I. С. 374–381.
- Кустова О.Ю.* Поликодовость текста как фактор стратегии перевода кинофильма // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике. 2015. № 1 (3). С. 279–282.
- Матасов Р.А.* Перевод кино/видео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 211 с.
- Сергеенков С.А.* Киноперевод – взгляд за кулисы // Мосты. 2015. № 2 (46). С. 58–63.
- Снеткова М.С.* Лингвостилистические аспекты перевода испанских кинотекстов: на материале русских переводов художественных фильмов Л. Бунюэля «Вирридиана» и П. Альмодовара «Женщины на грани нервного срыва»: дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 232 с.
- Фёдорова И.К.* Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса: проблема переводческой адаптации // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 43 (181). Филология. Искусствоведение. Вып. 39. С. 142–149.
- Chaume F.* Audiovisual translation trends: growing diversity, choice and enhanced localization // Media across borders. Localizing film, TV and video games / Ed. by A. Esser, M.A. Bernal-Merino, I.R. Smith. New York: Routledge, 2016. P. 68–84.
- Chaume F.* Synchronization in dubbing. A translational approach // Topics in audiovisual translation / Ed. by P. Orero. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publ. Co, 2004. P. 35–52.
- Delabastita D.* Translation and mass-communication: Film and T.V. translation as evidence of cultural dynamics // Babel. 1989. Vol. 35(4). P. 193–218.
- Díaz Cintas J.* Clearing the Smoke to See the Screen: Ideological Manipulation in Audiovisual Translation // Meta. 2012. Vol. 57, № 2. P. 279–293.
- Díaz Cintas J.* Introduction – Audiovisual Translation: An Overview of its Potential // New Trends in Audiovisual / Ed. by J. Díaz Cintas. Bristol; Buffalo; Toronto, 2009. P. 1–18.
- Díaz Cintas J.* Subtitling: the long journey to academic acknowledgement // JoSTans: The Journal of Specialized Translation. 2004. Iss. 1. P. 50–70. URL: [http://www.jostrans.org/issue01/art\\_diaz\\_cintas.pdf](http://www.jostrans.org/issue01/art_diaz_cintas.pdf) (дата обращения: 11.02.2017).
- Fodor I.* Film Dubbing – Phonetic, Semiotic, Esthetic and Psychological Aspects. Buske, 1976. 110 p.
- Gambier Y.* Recent developments and challenges in audiovisual translation research // Between Text and Image: Updating Research in Screen Translation / Ed. by D. Chiaro, Ch. Heiss, Ch. Bucaria. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publ. Co, 2008. P. 11–35.
- Gambier Y., Gottlieb H.* Multimedia, Multilingua: Multiple Challenges // (Multi)media translation: concepts, practices, and research / Ed. by Y. Gambier, H. Gottlieb. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publ. Co, 2001. P. vii–xx.
- Gottlieb H.* Subtitling against the current: Danish concepts, English minds // New trends in audiovisual translation. Multilingual matters / Ed. by J. Díaz Cintas. Bristol; Buffalo; Toronto, 2009. P. 21–43.
- Gottlieb H.* Subtitling: diagonal translation // Perspectives: studies in translatology. 1994. № 1. P. 101–121.

- Jakobson R.* Language in literature. Cambridge, MA; London, England: The Belknap press of Harvard University Press, 1987. 549 p.
- Mayoral R., Kelly D., Gallardo N.* Concept of Constrained Translation. *NonLinguistic Perspectives of Translation // Meta*. 1988. Vol. 33-3. P. 356–367.
- Pettit Z.* Connecting cultures: cultural transfer in subtitling and dubbing // *New trends in audiovisual translation. Multilingual matters / Ed. by J. Díaz Cintas*. Bristol; Buffalo; Toronto, 2009. P. 44–57.
- Remael A.* Some thoughts on the study of multimodal and multimedia translation // (Multi)media translation: concepts, practices, and research / Ed. by Y. Gambier, H. Gottlieb. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publ. Co, 2001. P. 13–22.
- Zabalbeascoa P.* Translation in constrained communication and entertainment // *New insights into audiovisual translation and media accessibility. Media for all 2 / Ed. by J. Díaz Cintas, A. Matamala, J. Neves*. Amsterdam; New York, 2010. P. 25–40.
- Zabalbeascoa P.* Developing translation studies to better account for audiovisual texts and other new forms of text production: with special attention to the TV3 version of *Yes, Minister*: PhD thesis. University of Lleida, 1993. 339 p.

### References

- Chaume, F. (2016), Audiovisual translation trends: growing diversity, choice and enhanced localization. Esser, A., Bernal-Merino, M.A., Smith, I.R. (Eds.) *Media across borders. Localizing film, TV and video games*, New York, Routledge Publ., pp. 68-84.
- Chaume, F. (2004), Synchronization in dubbing. A translational approach. Orero, P. (Ed.) *Topics in audiovisual translation*, Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publ. Co, pp. 35-52.
- Delabastita, D. (1989), Translation and mass-communication: Film and T.V. translation as evidence of cultural dynamics. *Babel*, Vol. 35(4), pp. 193-218.
- Díaz Cintas, J. (2012), Clearing the Smoke to See the Screen: Ideological Manipulation in Audiovisual Translation. *Meta*, Vol. 57, No. 2, pp. 279-293.
- Díaz Cintas, J. (2009), Introduction – Audiovisual Translation: An Overview of its Potential. Díaz Cintas, J. (Ed.) *New Trends in Audiovisual Translation*, Bristol, Buffalo, Toronto, pp. 1-18.
- Díaz Cintas, J. (2004), Subtitling: the long journey to academic acknowledgement. *JoSTans: The Journal of Specialized Translation*, Iss. 1, pp. 50-70, available at: [http://www.jostrans.org/issue01/art\\_diaz\\_cintas.pdf](http://www.jostrans.org/issue01/art_diaz_cintas.pdf).
- Fodor, I. (1976), *Film Dubbing – Phonetic, Semiotic, Esthetic and Psychological Aspects*, Buske, 110 p.
- Fedorova, I.K. (2009), Cinema text translation from the point of view of cultural transfer theory: the problem of adaptation. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Vestnik of Chelyabinsk State University]*, No. 43 (181), *Philologiya. Iskusstvovedeniye [Philology and Art Studies]*, Iss. 39, pp. 142-149. (in Russian)
- Gambier, Y. (2008), Recent developments and challenges in audiovisual translation research. Chiaro, D., Heiss, Ch., Bucaria, Ch. (Eds.) *Between Text and Image: Updating Research in Screen Translation*, Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publ, Co, pp. 11-35.
- Gambier, Y., Gottlieb, H. (2001), Multimedia, Multilingua: Multiple Challenges. Gambier, Y., Gottlieb, H. (Eds.) *(Multi)media translation: concepts, practices, and research*, Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publ. Co, pp. vii-xx.

- Gorshkova, V.E. (2007), *Perevod v kino: dublirovanie vs. subtitry (na materiale filma Lyuka Bessona "Angel-A", Frantsiya, 2005)* [Film translation: dubbing vs. subtitling (case study of Luc Besson's movie "Angel-A", France, 2005)]. *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, Vol. 5, iss. 1, pp. 133-140. (in Russian)
- Gottlieb, H. (2009), Subtitling against the current: Danish concepts, English minds. Díaz Cintas, J. (Ed.) *New Trends in Audiovisual Translation*, Bristol, Buffalo, Toronto, pp. 21-43.
- Gottlieb, H. (1994), Subtitling: diagonal translation. *Perspectives: studies in translationology*, No. 1, pp. 101-121.
- Jakobson, R. (1987), *Language in literature*, Cambridge, MA, London, England, The Belknap press of Harvard University Press, 549 p.
- Kozulyaev, A.V. (2013), Audiovizualnyi polysemanticheskii perevod kak osobaya forma perevodcheskoi deyatelnosti i osobennosti obucheniya dannomu vidu perevoda [Audiovisual polysemantic translation as a separate branch of translation practice and peculiarities of teaching this type of translation]. *XVII Tsarskoselskiye Readings*, Proceedings of International scientific conference, Vol. I, St. Petersburg, pp. 374-381. (in Russian)
- Kustova, O.Yu. (2015), Polikodovost teksta kak faktor strategii perevoda kinofilma [Polycode text as a factor of film translation strategy]. *Aktualnye napravleniya nauchnykh issledovaniy: ot teorii k praktike [Up-to-date areas of research: from theory to practice]*, No. 1 (3), pp. 279-282. (in Russian)
- Matasov, R.A. (2009), *Perevod kino/vidеomaterialov: lingvokulturnye i didakticheskie aspekty [Translation of films and videos: linguacultural and didactic aspects]*, Moscow, 211 p. (in Russian)
- Mayoral, R., Kelly, D., Gallardo, N. (1988), Concept of Constrained Translation. NonLinguistic Perspectives of Translation. *Meta*, Vol. 33-3, pp. 356-367.
- Pettit, Z. (2009), Connecting cultures: cultural transfer in subtitling and dubbing. Díaz Cintas, J. (Ed.) *New Trends in Audiovisual Translation*, Bristol, Buffalo, Toronto, pp. 44-57.
- Remael, A. (2001), Some thoughts on the study of multimodal and multimedia translation. Gambier, Y., Gottlieb, H. (Eds.) *(Multi)media translation: concepts, practices, and research*, Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publ. Co, pp. 13-22.
- Sergeenkov, S.A. (2015), Kinoperevod – vzglyad za kulisy [Film translation – peering into the wings]. *Mosty [Bridges]*, No. 2 (46), pp. 58-63. (in Russian)
- Snetkova, M.S. (2009), *Lingvisticheskie aspekty perevoda ispanskikh kinotekstov: na materiale russkikh perevodov khudozhestvennykh filmov L. Bunyuelya "Viridiana" i P. Almodovara "Zhenshiny na grani nervnogo sryva"* [Linguostylistic aspects of translation of Spanish film texts. Case study of Russian translations of feature films "Viridiana" by Luis Buñuel and "Women on the Verge of a Nervous Breakdown" by Pedro Almodóvar], Moscow, 232 p. (in Russian)
- Zabalbeascoa, P. (2010), Translation in constrained communication and entertainment. Díaz Cintas, J., Matamala, A., Neves, J. (Eds.) *New insights into audiovisual translation and media accessibility. Media for all 2*, Amsterdam, New York, pp. 25-40.

Zabalbeascoa, P. (1993), *Developing translation studies to better account for audiovisual texts and other new forms of text production : with special attention to the TV3 version of Yes, Minister*, PhD thesis, University of Lleida, 339 p.

---

## THEORY AND PRACTICE OF AUDIOVISUAL TRANSLATION: RUSSIAN AND INTERNATIONAL APPROACHES

**E.D. Malenova**

*Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)*

**Abstract:** A brisk growth of cross-cultural dialogue and external economic relations in the field of cinematography pose a new task to researchers of theoretical and applied translation to focus on audiovisual translation as a specific type of translation practice. This area of research, which is flourishing in Europe, the USA and China, is quite a new field for Russian linguistics. Russian translation studies paradigm lacks necessary terminology, research methodology and time-tested methods of teaching audiovisual translation. All these factors stipulate the necessity of carrying out fundamental research in the area of audiovisual translation. That is why the current research focuses on the analysis of Russian and international practices of audiovisual translation studies, defines different approaches used in the field, and evaluates positive and negative aspects of each particular approach. The author dwells upon a text-centered approach used by most of Russian researchers in the field of audiovisual translation, and shows its unpromising nature by comparing it with functional, communicative-functional, descriptive-semiotic, linguacultural, and integrative-multidisciplinary approaches developed by foreign colleagues. Thorough analysis of the reference materials helps the author to come to the conclusion that it is necessary to create a new paradigm of Russian audiovisual research and to open new prospects in the field.

**Key words:** audiovisual translation, film translation, film language, audio description, subtitling.

**For citation:**

Malenova, E.D. (2017), Theory and practice of audiovisual translation: Russian and international approaches. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 32-46. (in Russian)

**About the author:**

**Malenova Evgeniya Dmitrievna**, Dr., Associate Professor of the Chair of English Philology

**Corresponding author:**

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: malenovae@mail.ru

**Received:** February 11, 2017

Раздел II

---

**СОВРЕМЕННЫЕ  
ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ**







Part II

---

**MODERN DISCOURSE PRACTICES**

## РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ АВТОРА ДНЕВНИКОВОГО ТЕКСТА: ЖАНРООБРАЗУЮЩИЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ

**И.М. Вознесенская**

*Санкт-Петербургский государственный университет  
(Санкт-Петербург, Россия)*

**Аннотация:** Разрабатывается проблема речевой типологии дневника. С опорой на критерий целеполагания в дневниковой деятельности выявляются типы речевого поведения пишущего, анализируются языковые черты, определяющие облик текста данного жанра в целом, а также его отдельных разновидностей. Эти разновидности определяются избираемым автором приоритетом в дневниковой деятельности, обуславливающим информативный, эмоционально-интроспективный, рационально-логический и образно-изобразительный тип речевого поведения. Тип речевого поведения является исходным и наиболее общим проявлением личности в тексте дневника, мотивирующим частные индивидуальные языковые черты. Наблюдения проводятся на материале дневников Г. Эфрона, С.И. Вавилова, К.И. Чуковского.

**Ключевые слова:** текст, типы текста, дневник, жанр, речевое поведение, идиостиль.

**Для цитирования:**

*Вознесенская И.М.* Речевое поведение автора дневникового текста: жанро-образующие и индивидуальные черты // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 49–60.

**Сведения об авторе:**

**Вознесенская Ирина Михайловна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 199034, Россия, Санкт-Петербург,  
Университетская наб., 7/9

E-mail: i.voznesenskaya@spbu.ru

**Дата поступления статьи:** 13.04.2017

Всякий автор дневникового текста обладает жанровой компетенцией, сформированной личным читательским опытом, в процессе приобретения которого «мы научаемся отливать нашу речь в жанровые формы» [Бахтин 1979: 257]. В процессе текстопорождения пишущий, с одной стороны, следует освоенным конвенциям жанра, имеющего определенные устойчивые признаки, и, с другой стороны, проявляет индивидуальные черты, формирующие идиостиль как систему средств, отражающих личностное начало.

Речевая специфика жанра дневника определяется автокоммуникативной направленностью деятельности, «когда человек обращается к самому себе» [Лотман 1996: 25], субъект и адресат коммуникации в этом случае предстают в одном лице. Исследователи выделяют фактор «отсутствия “настоящего адресата”» в качестве формирующего речевой облик дневникового текста [Радзиевская 1992: 102], строй речи которого отмечен редукцией. По словам Ю.М. Лотмана, «образованные в результате подобной редукции слова-индексы имеют тенденцию к изоритмичности. С этим связана и основная особенность синтаксиса такого типа речи: он не образует законченных предложений, а стремится к бесконечным цепочкам ритмических повторяемостей» [Лотман 1996: 32].

Названная характеристика представляет собой общую жанрообразующую черту дневникового текста, дальнейшая дифференциация его специфических особенностей зависима от тех или иных разновидностей жанра, выяснения оснований для их типологии. Таким основанием могут быть мотивы и цели, которые побуждают авторов к дневниковой деятельности. Среди них – желание зафиксировать события личной жизни, сохранить подробности пережитого, а также потребность выразить себя, «удалить тревогу с помощью письма» [Барт 2002: 249]. Дневниковые записи, как писал Ю.М. Лотман, «имеют целью, например, уяснение внутреннего состояния пишущего, уяснение, которого без записи не происходит» [Лотман 1996: 25].

Ролан Барт, объясняя мотивы дневника, говорит о том, что в нём пишущему дается возможность, во-первых, «создать текст, окрашенный некоторым индивидуальным письмом... авторским идиолектом»; во-вторых, «изо дня в день рассеивать, распылять в тексте следы своей эпохи», в-третьих, «превратить Дневник в кузницу фраз, не “красивых”, а точных; делать всё более утонченной и отточенной форму – не само высказывание, а его способ» [Барт 2002: 248].

Материалом для наблюдений в данной статье выбраны дневники трех авторов, ярких личностей, в чьих произведениях со всей очевидностью обнаруживаются как специфические жанровые, так и индивидуальные речевые черты, – это «Дневники» Георгия Эфрона, «Дневник» Корнея Ивановича Чуковского и «Дневники 1939–1951 гг.» ученого-физика, академика С.И. Вавилова, брата Н.И. Вавилова. Вполне очевидные различия, связанные с возрастом авторов, совершенно разным жизненным,

профессиональным опытом, несоотносимыми условиями и образом жизни, личными интересами и кругом общения, естественно, находят отражение в индивидуальном для каждого пишущего содержании записей, отражающем мировоззрение личности. Однако в рамках данной статьи ограничимся задачей выявления некоторых регулярных вариантов речевого поведения в рамках жанра, представленных типовыми разновидностями дневниковых записей с характерными для них языковыми средствами. На фоне универсальных жанровых речевых черт отметим и некоторые индивидуально-авторские особенности.

Специфика речевого поведения пишущего выявляется на этапе обшей установки в ведении дневниковой деятельности, при определении её цели. В самом общем виде этот критерий позволяет разграничить «дневники фактографические, описывающие исключительно или преимущественно внешние события, и дневники интроспективные, сосредоточенные на внутренних переживаниях автора по поводу тех или иных происходящих событий» [Ученова, Шомова 2003: 217]. В представлении «внешней» и «внутренней» жизни автор дневника, по терминологии Т.В. Радзиевской, выполняет «роли 1) деятеля, 2) хроникера, 3) субъекта психологического состояния и 4) пишущего» [Радзиевская 2016: 349]. Однако следует отметить, что лишь в редких случаях эти роли равноправно представлены в дневниковом тексте, значительно чаще одна из них является ведущей, отвечая основной целеустановке автора, его выбору приоритетного направления, доминирующей ориентации дневника, что определяет его речевой облик. Начало дневниковой записи, ее зачин, уже дает представление об авторском предпочтении в этом отношении. Приведем несколько характерных примеров из «Дневника» К. Чуковского: *Вчера ездил в Колонный зал – выступить на предсъездовском детском утреннике (216)<sup>1</sup>; Был вчера Тынянов (91); Вчера позвонил Алянский и сообщил, что... (136); Был в Сестрорецке, виделся с Зоценко (153); Вчера познакомился с Шолоховым (156); Переехали всей семьей в Переделкино (169)* и т. п. Такому зачину, вводящему внешнее событие в качестве темы записи, противостоит иной вариант, обозначающий фокус внимания на внутреннем состоянии пишущего. Например, из «Дневников» С.И. Вавилова: *3 августа [1940 г.], Узкое. <...> Как странно это желание сделать нужное и важное! Знаю, что даже посмертные лавры Ньютона такая мелочь. А между тем, это желание держит и твердо держит в жизни. И так хочется посмотреть самого себя, найти наиболее ценное и направить его в нужную сторону (101). Или: Ленинград, 12 мая [1941 г.]. <...> За себя страшно. Длинная, самая пестрая мозаика дел, дел, дел, небрежно на ходу делаемых, отзывы о рукописях, диссертациях, советы по работам, филантропия, депутатская и не депутатская. Некогда остановиться. Усталость, са-*

<sup>1</sup> Здесь и далее в скобках дается номер страницы по изданию, указанному в при-статейном списке источников.

*мого себя не видно. Полная неудовлетворенность* (121). Эти иллюстрации достаточно ясно показывают вектор работы сознания, задающий работу мысли, проявленной в письме.

Таким образом, фактографическая и интроспективная направленность могут служить общим параметром, разводящим варианты речевого поведения в рамках жанра. Тематическое высказывание, открывающее отдельную дневниковую запись, допускает разнообразные варианты своего развертывания, дифференцируя далее тип речевого поведения. Запись может развиваться, следуя 1) рационально-логическому, 2) эмоционально-интроспективному, 3) образно-изобразительному или 4) информативному типу, который в дневниковой деятельности имеет достаточно устойчивый характер, проявляется в качестве доминанты в целом тексте дневника, определяя характерные способы отражения действительности, избираемые автором, воплощается в структуре и содержании текста. Языковая личность пишущего ярко проявляется в том, какой именно ход дальнейшего развития получает тематическое высказывание, что определяет не только смысл, но и тональность, степень экспрессивности речи.

**1. Рационально-логический** тип речевого поведения наиболее последовательно представлен, как это ни покажется парадоксальным, в «Дневниках» Георгия Эфрона. Тяжелые жизненные испытания, непрестанные неурядицы, тревоги, мучительные невзгоды чаще всего приводят автора (подростка, юношу) не к их эмоциональной интерпретации, а к строгим размышлениям, поиску причин, попыткам объяснения событий. Приведем несколько фрагментов:

*11/IV-40. Вчера узнал от матери, что отец переведен из Бутырской тюрьмы в Лефортовскую. Что это означает – не знаю. По-моему, просто места в той тюрьме больше, вот туда и перевели* (37).

*2/VI-40. Завтра я и мать едем в Москву. Завтра мы посмотрим комнату в институте и, надеюсь, **узнаем** о судьбе отца хоть что-нибудь. Мать очень за него беспокоится: не умер ли он, не в госпитале ли. Я **предполагаю**, что его просто перевели из одной тюрьмы в другую. Возможно, что скоро будет суд, но эта **версия** гораздо менее правдоподобная, чем предыдущая. В общем, завтра **узнаем*** (67).

*15/VII-40. 10го июля этого года мать попросила принять передачу отцу (в НКВД). Человек, который принимает передачу, ответил ей, что передать нельзя и что он примет передачу 26го. <...> **Что это за история?** Может быть две **версии**: 1ая, что отец действительно получил денежный перевод (**откуда?**), что денег у него достаточно и что оттого не принимают передачи. Но тогда **почему** <...> ? Эти противоречия **можно объяснить тем, что** <...> 2ая **версия**: история с «переводом» – способ не принимать передачи до 26го (в виде репрессии). Но **почему** до 26го? <...> (130).*

Речевая организация этих записей строится на экспликации причинно-следственных связей, дающих объяснение, обнаруживает активность слов с семантикой «знания» (*не знаю, узнаем, предполагаю, объяс-*

нить, версия). Мысль автора выражена эксплицитно, не содержит логических или структурно-синтаксических пропусков.

Рационально-логический сценарий также отражает организованность мышления автора, устанавливающего жизненные цели и приоритеты:

*11/VIII-40. Главное – это где-нибудь устроиться на возможно дольше времени. Это первая и самая главная задача. От нее зависит очень многое в нашей жизни – она насущная. Нужно где-то жить, и жить в условиях, наиболее способствующих лит. работе матери. Это факт. Нужно как-то нормализовать своё существование, где-то живя и имея постоянное (хоть на год-два-три) пристанище. Это неоспоримо. Вторая задача – моя: поступить в хорошую школу. Эта задача второстепенна, но имеет для меня большое значение. А вот как-нибудь все уладится. Слишком много мы жили в неуверенности, где будем обитать в ближайшее время. Нужно этот вопрос как можно скорее урегулировать (164).*

Строгость, логичность, последовательность суждений создает впечатление, что в дневниковой деятельности юный Георгий Эфрон настойчиво пытается письмом преодолеть непрестанную жизненную неустроенность, подчинить собственной твердой и убежденной мысли неизвестность и неопределенность существования. Яркими маркерами его идиостиля можно признать модальные конструкции (со значением уверенности, желательности, необходимости, долженствования): *Я сегодня должен добиться увидеть или узнать... (146); Потом я должен достать справку из домоуправления (146); Я верю; Я абсолютно уверен; Я продолжаю верить; Я надеюсь; Моя задача – добиться поступления в 167ую школу (139); Мои ближайшие задачи; Я намерен прямо пройти к директору (139); Бесспорно; Конечно; Очевидно; Картина ясна; Интересно; Хотелось бы; А вот; Лишь бы книги сохранились! (140). Я должен рассчитывать исключительно на себя и на обстоятельства. Из меня должен выйти исключительно сильный человек. Мне никто не помогает, но я должен идти своим путем (264).* Характерная компонента – «программирование» жизни, высказывание мыслей о будущем – отражает перспективность мышления автора. Однако такое заглядывание в будущее вносит трагическую ноту в восприятие читателя, который знает о том, что этим планам не суждено было сбыться.

Представление внешней, событийной стороны жизни, вызывающей рефлексию рационально-логического характера, актуализирует употребление глаголов определенных классов. Среди них можно выделить так называемые «интерпретационные глаголы», которые, по определению Ю.Д. Апресяна, «сами по себе... не обозначают никакого конкретного действия или состояния, а служат лишь для какой-то интерпретации (квалификации) другого, вполне конкретного действия или состояния. <...> При этом сами конкретные действия, служащие основанием для этических, юридических или иных квалификаций... представляются как уже имевшие место» [Апресян 2006: 145–146]. Ситуация дневниковой деятельности, представляющая нарративный режим речи, оказывается релевант-

ной для использования таких глаголов, позволяющих совместить в номинации семантику действия лица (обычно третьего) с интерпретацией этого действия (этической, юридической, логической, или истинностной, утилитарной). Используемые в дневниковом тексте глаголы-интерпретативы (*судить, упрекать, укорять, оклеветать, мистифицировать, деморализовать, ошибаться, соболезновать, портить, мешать, агитировать, пропагандировать, сгруппировать, пленить* и др.) не только вводят сообщение о действиях, но и квалифицируют эти действия с позиции говорящего.

Столь же актуальны и глаголы эмоционально-оценочного отношения (выражающие *симпатию / неприязнь, уважение / презрение, доверие / недоверие, жалость / безразличие*), глаголы внешнего проявления отношения (*придираться, глумиться, потворствовать, препираться, скандалить, сцепиться*). Например:

22/VIII-40 <...> Мы сюда приехали – должны же мы где-нибудь жить! <...> Я очень **жалею** мать – она поэт, ей нужно переводить, жить нормальной жизнью, а она **портит себе кровь, беспокоится, изнуряет себя** в бесплодных усилиях найти комнату, **страшится** недалекого будущего (переезда). <...> То, что меня морально закаляет (в конечном счете, конечно), мать **ранит** – *blesse*. <...> Главное, я **беспокоюсь и горюю** за нее (174).

Интеллектуальная интерпретация, свойственная рационально-логической рефлексии, является характерным параметром языковой личности Г. Эфрона, представляя доминанту его речевого поведения. Это утверждение, тем не менее, не исключает возможности «прорыва», включения в текст эмоциональных реакций (ср. встречающиеся в тексте экспрессивы: *Ну и чорт с ней! Чорт и чорт и чорт! А ну вас к чорту! Опять проклятая неизвестность! Тоже – перспективка! Куда там! Какая скучища эта школьная вольнка!* и т. п.), степень выразительности которых в контексте сдержанной, серьезной речи повышается. Такие высказывания не называют, а выражают чувства, при этом слова, собственно именующие эмоциональные состояния, встречаются в тексте «Дневников» Г. Эфрона редко.

К числу таких лексем относится слово *одиночество*, которое, тем не менее, формирует один из ключевых мотивов «Дневников». Важно, однако, что частотность самой лексемы в тексте не очень высока, смысловой компонент передается описанием денотативной ситуации, именем которой она является. *Обстоятельствами я приговорен (на срок, который не знаю) к одиночеству*. <...> Но все-таки противно жить без друзей (86). Хотя мое **одиночество** и дает богатую пищу для размышлений, тем не менее оно ужасно скучно. Не иметь не только близких друзей, «своих», но и даже товарищей – это просто ужасно! Всюду **ходить всегда одному** – отвратительно скучно (97). Ситуация, имеющая именем «одиночество», является одной из самых устойчивых, переходящих из одной записи в другую, пронизывая «Дневники». Эта ситуация представлена в семантическом пространстве текста единицами, называемыми компоненты её денотативной структуры: отсутствие друзей, отсутствие среды, разрыв отно-

шений, изоляция; причины одиночества (переезды, неустроенность, распад семьи, отсутствие общих корней и общих интересов в среде сверстников); следствие (отсутствие поддержки, трудности, скука, чувство неполноценности): *Я сблизился, но приходится уезжать; Разрыв устанавливающихся хороших отношений* (72); *Что у меня нет друзей, это понятно: я все время переезжаю, меняю школы, так что не может создаться среды... Я еще не вошел в соприкосновение с людьми, достаточно мне симпатичными, чтобы быть моими друзьями* (210); *Но подлинных человеческих отношений с молодежью у меня нет, и я чувствую себя неполноценным человеком* (229); *Главное то, что я изолирован... трудно мне жить одному, без друзей и поддержки* (230). В речи фиксируются компоненты денотативной ситуации, которые в результате осмысления говорящим синтезируются, получают интерпретационную номинацию – *одиночество*. При восприятии текста этот концепт (в случае отсутствия его эксплицитного представления) складывается в сознании читателя с опорой на фиксируемые, вербализованные компоненты ситуации. Таким образом, эмоциональный мир автора проявляется в фиксации компонентов внешней, денотативно-предметной ситуации или описывается с помощью интерпретационных номинаций, представляющих результат (ментальной) рефлексии.

2. Иную стратегию дневниковой деятельности, обуславливающую речевое поведение автора, можно наблюдать в тексте С.И. Вавилова, записи которого реализуют **эмоционально-интроспективный** тип речевого поведения. На одной из страниц «Дневника» автор пишет о своем тексте: *Йошкар-Ола, 16 ноября [1943 г.]. <...> Если книжку не сожгут, не выбросят, не изорвут и она дойдет до человека с душой и умом – он, наверное, кое-что из нее поймет относительно трагедии человеческого сознания* (190). Эта цитата ясно раскрывает главный замысел автора, доверяющего своему дневнику глубокие духовные и душевные переживания, которые формируют эмоциональную доминанту текста. Арест и гибель брата – выдающегося ученого-биолога Н.И. Вавилова – отзывается на страницах дневника непреходящей болью от бессмысленной и жестокой утраты. *Ленинград, 5 мая [1941 г.]. <...> ...безнадежная тоска, опускающиеся руки, трагическая судьба Николая, ни минуты не выходящая из головы и парализующая все* (120).

*Железо. 13 августа [1940 г.]. <...> Эта записная книга выходит **книгой горя**: смерть матери, сестры, теперь ужас, нависший над братом. Думать о чем-нибудь [другом] не могу. Так **страшно**, так **обидно** и так все делает бессмысленно.*

*Хорошо, что мать умерла до этого, и как **жаль**, что сам я не успел умереть. **Мучительно** все это до **невыносимого*** (102).

Речевая организация записей С.И. Вавилова открыто передает эмоциональное состояние и формируется лексическими средствами, называющими чувства, предикатами состояния: *пустота, бездомная скучная*



*пустота; спокойная безнадежность, холодное отчаяние, пессимизм, про-  
страция, паралич и безнадежность, (год) тяжелый по безысходности, по  
нелепой безжалостности; Как трудно, как тяжело жить; Так это страшно*  
и т. п. Общий строй речи характеризуется эмоциональной доминан-  
той, формирующей драматическую тональность записей и усиливающей  
их трагическую безысходность.

Инициально-тематическая реплика зачина дневниковой записи  
С.И. Вавилова, как правило, развивается в последующем тексте не в на-  
правлении внешней действительности (по пути детализации, включения  
подробностей события), а переключается в план эмоциональной рефлексии:  
*5 февраля 1941 г., Ленинград. Вечер после депутатского приема. Сле-  
зы, квартиры, реабилитированные. А завтра – полгода несчастья Николая.  
Какая бессмыслица и безжалостность. Жизнь – сплошная сутолока око-  
ло науки, о науке, только о ней одной, и вот – тюрьма* (111). Или: *21 февра-  
ля 1941 г., Ленинград. <...> Депутатский прием. Комнаты, комнаты. Люд-  
ское горе в промокших стенах* (113). Метонимический перенос «промок-  
шие (от слез) стены» усиливает эмоциональную выразительность записи.

Обращенность к внутреннему миру, потребность найти точные и  
яркие средства, способные адекватно собственному состоянию экспрес-  
сивно выразить переживания, определяют высокую метафоричность ав-  
торского стиля. С.И. Вавилов часто использует метафоры, среди которых  
можно выделить некоторые устойчивые типы образных аналогий. На-  
пример: гибель брата, смерть близких – *разрыв жизненных связей*, под-  
рывающий главные устои существования (*Так за это время все **распа-  
лось, рассыпалось, и очень тревожно, надо опомниться и взять себя в  
руки; Ощущение совершенно **разорванной жизни.** Чувство горечи, беспо-  
мощность, бесперспективность и **разорвавшиеся связи*****).

*29 августа 1941 г., Йошкар-Ола. Тяжело невыносимо. Во сне видел  
Николая, исхудавшего, с рубцами запекшейся крови. Голова бездейственна.  
Чувствую страшный **отрыв**. Случайность, вздорность, ошибочность бы-  
тия* (128).

*5 июля 1943 г., Йошкар-Ола. Страшная телеграмма от Олега о смер-  
ти Николая. Не верю. Из всех родных смертей самая жестокая. **Обрывают-  
ся последние жизненные нити.** <...> Реакция правильная одна, самому  
поскорее умереть любым способом. <...>*

*А Николаю так хотелось жить... Господи, а может все это ошиб-  
ка?* (180).

Особенности речевого поведения авторов дневникового текста яр-  
ко проявляются в выборе метафорических аналогий, которые раскрыва-  
ют направленность ассоциаций, взаимосвязь представлений в авторском  
сознании, обнаруживают специфику мировосприятия языковой лично-  
сти, индивидуальность речевых форм, риторические и художественные  
способности автора.

Если дневники Г. Эфрона регулярно включают проспекцию, то в записях С.И. Вавилова наблюдается ретроспекция, возвращение памятью в прошлое, скольжение и фиксация образных представлений прежней жизни, что получает оформление в виде цепочки номинаций, образующих «реферативность» записи:

*(3 апреля 1940 г., Барвиха) (о смерти сестры. – И. В.): А она меня спасала, суежилась, бегала по морозу. Вот комнатуха в доме на Никольской, отгороженная ширмами, за которыми она живет, гимназистка, учится. Серебряная медаль. Классная дама. В 1905 году женитьба. Святки. Ряженные. Гладковы. Помню, ходили нанимать квартиру для молодоженов. Потом Ростов, война, а потом Пресня. А как просто умирать. Пусть еще раз, живем не для себя. А. И. для многих оставила милое: классная дама, потом война, сыпной тиф, малярия. Была в ней могучая энергия, и умерла она безжалостно рано.*

Очевидно, что такие разнонаправленные векторы работы сознания также обусловлены возрастом авторов, один из них (Г. Эфрон) заглядывает в будущую жизнь, а другой (С. Вавилов) с позиции прожитых лет смотрит и вспоминает прошлое.

Другие два типа речевого поведения – 3) **образно-изобразительный** и 4) **информативный** – регулярно представлены в «Дневнике» К. Чуковского, значительную часть текста которого занимают портреты и характеристики выдающихся людей (М. Зощенко, А. Ахматовой, Б. Пастернака, В. Гроссмана, В. Шкловского и др.), а также рассказы о текущей литературной и общественной жизни. Зачин записей строится на сообщении: *Видел Катаева (193); Был Андроников (194); Встретил Федина на улице (212)*. Функция такого рода зачина состоит не только в сообщении о событии, введении темы, но также в том, что оно включает говорящего в контекст этого события, поэтому дальнейшее развертывание текста представлено с позиции автора как непосредственного наблюдателя (очевидца) и участника (*Я видел, я слышал*). Такого рода зачин развивается: а) в образно-изобразительном ключе: *Был Леонов. → Розовый, веселый, здоровый. Сидел часа четыре. Рассказывал, как...* (212); б) в информативном ключе: *Вчера был у меня Маршак. → Полон творческих сил. Пишет поэму о северных реках, статью о детской литературе, лелеет огромные планы, переделал опять «Мистера Твистера». Изучил итальянский язык, восхищается Данте, рассказывает, что Горький в последней статье (О планах в детской литературе) почти наполовину списал то письмо, к-рое он, М., написал Горькому (88–89).*

В первом случае структура дневниковой записи включает и актуализирует наглядно-образное представление – человека или объекта внешнего мира, природы, – отражая фокус видения говорящего. Фрагмент действительности изображается уже пропущенным через сознание автора, окрашенным его восприятием увиденного. Об этом, в частности, свидетельствует изменение временного плана, смещение его в настоящее, и

ситуация, таким образом, воспроизводится как сохраненная, запечатленная в сознании говорящего как некий «снимок» в его памяти. При этом, естественно, актуализируется и эффект присутствия автора.

Например: *8 марта 1954. У Всеволода Иванова. (Блины). Встретил там Анну Ахматову впервые после ее катастрофы. Седая, спокойная женщина, очень полная, очень простая. Нисколько не похожая на ту стилизованную, робкую и в то же время надменную с начесанной челкой, художавую поэтессу, которую подвел ко мне Гумилев в 1912 г. – сорок два года назад. О своей катастрофе **говорит** с юмором. «Я была в великой славе, испытала величайшее бесславие – и убедилась, что в сущности это одно и то же» (211).*

Во втором случае зачин развивается информативно, в цепочной последовательности, сообщая о действиях лица посредством ряда предикатов с акциональным значением или выражая мнение и оценку автора. Приведем еще один фрагмент записи из «Дневника» К. Чуковского: *26.IX.1938. Кисловодск. <...> 27-го был у нас в Санатории – Утесов и рассказывал мне, Лежневу, Кирпотину и еще двум-трем мужчинам анекдоты. Анекдоты были так художественны, так психологически тонки, что я не мог утерпеть – созвал большую группу слушателей. Мы хохотали до изнеможения, – а потом провожали его (был еще Стенич), и он рассказывал по дороге еще более смешное, но, когда мы расстались с ним, я почувствовал пресыщение анекдотами и даже какую-то неприязнь к Утесову. Какой трудный, неблагодарный и внутренне порочный жанр искусства – анекдоты. Так как из них исключена поэзия, лирика, нежность – вас насильно вовлекают в пошлые отношения к людям, вещам и событиям – после чего чувствуешь себя уменьшенным и гораздо худшим, чем ты есть на самом деле (154).*

В этом фрагменте семантика записи отражает переход от изображения внешней денотативной ситуации (*Утесов, анекдоты, группа слушателей, хохотали*) к ее оценке (*почувствовал пресыщение, неприязнь к Утесову*) и, наконец, к суждению и рассуждению по этому поводу (*трудный, неблагодарный, порочный жанр*). Такое движение от наглядно-чувственного (*я видел, слышал*) к эмоциональному восприятию (*я почувствовал неприязнь*) и, наконец, ментальному освоению события (*я подумал, я понял*), обобщению и заключению представляет целостную композиционную структуру, свойственную дневниковому тексту как жанру, и при этом в характере и содержании оценок отражает индивидуальное, неожиданное.

Таким образом, дневниковый дискурс в целом демонстрирует состояние сознания под воздействием полученной информации, ментальные и эмоциональные реакции языковой личности – субъекта автокоммуникации. Универсальные параметры жанра оставляют возможность для творческого, индивидуального проявления языковой личности говорящего. Замысел, отражающий личностные целеустановки, обуславливает вариативность структурно-смысловой организации дневниковой записи,

выстраиваемой в соответствии с предпочтительным намерением автора – понять происходящее, выразить внутреннее состояние, представить события внешнего мира. Каждая из этих разновидностей речевых построений опирается на свой корпус языковых средств, раскрывающих в этом контексте свое функциональное предназначение и специфику.

### **Список литературы**

- Апресян Ю.Д. Лексикографический тип: интерпретационные глаголы // Языковая картина мира и системная лексикография / отв. ред. Ю.Д. Апресян. М.: Языки славянских культур, 2006. С. 145–160.
- Барт Р. Ролан Барт о Ролане Барте. М.: Ad Marginem: Сталкер, 2002. 288 с.
- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
- Лотман Ю.М. Автокоммуникация: «Я» и «Другой» как адресаты // Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1996. С. 23–46.
- Радзиевская Т.В. «Внешняя» и «внутренняя» жизнь сквозь призму дневника // Логический анализ языка. Информационная структура текстов разных жанров и эпох / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. М.: Гнозис, 2016. С. 348–359.
- Радзиевская Т.В. Текст как результат безадресатной стратегии // Человеческий фактор в языке: Коммуникация. Модальность. Дейксис. М., 1992. С. 102–108.
- Ученова В.В., Шомова С.А. Полифония текстов в культуре. М.: Омега-Л: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2003. 392 с.

### **Источники**

- Эфрон Г. Дневники: в 2 т. М.: Вагриус, 2004. Т. 1: 1940–1941 гг. 560 с.
- Вавилов С.И. Дневники, 1909–1951: в 2 кн. М.: Наука, 2012– . Кн. 2: 1920, 1935–1951. 2012. 605 с. (Научное наследие; Т. 35).
- Чуковский К. Дневник (1930–1969). М.: Современный писатель, 1994. 560 с.

### **References**

- Aprésyan, Yu.D. (2006), *Leksikograficheskii tip: interpretatsionnye glagoly* [Lexicographic type: interpretive verbs]. Aprésyan, Yu.D. (Ed.) *Yazykovaya kartina mira i sistemnaya leksikografiya* [Language picture of the world and systemic lexicography], Moscow, Yazyki slavyanskikh kul'tur Publ., pp. 145-160. (in Russian)
- Bakhtin, M.M. (1979), *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity], Moscow, Iskusstvo Publ., 424 p. (in Russian)
- Bart, R. (2002), *Rolan Bart about Rolan Bart*, Moscow, Ad Marginem Publ., Stalker Publ., 288 p. (in Russian)
- Lotman, Yu.M. (1996), *Avtokommunikatsiya: "Ya" i "Drugoi" kak adresaty* [Autocommunication: "I" and "Other" as addressees]. Lotman, Yu.M. *Vnutri myshlyashchikh mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istoriya* [Inside the thinking worlds. Man – text – semiosphere – history], Moscow, pp. 23-46. (in Russian)
- Radzievskaya, T.V. (2016), "Vneshnyaya" i "vnutrennyaya" zhizn' skvoz' prizmu dnevnika ["External" and "inner" life through the prism of the diary]. Arutyunova, N.D. (Ed.) *Logicheskii analiz yazyka. Informatsionnaya struktura tekstov raznykh zhanrov i epokh* [Logical analysis of the language. Information structure of texts of different genres and epochs], Moscow, Gnozis Publ., pp. 348-359. (in Russian)

- Radzievskaya, T.V. (1992), *Tekst kak rezul'tat bezadresatnoi strategii* [Text as a result of an unaddressed strategy]. *Chelovecheskii faktor v yazyke: Kommunikatsiya. Modal'nost'. Deixis* [The Human Factor in Language: Communication. Modality. Deixis], Moscow, pp. 102-108. (in Russian)
- Uchenova, V.V., Shomova, S.A. (2003), *Polifoniya tekstov v kul'ture* [Polyphony of texts in culture], Moscow, Omega-L Publ., A.S. Griboedov's IMPE Publ., 392 p. (in Russian)

### **Sources**

- Efron, G (2004), *Diaries*, in 2 volumes, Moscow, Vagrius Publ., Vol. 1, 560 p. (in Russian)
- Vavilov, S.I. (2012), *Diaries*, in 2 volumes, Moscow, Nauka Publ., Vol. 2, 605 p. (in Russian)
- Chukovskii, K. (1994), *Diary (1930–1969)*, Moscow, Sovremennyi pisatel' Publ., 560 p. (in Russian)

---

## **VERBAL BEHAVIOR OF A DIARIST: GENRE PECULIARITIES AND INDIVIDUAL TRAITS**

**I.M. Voznesenskaya**

*St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)*

**Abstract:** The article examines the problem of verbal typology of a diary. Based on the criterion of goal-setting, the types of verbal behavior of a diary are established. Language features that define the characteristics of the text of the genre in general, as well as its specific variations, are analyzed. These varieties are specified by the priority in diary activities that determined informative, emotional-introspective, rational-logical and pictorial type of verbal behavior. The type of verbal behavior is the basic and the most general manifestation of a personality in the text of a diary, defining particular individual language traits. The examination is exemplified through a case-study of the diaries of G. Efron, S.I. Vavilov and K.I. Chukovsky.

**Key words:** text, types of text, diary, genre, verbal behavior, individual style.

### **For citation:**

Voznesenskaya, I.M. (2017), Verbal behavior of a diarist: genre peculiarities and individual traits. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 49-60. (in Russian)

### **About the author:**

**Voznesenskaya Irina Mikhailovna**, Dr., Associate Professor of the Chair of Russian as a Foreign Language and its Teaching Methods

### **Corresponding author:**

Postal address: 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russia

E-mail: i.voznesenskaya@spbu.ru

**Received:** April 13, 2017

## ФОРМАТ РАДИОСТАНЦИЙ И ФОРМАТООБРАЗУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ РАДИОПРОГРАММ

**В.А. Егошкина**

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)*

**Аннотация:** В связи с необходимостью радиостанциям для успешного функционирования иметь не только оригинальный контент, который будет востребован аудиторией, но и набор отличительных черт, выделяющих данную радиостанцию из ряда подобных, в работах ряда исследователей актуализируется понятие «формат», которое позволяет выявить и описать специфику определенного медиапродукта, но вместе с тем, понятие «формат» в настоящее время до конца не изучено и в полной мере не описано. В статье рассматриваются подходы к определению термина «формат», актуальные непосредственно для сферы радиовещания, приводятся классификации форматов радиостанций, осуществляется попытка выделить форматообразующие признаки, позволяющие детально проанализировать и охарактеризовать радиопрограмму.

**Ключевые слова:** формат, форматообразующие признаки, радиожурналистика, радиовещание.

**Для цитирования:**

*Егошкина В.А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 61–68.*

**Сведения об авторе:**

**Егошкина Виолетта Александровна**, аспирант, преподаватель кафедры журналистики и медиалингвистики

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: v.egoshkina@yandex.ru

**Дата поступления статьи:** 03.04.2017

В современной радиожурналистике такие факторы, как развитие технических возможностей радиостанций, их очевидная коммерциализация, стремление найти новые формы взаимодействия со слушателем и разнообразить контент радиопередачи в частности и радиостанции в це-

лом, накладывают определённый отпечаток на программу вещания каждой радиостанции. Иными словами, для успешного функционирования и получения коммерческой прибыли радиостанциям необходимо иметь не только оригинальный контент, который будет востребован аудиторией, но и набор отличительных черт, выделяющих данную радиостанцию из ряда подобных.

Указанные особенности позволяют нам говорить о сложной, развивающейся структуре радиодискурса, в рамках которой, в зависимости от базовой цели, коммуникативных характеристик адресанта и адресата, общей интенции коммуникации, генеральной коммуникативной стратегии, типа контента, можно выделить такие виды радиодискурса, как познавательный, информационный, аналитический, развлекательный и проч.

Современные радиостанции непрерывно ведут борьбу за свою аудиторию, стремясь занять собственную нишу и быть конкурентоспособными в достаточно жестких условиях рынка. Вследствие этого возникает необходимость в тщательном медиапланировании, детальной проработке контента и структуры радиопрограммы. В связи с этим для радио становится весьма актуальным термин «формат», который «именно в сфере радиовещания является предметным, конкретным и определяющим формально-содержательные аспекты практической деятельности конкретной редакции, конкретного медиа, конкретного журналиста» [Фомина 2012: 16].

Понятие «формат» активно используется недавно, поэтому однозначного, устоявшегося определения не имеет. Некоторые исследователи, рассматривая этот феномен, выделяют такие его аспекты, которые характерны только для радиодискурса. В частности, А.А. Шерель под форматом понимает «концепцию радиостанции, включающую содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории» [Шерель 2000: 208].

Е.Р. Раскатова рассматривает формат в двух значениях. Одно из них – более широкое – определяет формат как систему формирования творческой концепции вещания, ориентированной на определенный сегмент аудитории. В более узком понимании формат – это набор музыкальных и информационных направлений, которые радиостанция использует для привлечения конкретной аудитории [Раскатова 2003].

В.А. Сухарева высказывает мнение, что «формат – это концепция вещания станции, призванная привлечь определённую аудиторию с учётом ее социально-демографических, психотипических, поколенческих характеристик, стиля жизни и даже уровня духовного развития» [Сухарева 2010: 72].

Основными критериями, определяющими формат, являются стилистика звучащей в эфире музыки и имидж радиостанции, зависящий от многих факторов, в первую очередь таких, как музыкальное оформление эфира, т. е. джинглы, музыкальные заставки и шумы, манера работы диджеев или ведущих музыкальных программ, форма подачи музыкального материала, его компоновка и микширование [Почкай 1999: 102].

В зависимости от выбранных параметров исследователи предлагают различные классификации форматов радиостанций. Так, весьма популярной считается американская теория форматов, которая учитывает преимущественно такие показатели, как возраст, гендер, социальный статус целевой аудитории, музыкальное оформление эфира, работа ведущего.

В общем виде можно выделить следующие типы вещания радиостанций:

- информационный – музыки в эфире практически не бывает: обычно это «закольцованные» выпуски новостей с постоянным обновлением информации и рекламными вставками, реже к выпускам новостей добавляются короткие ток-шоу;

- информационно-музыкальный – предполагает следующее соотношение музыки и информации: 60–70 % информации, 30–40 % музыки; большинство государственных и некоммерческих частных радиостанций характеризуются именно как информационно-музыкальные;

- музыкально-информационный – имеет противоположное соотношение информации и музыки: 30–40 % информации и 60–70 % музыки;

- музыкальный – количество информации на радиостанциях такого типа, включая короткие рубрики и выпуски новостей, не превышает 10–20 % эфирного времени.

Музыкально-информационные и музыкальные радиостанции, в свою очередь, могут быть конкретизированы в зависимости от транслируемой музыки (современная танцевальная музыка, ретрохиты, отечественный рок и т. д.) и целевой аудитории (учитывается возраст, гендер, профессия, социальный статус и проч.). Информационные и информационно-музыкальные радиостанции с точки зрения характера информации, ее анализа, подачи, базового жанра могут быть разделены на аналитические, публицистические и т. д.

Отдельно исследователи выделяют разговорный формат, в последнее время набирающий все большую популярность среди отечественных радиостанций. Радиостанции данного формата, в свою очередь, могут подразделяться на станции широкого профиля, информационные станции широкого профиля, деловые, культурно-просветительские, спортивные, детские, развлекательные, юмористические и проч.

Важно учесть, что представленные классификации – это лишь очень обобщенные модели, которые могут быть конкретизированы при помо-



щи ряда параметров. Форматов в чистом виде не существует, в настоящее время наблюдается смешение разных элементов.

Очевидно, что форматы радиостанций могут быть схожи, тем не менее каждая радиостанция стремится быть узнаваемой, запоминающейся и оригинальной. Для этого детально прорабатывается структура каждой отдельной программы, определяется ее целевая аудитория, задачи, тематика, жанровое своеобразие и т. д. Поэтому термин «формат» считаем уместным применять не только к радиостанции, но и к отдельно взятой радиопрограмме.

Так, предлагаем выделить следующие форматообразующие признаки, позволяющие наиболее детально выявить специфику той или иной программы:

- **Название радиопрограммы.** Оно является ее важнейшим отличительным признаком. Наименование передачи – это именно то, что слушатель запомнит в первую очередь. Именно поэтому при разработке названия передачи делается ставка на языковую игру, ассоциативность, доступность для понимания, уместность и приятное звучание. Зачастую в названии используются многозначные слова, приобретающие в данном контексте совершенно новый оттенок значения.

- **Новостные сообщения.** Характер подачи новостных сообщений во многом определяет формат радиостанции, а во многом и сам изначально задан установленным форматом. Так, на информационных радиостанциях новости будут иметь официальный характер, в сообщениях будет представлена информация о политических, экономических, социальных событиях страны и мира. На радиостанциях развлекательного формата крайне редко можно услышать официальные сообщения, чаще всего информация новостных блоков представлена в виде инфотейнмента.

- **Музыкальное оформление.** Несомненно, одним из главных факторов выбора той или иной радиостанции является ее музыкальное наполнение. Существуют радиостанции, в которых разные музыкальные стили и жанры могут смешиваться, например радиостанции, эфир которых наполнен танцевальной музыкой разных стилей. Также есть радиостанции, и их не меньше, которые отдают предпочтение одному выбранному музыкальному направлению, и другой музыки в их ротации услышать невозможно. Немаловажным показателем остается объем музыкальных композиций, звучащих в эфире.

- **Структура радиопрограммы.** Эфирное время радиопередачи четко разделено: каждой рубрике, интерактивной игре, прочтению сообщений от слушателей, включению новостных и музыкальных блоков, передаче прогноза погоды и подобному отведено конкретное время в структуре эфирного часа. Рубрикатор передачи формируется с учетом интереса целевой аудитории, времени выхода радиопрограммы в эфир, ее целевой

установке и общему направлению. Кроме того, структурное наполнение эфира определяется и форматом радиостанции в целом.

• **Базовый жанр радиопрограммы.** Жанр определяет степень свободы поведения ведущего в эфире. Существуют жанры, в которых какие-либо вольности недопустимы, а для другой группы жанров это может являться нормой. Иными словами, если мы говорим о серьезной аналитической передаче, гостем которой является, например, политик, то, скорее всего, передача будет строиться в жанре информативной беседы, с четким разделением ролей и соблюдением норм этикета. Если же мы берем во внимание передачу развлекательного характера, к примеру утреннее шоу, то базовым жанром будет выступать фатическая, малоинформативная беседа, а коммуникация будет носить характер дружеского общения, где получение какой-либо информации не является основной целью. По мере развития коммуникации в базовый жанр, безусловно, могут включаться и другие группы жанров, поскольку жанры в чистом виде сейчас встречаются крайне редко.

• **Тематическая структура программы.** Круг актуализированных в радиопрограмме тем позволяет сделать выводы о характере коммуникации в эфире, определить ее принадлежность к тому или иному типу вещания: культурно-просветительскому, развлекательному, информационному и т. д. Немаловажным фактором также является степень раскрытия темы, основательность анализа затрагиваемых вопросов. Так, для программ информационно-аналитического формата характерны подробное раскрытие темы, довольно узкий круг обсуждаемых вопросов, детальная проработка проблемы. А в передачах развлекательного формата отсутствует тематическая иерархичность, переход от одной темы к другой осуществляется спонтанно. Кроме того, для программ такого формата характерен широкий круг затрагиваемых вопросов, зачастую не имеющих связи между собой. Степень раскрытия темы минимальна, информация подается в виде инфотейнмента.

• **Вербальное оформление программы.** Этот параметр играет немаловажную роль в формировании имиджа радиопрограммы. Формат программы определяет тон коммуникации, установки ведущих, их речевое поведение. Так, в программах информационного формата зачастую коммуникация между ведущими выдержана в рамках институционального общения, в ней соблюдаются нормы этикета, преобладает ровный, спокойный, нейтральный тон общения. Иначе можно описать процесс общения между ведущими и слушателями в программах развлекательного формата: речь прерывиста, имеет достаточно быстрый темп, частотна установка на «ты-общение», тон коммуникации взволнованный, нередко встречаются сленговые слова, жаргонизмы.

• **Работа ведущего.** Это многоаспектный критерий, включающий манеру поведения ведущего, его психологические, интеллектуальные, го-

лосовые, тембральные характеристики. Каждый ведущий в структуре эфирного часа имеет свои цели, задачи, установки, от реализации которых зависит, будет ли иметь успех у аудитории та или иная программа. Кроме того, ведущий обладает уникальными личностными, в том числе речевыми, характеристиками, которые в совокупности позволяют выделить его из ряда других ведущих и описать как дискурсивную языковую личность.

• **Количество ведущих.** Также определяет характер коммуникации в эфире, влияет на выбор темы беседы, ее развитие и изменение. В настоящее время в радиопрограммах обычно представлены либо дуэт, либо трио ведущих.

• **Гендерные характеристики ведущих.** Общение между ведущими-мужчинами обычно предполагает более рациональный, последовательный анализ событий. Если же информация подается в ироничном ключе, то ирония, скорее всего, будет более жесткая, с долей черного юмора. Женщина-ведущий имеет самобытный взгляд на вещи, зачастую ей приходится доказывать партнерам по эфиру правоту своего мнения, отстаивать свою точку зрения. Кроме того, ведущая может вносить в коммуникацию некую долю легкости, непосредственности, что, в свою очередь, может вызвать некоторую иронию со стороны ведущих-мужчин.

• **Наличие / отсутствие гостя в студии.** Присутствие эксперта в студии определяет круг затрагиваемых в программе тем, тональность беседы, цели, задачи ведущего. Обычно гость является известной личностью, экспертом в той или иной области. Ведущий делает особое ударение на авторитет гостя, играет на повышение его статуса. Ролевые функции при наличии гостя четко разграничены, именно ему ведущие отдают преимущество в эфире, нередко лишая друг друга возможности высказаться.

Таким образом, термин «формат» является широким понятием, включающим множество аспектов и факторов, что позволяет приводить различные классификации радиоформатов, выделяемых по разным основаниям. Параметры, определяющие формат на радио, с одной стороны, уникальны и могут применяться только в радиодискурсе. С другой – имеют схожие черты с форматобразующими признаками иных медиа-продуктов. Понятие «формат» возможно применять не только при характеристике радиостанции, но и при описании отдельной радиопрограммы. Также можно отметить, что формат диктует условия функционирования радиостанций и задает конкретные параметры каждой отдельной программы.

### **Список литературы**

*Почкай Е.П.* Технология СМИ. Выразительные средства телевидения и радио: учеб. пособие. СПб.: Знание, 2000. 100 с.

*Раскатова Е.Р.* «Формат» в радиовещании как термин и как понятие // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. № 5–6 (40–41). С. 22–28.

- Сухарева В.А. Что такое «формат»? Или искусство массовой кулинарии // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 10. С. 70–74.
- Фомина М.В. Особенности трансформации российского регионального радиовещания в современных условиях: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 28 с.
- Шерель А.А. Радиожурналистика: учебник для высших учебных заведений. М.: Моск. гос. ун-т, 2000. 267 с.

### **References**

- Fomina, M.V. (2012), *Osobennosti transformatsii rossiiskogo regionalnogo radioveshchaniya v sovremennykh usloviyakh* [Features of transformation of the Russian regional radio broadcasting in modern conditions], Author's abstract, Moscow, 28 p. (in Russian)
- Pochkai, E.P. (2000), *Tekhnologiya SMI. Vyrazitelnye sredstva televideniya i radio* [The technology of mass media. Expressive means of TV and radio], textbook, St. Petersburg, Znanie Publ., 100 p. (in Russian)
- Raskatova, E.R. (2011), Format v radioveshchanii kak termin i kak ponyatie [Format in radio broadcasting as a term and as a concept]. *Aktsenty. Novoe v massovoi kommunikatsii* [Accents. New in mass communication], No. 5-6 (40-41), pp. 22-28. (in Russian)
- Sherel, A.A. (2000), *Radiozhurnalistsika* [Radio journalism], textbook, Moscow, Moscow University Publ., 267 p. (in Russian)
- Sukhareva, V.A. (2010), What is Format? Or the Art of Mass Cooking. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*, No. 10, pp. 70-74. (in Russian)

---

## **THE FORMAT OF RADIO STATIONS AND SIGNS OF THE FORMAT RADIO PROGRAM**

**V.A. Egoshkina**

*Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)*

**Abstract:** Radio station must have original content, which will be demanded by the audience, and distinctive features, which can set this radio station from a number of similar, in order to operate successfully. In this regard in the works of a number of researchers becomes relevant the concept of “format”, which allows to reveal the specificity of certain media product. The concept “format” is not fully understood and fully described. In the article it considers approaches to the definition of the term «format», which is relevant for broadcast, presents the classifications of formats of radio stations, highlights signs of format, which allow analyzing radio program.

**Key words:** format, signs of the format, radio journalism, broadcast.

### **For citation:**

Egoshkina, V.A. (2017), The format of radio stations and signs of the format radio program. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 61-68. (in Russian)

***About the author:***

**Egoshkina Violetta Alexandrovna**, Postgraduate student, teacher of the Department of the Journalism and Media Linguistics

***Corresponding author:***

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: v.egoshkina@yandex.ru

***Received:*** April 3, 2017

## НЕЙМИНГ ЦВЕТА В ЯЗЫКЕ МОДЫ

**Л.П. Кравцова**

*Каунасский технологический университет (Каунас, Литва)*

**Аннотация:** Рассматривается определенный фрагмент лексикона моды: цветообозначения, присваиваемые цветам в фэшн-бизнесе Институтом цвета Pantone. Автор стремится найти основания систематизации модных цветов, которая позволила бы воспринимающему этот фрагмент модного словаря сделать заключение о мотивах именовании, их связях между собой, когнитивных процессах, лежащих в основе восприятия цвета, имеющего определенное название. Автор рассматривает три различных подхода к возможной систематизации цвета и останавливается на нейминге цвета. При анализе нейминга было выделено шесть тематических групп, внутри которых названия цвета объединяются по мотивирующему их классу реалий действительности: 1) географические названия, 2) названия растений, 3) названия цветов (цветок), 4) названия камней, 5) собственно цветковые названия, 6) прочие. В статье показано, что восприятие именовании из разных групп связано с различными когнитивными операциями: метонимическими (географические названия) и метафорически возникающими ассоциациями (цветы, камни). Автор сравнивает цветообозначения современной моды с цветообозначениями XVIII–XIX вв. и показывает, что современный нейминг в большей степени мотивирован ориентацией на явления природы (часто экзотической), в то время как именовании цветов прошедших веков мотивировались культурными реалиями и географическими названиями.

**Ключевые слова:** нейминг, прототипическая категория, тематическая группа, метафорические и метонимические переносы ассоциаций.

**Для цитирования:**

*Кравцова Л.П.* Нейминг цвета в языке моды // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 69–86.

**Сведения об авторе:**

**Кравцова Людмила Петровна**, доктор филологических наук, лектор кафедры современных языков и межкультурной коммуникации

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 44244, Литва, Каунас, ул. А. Мицкявичяус, 37

E-mail: shmmf@ktu.lt

**Дата поступления статьи:** 14.02.2017

Данная статья является продолжением темы, затронутой нами в более ранней работе «Мода как лингвокультурологическое явление: картина мира в языке моды». В предыдущей работе мы рассмотрели существительные со значением лица и учреждения, что позволило построить некоторое связанное представление об устройстве фэшн-бизнеса, опираясь на лингвистический инструментарий: установление гиперо- / гипонимических отношений между словами, выявление оппозитивных признаков, по которым слова могут быть противопоставлены друг другу, описание дискурсивно выраженных маркеров ценности явления, происхождение слов, именующих явления из мира моды, с тем чтобы показать ее «географию».

Из 241 понятия, представленного в словаре «Энциклопедии моды» WildBerries.ru (<https://wiki.wildberries.ru/glossary>), проанализированная группа составила седьмую часть номинаций – 34 единицы. При всей важности имен, обозначающих лицо как организующее начало индустрии моды, существует группа, которая численно превосходит данную: так, группа слов со значением цвета представлена более чем 40 наименованиями, которые, будучи по происхождению иноязычными, в большинстве случаев имеют русские переводные эквиваленты, однако это происходит не всегда. Так, рассматриваемый словарь отражал модные цветовые тенденции 2012–2014 гг. Важность цветовой палитры в моде трудно переоценить, поскольку она – наиболее динамично изменяющаяся часть модного антуража: если в 2013 г. самым модным цветом считался изумрудный, то в следующем году – цвет под названием «сияющая орхидея».

Как мы уже писали в предыдущей работе, мода тесно связана с языковой стороной обозначения модных явлений, через сеть слов и создаваемых ими образов мода становится «вызывающей аппетит субстанцией... <...> ...Желания вызывают не вещь, а ее имя... А раз так, то бесчисленные вещи, наполняющие и образующие воображаемое наших дней, оказываются все более в ведении семантики, и лингвистика, при некотором своем развитии, должна обрести второе рождение как наука о всех воображаемых мирах» [Барт 2003: 34]. Таким образом, цель предпринимаемого исследования заключается в вычленении цветовой картины мира как фрагмента «модной картины» современного мира.

Нужно сказать, что изучение цветообозначений, имеющее давнюю традицию прежде всего в лингвокультурологическом аспекте, сегодня стало достаточно популярным применительно к языку рекламы (см., например, обзор в [Печенникова 2006]). Естественно, изучение цветообозначений в сфере моды напрямую относится к рекламе: предлагаемый цвет должен иметь соответствующее имя, чтобы достойно представлять коллекцию в модных журналах.

Как складываются модные тенденции в цветовой палитре одежды и кто определяет их имена? Существует организация, программирующая

доминантную цветовую гамму года – **Институт цвета Pantone** (Pantone Color Institute), «исследовательский центр компании Pantone, занимающийся экспериментальной работой с цветом и его влиянием на различные отрасли (моду, полиграфию, дизайн интерьера, рекламу, кино и пр.). Признан во всем мире как ведущий источник информации о цвете. <...> Ежегодно Институт цвета Pantone проводит исследования, в результате которых компания представляет палитру самых актуальных оттенков предстоящего года, а также главный цвет года. Подобные прогнозы компания делает, основываясь на социальных и культурных изменениях в обществе, а также тенденциях использования того и иного оттенка в различных видах искусства и, в частности, в моде. Цвет года определяется после секретных встреч представителей различных национальных цветочных групп в одной из европейских столиц. Выбор комиссии Pantone публикуется в специальном руководстве Pantone View, которое приобретают дизайнеры, флористы и многие другие ориентированные на потребителя компании. Стоимость руководства составляет 750 долларов» (<https://wiki.wildberries.ru/glossary/институт-цвета-pantone>).

Мы посчитали необходимым включить указание на стоимость «руководства по цвету», чтобы подчеркнуть его ценность для представителей модной индустрии. Таким образом, цвет одежды является в известной степени навязанным предпочтениями определенной группы, что в целом коррелирует с авторитарным характером моды, предписывающей параметры некоторой стандартизации одежды и одновременно разделяющей носителей одежды на тех, кто следует моде или находится вне модных тенденций.

Если мы говорим о том, какая картина модного мира может сложиться у читателя модных энциклопедий и журналов, то должны найти основания систематизации в цветовой палитре языка моды, существенные признаки, на основании которых можно судить о богатстве модной цветовой палитры и о соотношении стоящих за этими названиями денотативных классов цвета.

Обратим внимание на начальный пункт: **базовые цвета** – нейтральные оттенки, которые могут являться основой для создания образа в том или ином стиле. База включает следующие тона: темные (черный, коричневый, синий, серый), светлые (белый, бежевый, серый, кремовый, песочный) и акцентирующие (консервативные оттенки яркой палитры). Отметим в этом определении слова, должны вызвать у лингвиста вопрос о различии их значений: *оттенки* (нейтральные), *тона* и само слово *цвета*. Поскольку приводимые ниже названия элементов цветовой палитры в языке моды будут включать эти слова, то вполне возможно, что одним из признаков систематизации может стать деление по признаку противопоставления цвета и оттенка. Например, **Акаи** (Acai) – «темный фиолетовый *цвет*



с дымчато-пурпурным *подтоном*. Назван по *оттенку* ягод акаи – плодов экзотической пальмы северной Бразилии<sup>1</sup>.

Для такой систематизации, возможно, стоит обратиться к сложной теории хроматологии, использующей понятия тона, яркости и насыщенности. Чем цвет отличается от оттенка? «**Оттенок (tint), тональность (tone), и тень (shade)**: эти термины часто используются неправильно, но они описывают довольно простое понятие в цвете. Главное помнить, насколько цвет отличается от своего начального тона (hue). Если к цвету добавляется белый, эта более светлая разновидность цвета называется "оттенок" (tint). Если цвет делается темнее путем добавления черного, полученный цвет называется "тень" (shade). Если же добавляется серый цвет, каждая градация дает вам различную тональность (tone)» (<http://webmascon.com/topics/colors/9a.asp>).

Нужно сказать, что в описаниях цвета мы не встретили русского эквивалента *shade*, и слово *подтон* остается для нас не до конца ясным, поскольку о подтоне обычно говорят в косметологии: *подтон кожи*. Если довериться статьям в Рунете о цветах, оттенках и подтоне, то *подтон* определяют как преобладающий при создании оттенка. Так, может быть коричневый оттенок с красным или желтым подтоном. При этом цвет, тон и оттенок относятся к словам-синонимам.

Если попытаться классифицировать цветовую палитру мира моды по тому, предлагается ли в качестве доминантного чистый цвет или созданный смешением цветов, т. е. являющийся результатом творчества мастеров палитры, то данные в анализируемом словаре определения позволят сделать вывод о большой работе института Pantone, создающего модные цвета (оттенки цвета) одежды (из 39 определений в 25 присутствует слово *оттенок*). Однако вряд ли этот критерий разграничения может стать определяющим при попытке описания фрагмента «модной» картины мира, поскольку сами определения грешат непоследовательностью, например: **Нектарин** (Nectarine; нектариновый) – «насыщенный **оттенок** оранжевого с коралловым подтоном. Является одним из главных **цветов** весенне-летнего сезона 2013 по версии Института цвета Pantone»; **Глубокий мшисто-зеленый** (Deer Lichen Green; насыщенный мшисто-зеленый, глубокий лишайниковый зеленый, глубокий зеленый лишайник) – «**оттенок** зеленого с многоцветным подтоном (серый, желто-горчичный, коричневый), похожий на цвет лишайника. Является **одним из главных оттенков** осенне-зимнего сезона 2013-2014 по версии Института цвета Pantone».

Естественно, потребители одежды чаще используют в коммуникации слово *цвет*, нежели *оттенок*: *какой цвет моден в этом сезоне?* Тем не менее, возможно, статьи Энциклопедии моды могли бы отличаться большей последовательностью в употреблении цветовых терминов. Ду-

---

<sup>1</sup> Здесь и далее при характеристике цветов цитируется словарь «Энциклопедии моды» WildBerries.ru (<https://wiki.wildberries.ru/glossary>).

мается, что тайны колористики не столь связаны с лингвистикой, сколько названия модных цветов, которые явно отличаются от названий собственно спектральных цветов: здесь не встретишь модного цвета, именуемого *красным* или *зеленым*. Нейминг (именование) создаваемых оттенков, принципы, лежащие в основе процесса номинации модных цветов, и особенности восприятия таких названий – вот возможная стезя лингвиста. О роли цвета в культуре повседневности говорит, в частности, ее обсуждение в рамках программы известного российского историка культуры Ирины Прохоровой «Культура повседневности». По следам этой программы издательство «Новое Литературное Обозрение» провело опрос экспертов об их отношении к определенным цветам, о возможности влияния на восприятие цвета и его символику в разных культурах. Приведем, в частности, ответ историка моды Ксении Гусаровой на вопрос, как мы можем влиять на цвета: «Пожалуй, самый простой способ повлиять на восприятие цвета – назвать его. Экзотично и чувственно звучащие наименования актуальных оттенков являются такой же неотъемлемой частью модного образа, как силуэт и текстура. С другой стороны, цвет легко дискредитировать неприглядным обозначением наподобие “детской неожиданности”. Впрочем, даже этот шуточный термин имеет параллели в истории моды: так, в середине XVIII столетия “неожиданность” августейшего наследника французского престола была увековечена в названии цвета *saca du Dauphin*, в который тут же поспешили облачиться придворные модницы».

Далее, называя своим любимым цвет «Бисмарк в гневе», К. Гусарова поясняет: «Это такой красивый сочный оттенок коричнево-красного. “Железный канцлер” Отто фон Бисмарк, ставший к середине 1860-х гг. знаменитостью европейского масштаба, невольно дал имя широкой палитре модных тонов – от “Бисмарка больного” до “Бисмарка смеющегося”. Франко-прусская война 1870–1871 гг. положила конец повальному увлечению парижанок бисмарковскими цветами, однако их названия сохранились в языке надолго» (<https://snob.ru/selected/entry/102733/page/2>).

Как видим, здесь мода сошлась с политикой и взяла в свой лексикон ее реалии, впрочем, как и патриотически вычеркнула из списка модной палитры все, что было связано с именем неприятеля.

Если обратиться к перечню устаревших названий цветов, то нельзя не обратить внимания на значительное количество имен собственных, ставших названиями или частью названий определенного цвета. Так, кроме Бисмарка в названиях цветов фигурируют имена литературных героев, богов, представителей придворной знати и т. п. Например, *селадоновый цвет* – серо-зеленый, получивший свое название по имени героя французского пасторального романа XVII в. «Астрея» Оноре д'Юрфэ Селадона (пастуха, изнывающего от любви); цвет *Эстерхази* (серебристо-серый) – Википедия соотносит с фамилией древнего венгерского рода Эстерхази, на гербе которого золотой грифон держит в правой передней лапе серебряную

саблю. *Аполлон* – золотой, *Аврора* – устрично-розовый, *Маркиза Помпадур* – оттенок розового (цвет был получен маркизой в процессе работы над севрским фарфором (Rose Pompadour). Многие экзотические названия цветов родились во Франции эпохи рококо и были навеяны духом поиска наслаждений: «Главные темы живописи рококо – изысканная жизнь придворной аристократии, “галантные празднества”, идиллические картины “пастушеской” жизни на фоне первозданной природы, мир сложных любовных интриг и хитроумных аллегорий. Для большинства живописцев рококо Венеры, Дианы, нимфы и амурсы затмевают все остальные божества. В моду входят экзотические названия цветов: “цвет бедра испуганной нимфы” (телесный), “цвет розы, плавающей в молоке” (бледно-розовый), “цвет потерянного времени” (голубой). Четко продуманные, стройные композиции классицизма уступают место изящному и утонченному рисунку» [Французское искусство XVIII века]. Среди устаревших названий мы встретим и *лорд Байрон* (коричневый с рыжеватым оттенком), и *Мария Луиза* (голубой), и *Клеопатра* (пурпурный).

Кроме личных имен в названиях цвета встречаются географические названия – *мексиканский* (голубо-стальной), *Конго* (начищенного медистого золота), цвет *парижской грязи*, цвет *лондонской грязи* и т. п. Чем *парижская грязь* отличается от *лондонской*? Названия цветов часто формировались под влиянием литературных произведений и вовлекались в идеологические войны: «“*Парижской грязи*” цвет – грязно-коричневый цвет. Название – калька с французского boue de Paris. Впервые в России о цвете “парижской грязи” могли узнать из вышедшей в Париже в 1780 работы Л.С. Мерсье “Картины Парижа”, которая пользовалась у читающей публики большим успехом... Этот цвет, модный около двух десятилетий, заслуживает особого внимания не своим экстравагантным названием, а тем, что неоднократно упоминается в литературной полемике начала 19 века, известной как спор о “старом и новом слоге”, начавшийся после публикации А.С. Шишкова “Рассуждение о старом и новом слоге русского языка”... Пишущая и, в известной мере, читающая публика разделилась на “архаистов” (сторонников Шишкова) и “карамзинистов” (последователей Н.М. Карамзина). Итак, писатели-карамзинисты начинают демонстративно использовать навязанные им “архаистами” образы, связанные со сферой моды. Чем это объяснить?» [Чем цвет Бёдра испуганной нимфы... 2014].

Вспомним, что мода готовит общество наиболее безболезненным способом к новациям [Гофман 2004: 164–182]. «Следование моде делалось небезопасным и превращалось в одну из форм оппозиции деспотичному режиму... Французская мода и все с ней связанное (не только форма, но и названия) воспринимались как угроза революционных взрывов, могущих потрясти устои общества, так как следом за нарядами в Россию могли проникнуть и идеи, давшие повод для принципиальных изменений в костюме, последовавших за Великой французской революцией 1789-94.

Среди участников полемики был и издатель журнала “Московский Меркурий” П.И. Макаров – сторонник “карамзинистов”, объявивший отдел мод “точкою зрения своего журнала”... В ответ на критику своих воззрений, которая раздалась со страниц “Московского Меркурия”, Шишков писал: “Французы выкрасят сукна и дадут цветам их названия: мердуа<sup>1</sup>, бу-де-пари и прочее... Как! и все это должно потрясать язык наш?”» [Чем цвет Бёдра испуганной нимфы... 2014].

В отличие от грязно-коричневого цвета *парижской грязи*, цвет *лондонской грязи* соотносился с темно-коричневым цветом. Любопытно, что еще один оттенок коричневого носил весьма непривлекательное название – «цвет рвоты императрицы», что, разумеется, вряд ли способствовало бы его популяризации в рекламе, если бы последняя существовала во времена императрицы, чьи желудочные проблемы дали название цвету.

Можно привести еще одно название цвета, отражающее политические реалии своего времени: цвет *Наваринского пламени с дымом* (или дыма с пламенем) – тёмный оттенок серого, модный цвет сукна, который появился после победы русских над турками в Наваринской бухте в 1827-м. Таким образом, можно сказать, что путешествие по каталогу названий цветов прошлого открывает нам исторические персоналии и реалии, становится путеводителем по географическому пространству, отсылает к литературным персонажам и направлениям искусства.

Согласно классической работе Берлина и Кея, во всех индоевропейских языках действует общий закон цветообозначения, а именно: «существует семь ступеней (стадий) развития цветовой терминологии, отражающих строгую последовательность появления каждого слова. Более поздняя стадия как бы включает в себя все предыдущие. На “самой низкой” стадии, стадии I, в языке есть только два basic-цветообозначения, и это во всех случаях оказываются слова, указывающие на белый и черный цвета. На стадии II к двум цветам добавляется третий – и это всегда слово, обозначающее красный цвет. На стадиях III–V добавляется каждый раз по одному слову из трех – “синий”, “зеленый”, “желтый”. Седьмым словом (стадия VI) всегда бывает “коричневый”, а высшая стадия VII характеризуется появлением сразу четырех – “розовый”, “оранжевый”, “фиолетовый” и “серый”» [Василевич, Кузьмина, Мищенко 2005: 16].

Как показывает культурная практика, существует и такой уровень цветообозначений, когда человек, улавливающий тонкие оттенки цвета, склонен давать им образные наименования, избегая однословных конкретных номинаций с целью придания цвету ассоциативных связей с явлениями культуры и тем самым влияя на восприятие цвета. Интересно, что вычурные, метонимически образованные названия цветов появились

---

<sup>1</sup> «Мердуа» (от *фр. merde d'oil*) – «цвет гусяного помета», желто-зеленый цвет с коричневым отливом.

в эпоху, когда не существовало службы «нейминга», возникновение которой связывают с именем создателя первого рекламного агентства Джеймса Уолтера Томпсона (1841–1928), обратившего внимание на роль имени в продвижении товара. Тем не менее, интуитивно оттенки цвета получали разнообразные наименования, по большей части связанные с явлениями культуры и истории и в меньшей степени – с явлениями природы. Простые, однословные названия заменялись сложными, вызывающими определенные ассоциации, и базовые цвета практически не использовались ни ранее в коммерческих каталогах, ни позднее – на рекламном рынке. Эксперименты, проведенные американскими профессорами Барбарой Е. Кан и Элизабет Г. Миллер, показали, что потребители с большим интересом реагируют на образные, сложные названия, даже если они не очень понятны [Miller, Kahn 2005]. Этому рекламному правилу отвечают и названия цветов и их оттенков, предлагаемых сегодня в мире моды Институтом Pantone.

Если сравнить принципы именования цвета в сезон 2013/14 г. с наименованиями двухвековой давности, то можно отметить движение в сторону меньшей претенциозности и мотивированность имени цвета не культурными и историческими реалиями, а явлениями природы. Говоря о названиях цвета в рекламе, О.И. Кулько использует понятие «тематическая группа» в применении к лексемам, мотивирующим название цвета: тематическая группа «драгоценные камни», тематическая группа «пряности» и т. п. [Кулько 2004].

Попытаемся и мы выделить тематические группы, в рамках которых можно объединить названия цветов.

1. Номинации, включающие **географические названия**:

1. **Синий Монако** (Monaco Blue) – «глубокий оттенок синего цвета. Является одним из главных оттенков сезона весна-лето 2013 по версии Института Pantone». В приведенном описании отметим определение *глубокий*, очевидно, предполагающее наличие антонимического определения, которое может быть использовано, если говорится о более светлых оттенках цвета. Мы не можем говорить о мотиве нейминга данного цвета, но слово *Монако*, обозначающее княжество на Лазурном берегу, безусловно вызывает ассоциации с богатством, красотой, роскошью, синевой моря, на котором белеют роскошные яхты, что должно, как представляется, оказывать влияние на восприятие цвета.

2. **Африканский фиолетовый** (African Violet) – «мягкий фиолетово-лиловый оттенок с дымчатым подтоном». И здесь трудно говорить о причинах подобного наименования фиолетового цвета, поскольку цветовая гамма Африки обычно отражает ее природный колорит: выжженную траву, палящее солнце, непроходимые джунгли. Существует африканский стиль в дизайне помещения, в котором доминируют кирпичный, желтый, коричневый, терракотовый, болотно-зеленый цвета. Но включение этого

слова в название придает цвету ощущение загадочности и связи с жаркой «африканской страстью».

3. **Синий Миконос** (Mykonos Blue; Синие Микены, Миконос синий) – «приглушенный сине-голубой цвет, названный в честь одного из греческих островов». Синий Монако отличается от Синего Миконоса насыщенностью и степенью светлости. Здесь мы как раз имеем антонимические отношения определений: *насыщенный* (цвет *Синий Монако*) и *приглушенный* (*Синий Миконос*) – возникает определенная оппозиция цветов, выраженная на языковом уровне. Для тех, кому известен греческий остров Миконос, известно и то, что он является одним из самых дорогих и модных мест отдыха, привлекающих богему, и прежде всего лиц нетрадиционной сексуальной ориентации. Возможно, название мотивировано именно этой спецификой географического объекта.

II. Номинации, мотивированные названием из области **растительного мира**:

1. **Болиголов** (Hemlock) – «пастельный светло-зеленый цвет с сероватым подтоном, названный в честь хвойного вечнозеленого растения. Вдохновением для этого оттенка зеленого послужили шумные и веселые вечеринки в саду». Название, как видим, мотивировано, более того, указание на источник вдохновения также вызывает ассоциации со счастливой веселой жизнью. Сама же история болиголова, как представляется, не слишком увязывается с представлением о счастливой жизни, поскольку в истории это растение использовалось для получения яда: известен короткометражный фильм под таким названием, комикс и индийский фильм «Общество Болиголова». Так что можно говорить о культурных ассоциациях, придающих воспринимаемому с таким названием цвету известную загадочность.

2. **Глубокий мшисто-зеленый** (Deep Lichen Green; насыщенный мшисто-зеленый, глубокий лишайниковый зеленый, глубокий зеленый лишайник) – «оттенок зеленого с многоцветным подтоном (серый, желтогорчичный, коричневый), похожий на цвет лишайника».

3. **Кайенский перец** (Saunne; Кайен) – «кораллово-красный оттенок с нежным пастельным подтоном, получивший название благодаря острому кайенскому перцу». Очевидно, желающий узнать, что такое «кайенский перец», должен обратиться к словарю, являющемуся, как мы уже писали в более ранней работе, гипертекстом. Поскольку столицей Французской Гвианы – заморского департамента Франции – является город Кайена, то становится понятным происхождение названия: перец доставлялся из порта, находящегося в местах произрастания растения.

4. **Кофейный** – «оттенок средней интенсивности с янтарным подтоном». В толковании появляется слово *подтон*, что значит, что при создании цвета в большом количестве использовался цвет янтаря.

5. **Нектарин** (Nectarine; нектариновый) – «насыщенный оттенок оранжевого с коралловым подтоном». Как и в предыдущих случаях, цвет получает имя по названию фрукта, являющегося природным мутантом персика.

6. **Танжерин Танго** (Tangerine Tango; танжерин, красно-оранжевый, мандариновое танго) – «глубокий апельсиновый цвет, оранжевый с красным оттенком. “Танжерин” – название сорта мандарина с красноватой мякотью». Представим, что мы составляем на основании толкований цветовую категорию с прототипическим цветом *оранжевый* – цвет апельсина. Какой из двух «оранжевых» мы бы поместили ближе к центру категории? Думается, это был бы танжерин, в описание которого входит имя прототипа (*апельсин*), а нектарин занимал бы место за ним, так как описывается как оттенок оранжевого (несмотря на то, что цвет и оттенок нам предлагают трактовать как слова-синонимы). Возможно, хроматическая теория и практика колористики расходятся в терминологии, что затрудняет установление соотношений цветов в рамках цветовой палитры.

7. **Льняной** (Linen; бельевой) – «пудровый бежевый цвет с розовато-жемчужным подтоном». Перед нами еще одно название, производное от названия растения. При этом, скорее, можно говорить не о цветах льна, обычно голубого, фиолетового, красного цвета, а о цвете материи, производимой из волокон льна. Современный льняной цвет является сложным образованием, включающим подтон.

8. **Липовый зеленый** (Linden Green; Зеленая липа) – «бледный оттенок зеленого с примесью желтого и сероватым подтоном». Как мы видим, в рамках цветовой палитры зеленого цвета, или, в терминах когнитивной лингвистики – категории с прототипом «зеленый цвет», – существует градация по насыщенности – бледности / отдаленности от серого – приближенности к нему. Мы вводим понятие прототипической цветовой категории, которое также может быть использована для структурирования цветовой палитры в модной картине мира, особенно в диахроническом аспекте (например, к протипической категории «коричневый» в XVIII в. относились такие рассмотренные ранее цвета, как *цвет Лондонской грязи*, *цвет Парижской грязи*, *лорд Байрон*, *цвет рвоты императрицы* и др., – этой категории, соответственно и таких членов, в современной модной палитре нет).

9. **Нежные побеги** (Tender Shoots; травяной зеленый) – «яркий желто-зеленый цвет. Напоминает оттенок первой весенней листвы». Цветовая категория с прототипом «зеленый» сегодня вообще является достаточно обширной в моде. Отметим образность данного названия, требующего более точного толкования – как представляется, можно было обозначить цвет составным названием *яркий желто-зеленый*, однако имя *нежные побеги*, как говорилось выше, меняет восприятие цвета, вызывая ассоциации с молодостью, свежестью, весной.

10. **Лимонная цедра** (Lemon Zest; цедра лимона) – «яркий сочный желтый цвет с легким зеленоватым подтоном». Здесь мы имеем отсылку к плодам цитрусовых растений, однако перед нами не просто лимонный цвет, а более сложный, создание которого указывается в описании: добавление зеленого цвета.

11. **Мятный цвет** – «общее название оттенков, образованных сочетанием нежно-голубого и изумрудного тонов. Не имеет отношения к настоящему цветку листьев или цветков мяты. К мятному цвету относятся легкие и прохладные оттенки ментола, светлой бирюзы, мятного и фисташкового мороженого, морской пены и пр.» Очевидно, здесь должна иметь место синестезия при восприятии названия: вкусовые качества продуктов с цветом мяты переносятся на сам цвет: как известно, нежный аромат и вкус мяты пользовались популярностью еще в древности – ею улучшали воздух в жилых помещениях, натирали полы, знатные мужи носили на голове мятный венок, поскольку считалось, что мята освежала ум.

12. **Акаи** (Acai) – «темный фиолетовый цвет с дымчато-пурпурным подтоном. Назван по оттенку ягод акаи – плодов экзотической пальмы северной Бразилии».

III. Отдельную группу составляют номинации, мотивированные «цветочными названиями»:

1. **Красный мак** (Poppy Red) – «насыщенный цветочный оттенок красного». Включение слова *оттенок* побуждает нас думать о конструировании цвета соответствующими специалистами. Здесь нет слова *подтон*, которое бы указывало на использование другого цвета. Поскольку в одном случае мы встретили определение *глубокий (оттенок)*, а в другом – *насыщенный*, уточним соотношение в значении этих определений применительно к слову цвет / оттенок. В теории цвета насыщенность определяется степенью отличия от серого (ахроматического) цвета, т. е. *насыщенный цвет* – это яркий, сочный, густой, интенсивный, сильный, глубокий [Словарь синонимов]. Таким образом, будем считать *насыщенный* и *глубокий* (оттенок) синонимами.

2. **Лавандовый цвет** – «свежий, спокойный цвет, получивший свое название от лаванды, средиземноморского растения семейства губоцветных. Также его часто называют лиловым, который является смесью голубого и розового цветов. Лавандовый цвет схож с глицинией, гелиотропом, аметистовым, фиолетовым, сиреневым, пурпурным оттенками».

3. **Фиолетовый тюльпан** (Violet Tulip) – «благородный оттенок сиреневого цвета с подтонами лаванды и серого жемчуга. Вдохновением для создания оттенка Violet Tulip послужило поклонение абсолютной женственности и силе женского духа». Почему фиолетовый тюльпан избран на роль выразителя поклонения силе женского духа? Возможно, здесь играет роль символическое значение этого цветка и цвета: «...данные цветы в средние века являлись символом высокого статуса человека или выра-



жали его принадлежность к королевской семье. В то время иметь на предмете одежды цветов фиолетового тюльпана было настоящим шиком, так как луковицы этих растений обходились покупателю в крупную сумму... Если символом верности являются сиреневые тюльпаны, фиолетовые выразят глубокое почтение и преданность» (<http://fb.ru/article/181839/tyulpanyi-fioletovyye---chto-oznachayut-buket-fioletovyih-tyulpanov-kak-simvol-vernosti>). Фиолетовый цвет ассоциируется с благородством, изысканностью, смелостью. Приведем пример ассоциаций с фиолетовым цветом, данный пользователем одной из социальных сетей: *Фиолетовый. Он словно благородство, такое спокойное и одновременно насыщенное. Такое поразительно красивое, желанное многими и одновременно мало кому доступное; Фиолетовый. Он немного отдаёт северным сиянием. Вот это я не могу пояснить. У меня такое ощущение, хоть я и не видела в живую этого чудного явления природы. Но оно пугающее, оно очень странное, оно затягивающе-волнительное. Вот и фиолетовый такой* (<http://www.bolshoyvopros.ru/questions/1251001-fioletovyj-cvet-s-chem-u-vas-associiruetsja-fioletovyj-cvet.html>). Думается, что название цвета «фиолетовый тюльпан» соединяет прелесть цветка любви и загадочность цвета роскоши, что делает его привлекательным для модных дизайнеров их клиентов.

4. **Фрезия** (Freesia) – «янтарно-желтый цвет с легким горчичным подтоном. Вдохновением для оттенка Freesia послужили женская сила и элегантность». Фрезия – «яркая аристократка из Южной Африки». Таково название одного из сайтов о фрезиях (<http://www.remontbp.com/frezija-jarkaja-aristokratka-iz-juzhnoj-afriki/>). Эта «аристократка» имеет широкий цветовой спектр – белый, голубой, желтый, красный. В качестве цвета сезона, как видим, избран янтарно-желтый цвет. Что может побуждать к выбору такого названия для оттенка желтого цвета? Очевидно, в первую очередь имеет значение издаваемый цветком тонкий изысканный аромат, благодаря чему им заинтересовались парфюмеры. С этим цветком связывается молодость и нежность, хрупкость и, одновременно, сила: «Фрезия считается растением, дарующим юность. Экстракт из ее лепестков добавляют в кремы, а ванны с отваром из лепестков обладают омолаживающим эффектом. На Востоке есть поверье: если посадить фрезиию на убывающей Луне и она приживется, то, пока она цветет, хозяйка будет молодеть» (<http://mlady.net/magiia/magiia-rastenii/mnogogrannaia-krasota-frezii>). Разумеется, из двух названий – *янтарно-желтый* и *фрезия* – более притягательным является второе, возбуждающее пучок ассоциаций и зрительных образов.

5. **Оранжевая целозия** (Celosia Orange) – «оттенок оранжевого цвета с коралловым подтоном, названный в честь цветка целозии из семейства амарантовых, который растет в Мексике и Азии... Вдохновением для создания насыщенного оранжевого оттенка послужил дух французской Ривьеры: гламурный, веселый и творческий». «Название целозии проис-

ходит от греческого слова *kelos* (“горящий”, “пылающий”), что объясняется яркой окраской и формой соцветий, похожей на языки пламени. Бархатистые экзотические соцветия разнообразных целозий прекрасно смотрятся в самых изысканных цветочных композициях, расцвечивая наши сады» (<http://www.botanichka.ru/blog/2010/04/07/celosia/>).

6. **Сияющая Орхидея** (Radiant Orchid) – «главный цвет 2014 года по версии Института цвета Pantone. Этот оттенок образован смешением фуксии, пурпурного и розового». По словам исполнительного директора Института цвета Pantone, этот цвет пришел на смену изумрудному как главному цвету 2013 г., который будит воображение и привлекает внимание. Сияющая орхидея внушает доверие, излучает любовь и радость, стимулируя творчество и оригинальность. Как мы видим, цвет наделяется определенной функцией и рассматривается с точки зрения его воздействия на психику.

Очевидно, говоря о когнитивных процессах, связанных с неймингом цвета в анализируемой ситуации, нужно отметить метафорический характер этих процессов – цвет ткани наделяется свойствами растений (цветов, травы, деревьев), способных вызывать соответствующие ассоциации. Если имя присваивается цвету по некоему географическому названию (*Синий Монако*), то, скорее всего, имеют место метонимические процессы в мышлении: часть свойств, связанных с используемым топонимом (ассоциации), переносится на восприятие цвета: *африканский фиолетовый* может рождать представление о яркости и страстности, типичных для природы и характера обитателей африканского континента, *Синий Монако* – о роскоши и респектабельности носителя цвета.

IV. Те же процессы происходят при создании цвета, уподобляемого цвету **драгоценных и полудрагоценных камней** – эту группу составляют два члена: **серый нефрит** – «приглушенный пастельный оттенок зеленого с сероватым подтоном»; **изумрудный** – «насыщенный драгоценный оттенок зеленого цвета».

#### V. Собственно цветковые номинации:

1. **Живительный розовый** (Vivacious) – «чуть приглушенный яркий розово-карминовый оттенок с тонким дымчатым подтоном».

2. **Ослепительный синий** (Dazzling Blue) – «глубокий насыщенный лазурно-синий оттенок... Вдохновением для создания ослепительного синего послужили племенные культуры стран Африки, Карибского бассейна и Южной Америки».

3. **Пастельный оттенок** – «мягкий оттенок, полученный путем разбавления чистого тона белым цветом. Гамма пастельных оттенков варьируется от полупрозрачных до достаточно насыщенных».

4. **Спокойный голубой** (Placid Blue; безмятежный голубой) – «небесно-голубой оттенок... Вдохновением для создания цвета Placid Blue послужили женские уверенность в себе и игривость».

5. **Хаки** (Khaki) – «гамма пыльно-землистых (серо-желто-коричневых) оттенков зеленого цвета».

Как мы видим, три названия цвета содержат в себе дополнительные определения, подчеркивающие специфический эффект воздействия цвета. Что же касается названий *пастельный оттенок* и *хаки*, то это обозначения не собственно цветов, а целой цветовой гаммы. Возможно, если бы мы выделяли прототипическую категорию «коричневый», то цвет хаки мог бы войти в нее, однако при наличии прототипа в модной цветовой палитре он оказался бы на периферии категории – но, пожалуй, в современной модной палитре это единственный оттенок, описываемый через слово *коричневый*.

VI. Последней является группа, обозначенная нами как «**прочие**» – в названиях этой группы также очевидна ориентация на природные явления или реалии экзотических стран.

1. **Красная Аврора** (Aurora Red) – «сложный оттенок красного, состоящий из множества подтонов. <...> “Красной Авророй” называется самое редкое Северное сияние, окрашивающее небо во все оттенки этого цвета».

2. **Палома** (Paloma) – «светло-серый нейтральный оттенок, напоминающий цвет летнего неба в сумерках. Название переводится как “голубь” и связано с цветом оперения этой птицы».

3. **Песочный** (Sand) – «приглушенный оттенок средней интенсивности с легким кофейно-горчичным подтоном, напоминающий слегка влажный песок на пляже после летнего дождя. Вдохновением для этого цвета послужили ранние летние цветы в Японии, особенно гортензии».

4. **Самба** (Samba) – «насыщенный вишнево-красный оттенок». Самба – народный бразильский танец экспрессивного характера с энергичными движениями бедер и частой сменой позиций танцующих. Очевидно, экспрессия и страсть, связанные с самбой, метонимически должны рождать ассоциации, отсылающие к любви, солнцу, карнавалу, эротике.

5. **Сангрия** (Sangria) – «яркий винно-красный оттенок с легким холодным оранжевым подтоном. Назван в честь традиционного для Южной Испании напитка из нагретого на солнце виноградного вина с апельсиновым соком». Из приведенных описаний трудно представить различие денотатов *самбы* и *сангрии* как цветов – *насыщенный* и *яркий* являются синонимами, как было показано выше, а «холодный оранжевый» представляется оксюмороном, если учесть, что оранжевый цвет – единственный, не имеющий холодных оттенков. Возможно, перевод на русский язык анализируемой «Энциклопедия моды» грешит некоторой непоследовательностью, затрудняющей представление о цвете.

6. **Сиреневый туман** (Mauve Mist) – «нежный сиреневый оттенок с молочным подтоном».

И в этой группе, как и в более обширных тематических группах, рассмотренных выше, заметна ориентация на цвета экзотических стран и вызываемые последними ассоциации.

**Выводы.** В ходе описания цветовой палитры в «модной» картине мира 2013–2014 гг. возникла проблема выбора критерия для представления об отражаемой цветовой реальности в модном дискурсе определенного периода. Возможными представлялись несколько подходов:

1. Использование в современной колористике чистых цветов (тонов) или смешанных с другими цветами. На лингвистическом уровне была сделана попытка разграничить понятия цвета, оттенка, подтона. Эта попытка не увенчалась успехом, поскольку статьи в «Энциклопедии моды» оказывались непоследовательными в использовании названных терминов. Однако на этом уровне мы выявили возможные синонимические (*глубокий – насыщенный – яркий*) и антонимические отношения между оттенками цвета в рамках цветовой категории (*насыщенный – приглушенный / насыщенный – бледный*). Тем не менее описание цветовой палитры на основе критерия чистоты цвета показало, что современный фэшн-бизнес проводит большую работу по созданию разнообразных новых оттенков цветов.

2. Описание цветовой палитры возможно на основе понятия «прототипическая категория», где прототипом является чистый спектральный цвет: например, категория с прототипом «зеленый». Такое описание позволяет выделить наиболее обширные по количеству членов категории (наиболее популярный цвет-прототип) и открывает возможность сравнения «модных» цветовых категорий в диахроническом аспекте. К сожалению, в рамках этой работы мы ограничились беглым сравнением категории «коричневый» в «модной» картине XVIII в. и современной модной палитре. Была сделана попытка структурировать категорию с прототипом «зеленый» на основании признаков «интенсивность – бледность / близость к серому (ахроматическому) – отдаленность от него». Подобная классификация денотатов модных цветов требует скрупулезного знания теории цвета, что в целом может дать интересные результаты для работ по различению цветов представителями разных культур (например, известно, что японцы различают гораздо больше оттенков цвета, чем европейцы – соответственно, и названий цвета в японском языке значительно больше).

3. Исследование нейминга модных цветов, в результате чего было выделено шесть тематических групп, внутри которых названия цветов объединяются по мотивирующему их классу реалий действительности: 1) географические названия, 2) названия растений, 3) названия цветов (цветок), 4) названия камней, 5) собственно цветковые названия, 6) прочие. Наиболее многочисленной группой оказалась вторая – из 34 проанализированных названий 12 относятся к данной группе. Мы отметили так-

же склонность современной колористики к ориентации на экзотические реалии: растения, цветы, элементы культуры и т. п.

Известный интерес, на наш взгляд, представляет вывод о характере когнитивных процессов, имеющих место при назывании и восприятии цвета. Если название связано с географическим объектом (*Синий Монако*) или реалией культуры (*самба*), срабатывает метонимический механизм восприятия цвета: ассоциации, связанные с денотатом названия, переносятся на цвет (роскошь Монако). При ориентации названия на явления природы работает метафорический механизм: цвет уподобляется цвету обозначенного в названии явления (фиолетовый тюльпан) с одновременным приписыванием цвету свойств мотивирующего денотата.

Таким образом, ведущим критерием для воссоздания фрагмента модной картины мира мы избрали **нейминг** цвета, что позволило соединить анализ когнитивных механизмов деятельности современных колористов и риторический эффект названий, имеющий место при восприятии цвета.

### *Список литературы*

- Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
- Василевич А.П., Кузнецова С.Н., Мищенко С.С.* Цвет и названия цвета в русском языке. М.: КомКнига, 2005. 216 с.
- Гофман А.Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 3-е изд. СПб.: Питер, 2004. 208 с.
- Кулько О.И.* Колоративы и обозначения цвета в рекламе // Русская и сопоставительная филология: состояние и перспективы: Международная научная конференция, посвященная 200-летию Казанского университета (Казань, 4–6 октября 2004 г.): труды и материалы / под общ. ред. К.Р. Галиуллина. Казань: Изд-во Каз. ун-та, 2004. С. 224–225.
- Печенникова Л.В.* Цветообозначения в рекламном дискурсе: на материале англо-американской и российской рекламы предметов быта: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2006. 264 с.
- Словарь синонимов. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_synonims/87773](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/87773) (дата обращения: 04.12.2016).
- Стефанов С.И.* Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника. М.: Геллапринт, 2004. 320 с.
- Французское искусство XVIII века. URL: [http://studopedia.ru/11\\_204938\\_frantsuzskoe-iskusstvo-XVIII-veka.html](http://studopedia.ru/11_204938_frantsuzskoe-iskusstvo-XVIII-veka.html) (дата обращения: 08.12.2016).
- Чем цвет Бёдра испуганной нимфы отличается от цвета Адского пламени, или какие бывают цвета (ч. 8) // Культура и искусство. 2014. 25 ноября. URL: [http://www.cult-and-art.net/society/110128chem\\_cveta\\_byodra\\_ispugannoj\\_nimfy\\_otlichaetsja\\_ot\\_cveta\\_adского\\_plameni\\_ili\\_kakie\\_byvajut\\_cveta\\_chast\\_8](http://www.cult-and-art.net/society/110128chem_cveta_byodra_ispugannoj_nimfy_otlichaetsja_ot_cveta_adского_plameni_ili_kakie_byvajut_cveta_chast_8) (дата обращения: 01.12.2016).
- Miller E.G., Kahn B.E.* Shades of Meaning: The Effect of Color and Flavor Names on Consumer Choice // *Journal of Consumer Research*. 2005. Vol. 32(1). P. 86–92.

**References**

- Barthes, R. (2003), *Le système de la mode*, Articles on the semiotics of culture, Moscow, 512 p. (in Russian)
- (2014), Chem tsvet “Byodra ispugannoi nimfy” otlichaetsya ot tsveta “Adskogo plameni”, ili kakie byvayut tsveta [What “Hips of the Scared Nymph” color differs in from color of “An infernal flame”, or what colors happen], pt. 8. *Kul'tura i iskusstvo* [Culture and art], November 25, available at: [http://www.cult-and-art.net/society/110128chem\\_cveta\\_byodra\\_ispugannoj\\_nimfy\\_otlichaetsja\\_ot\\_cvet\\_a\\_adskogo\\_plameni\\_ili\\_kakie\\_byvajut\\_cveta\\_\\_chast\\_8](http://www.cult-and-art.net/society/110128chem_cveta_byodra_ispugannoj_nimfy_otlichaetsja_ot_cvet_a_adskogo_plameni_ili_kakie_byvajut_cveta__chast_8) (access date: December 01, 2016). (in Russian)
- Dictionary of synonyms*, available at: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_synonims/87773](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/87773) (access date: December 04, 2016). (in Russian)
- French art of the 18th century*, available at: [http://studopedia.ru/11\\_204938\\_frantsuzskoe-iskusstvo-XVIII-veka.html](http://studopedia.ru/11_204938_frantsuzskoe-iskusstvo-XVIII-veka.html) (access date: December 08, 2016). (in Russian)
- Gofman, A.B. (2004), *Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and people. New fashion theory and fashion behavior], 3rd ed., St. Petersburg, Piter Publ., 208 p. (in Russian)
- Kulko, O.I. (2004), Kolorativy i oboznacheniya tsveta v reklame [Colorative and designation of color in advertising]. Galiullin, K.R. (Ed.) *Russkaya i sopostavitel'naya filologiya: sostoyanie i perspektivy* [Russian and Comparative Philology: Status and Prospects], Proceedings and materials of International scientific conference dedicated to 200th anniversary of Kazan University (Kazan, October 4-6, 2004), Kazan, KSU Publ., pp. 224-225. (in Russian)
- Miller, E.G., Kahn, B.E., (2005), Shades of Meaning: The Effect of Color and Flavor Names on Consumer Choice. *Journal of Consumer Research*, Vol. 32(1), pp. 86-92.
- Pechennikova, L.V. (2006), *Tsvetooboznacheniya v reklamnom diskurse: na materiale anglo-amerikanskoi i rossiiskoi reklamy predmetov byta* [Color terms in the advertising discourse: On a material of Anglo-American and Russian advertising of everyday items], Dissertation, Saratov, 264 p. (in Russian)
- Stefanov, S.I. (2004), *Reklama i poligrafiya* [Printing & Publishing], the experience of the dictionary-reference book, Moscow, Gella-print Publ., 320 p. (in Russian)
- Vasilevich, A.P., Kuznetsova, S.N., Mishchenko, S.S. (2005), *Tsvet i nazvaniya tsveta v rusском yazyke* [Color and color name in the Russian language], Moscow, KomKniga Publ., 216 p. (in Russian)

---

**NAMING OF COLOR IN THE LANGUAGE OF FASHION****L.P. Kravcova***Kaunas University of Technology (Kaunas, Lithuania)*

**Abstract:** This article examines a specific part of the lexicon of fashion: color terms, assign to a color in the fashion business by Pantone Color Institute. The author seeks to find a reason of fashionable colors systematization, which would allow to draw conclusions about the motives in naming, their relationships between each other, cognitive processes, which are the basis of color perception, that has

a specific name. The author examines three different approaches to the systematization of possible colors and stops at the color naming. In the analysis of naming six thematic groups has been allocated, within each group color names are united by motivating class of things of reality: 1) geographical names, 2) names of plants, 3) names of flowers (flower), 4) names of stones, 5) the actual color name, 6) other. The article shows that the perception of the naming of the various groups is associated with various cognitive operations: metonymic (geographical names) and metaphorically appeared associations (flowers, stones). The author compares the color terms of contemporary fashion with color terms in 18-19 centuries and it shows that the modern naming largely motivated by focusing on natural phenomena (often exotic), while naming the colors of past centuries were motivated by cultural realities and the geographical names.

**Key words:** naming, prototypical category, thematic group, metaphoric and metonymic transfer of associations.

**For citation:**

Kravcova, L.P. (2017), Naming of color in the language of fashion. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 69-86. (in Russian)

**About the author:**

**Kravcova Liudmila Petrovna**, Prof., Lector of the Department of Modern Languages and Intercultural Communication

**Corresponding author:**

Postal address: 37, A. Mickevičiaus str., Kaunas, 44244, Lithuania

E-mail: shmmf@ktu.lt

**Received:** February 14, 2017

Раздел III

---

**КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА**







Part III

---

**COMMUNICATIVE DIDACTICS**

**COMMUNICATIVE APPROACH IN TEACHING RUSSIAN  
AS A FOREIGN LANGUAGE: NEW RESOURCES, NEW ACTIVITIES**

**E.M. Baeva**

*St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)*

**Abstract:** Communicative language teaching is perhaps the most popular approach to foreign languages. It usually prioritizes fluency over accuracy and it is therefore vital to obtain and design study materials which will closely resemble real life communicative situations. A spoken speech corpus could be an excellent source of this kind of materials, and the article speculates on the benefits that a corpus-based approach may bring to teaching Russian as a foreign language. As an example, the author uses the corpus of authentic spontaneous Russian spoken speech (One Speaker's Day) which has been created in St. Petersburg, with the writer's contribution. The article briefly outlines the history of creation and the main features of the spoken speech corpus, and then regards some possible implementations of the corpus data in a classroom. The author focuses on several phonetical, lexical, sociolinguistic, discursive and communicative characteristics of the data assembled and annotated in the corpus. Since the data exists in both audiorecording and transcribed texts, it can provide an invaluable foundation for fluency practice activities in a foreign classroom, with some examples suggested in the article.

**Key words:** methodology of teaching foreign languages, Russian as a foreign language, corpus-based approach, communicative approach / communicative language teaching, study materials.

**For citation:**

Baeva, E.M. (2017), Communicative approach in teaching Russian as a foreign language: new resources, new activities. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 89-95.

**About the author:**

**Baeva Ekaterina Mikhailovna**, Dr., Associate Professor of the English department

**Corresponding author:**

Postal address: 11, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russia

E-mail: e.baeva@spbu.ru

**Received:** April 28, 2017

Communicative language teaching (CLT) can be defined as a “meaning-based, learner-centered approach to L2 teaching where fluency is given priority over accuracy and the emphasis is on the comprehension and production of messages, not the teaching or correction of language form” [Spada 2007: 272].

Since the language classroom is intended as a preparation for survival in the real world and since real communication is a defining characteristic of CLT, the relationship between classroom activities and real life is one of the key CLT issues. It has been debatable how far classroom activities should mirror the real world and use “authentic” sources. While the majority of language instructors and theorists have argued in favor of authenticity [Richards 2006], some claim that authentic materials are a burden to the teacher, because they are not calibrated, not built around a graded syllabus and often contain difficult and irrelevant language [Widdowson 1990: 128]. Challenging as it may seem, it is however a key objective of a language teacher to find modern, up-to-date and communicatively oriented materials for classroom activities which will provide the students with experience close to real life.

Every day a person interacts with those around them in a variety of communicative situations. The teacher’s goal should be introducing the learners to these situations so that they will be able to process, understand and produce any kind of spoken speech appropriate for the situation. It is not a secret that the Russian audioscripts recorded in a studio by professionals are dramatically different from the speech we hear in real life, that is why it is all the more important to implement new language resources. One of the resources is the corpus of everyday Russian spoken speech One Speaker’s Day (ORD, abbreviated from the Russian *Один Реchevoj Den*) [Bogdanova-Beglarian 2014].

This spoken Russian corpus is a unique source of information for Russian language learners, teachers and researchers. It has been designed and assembled in St Petersburg. In terms of socio- and psycholinguistics, the corpus is well-balanced and provides information not only about the language, but of its speakers. The initial goal of the language researchers working of the corpus was to observe and describe spoken speech of a contemporary Russian city, bearing in mind the needs of integral speech modeling, but since then the project has expanded into a vast linguistic study of the spoken Russian language on many linguistic levels. In addition to that, the prospective advances of using corpus-based approach in teaching Russian as a foreign language has already been mentioned when talking about innovative lexicographical speech projects [Bogdanova-Beglarian 2015a].

Where does the ORD corpus data come from? There are more than a hundred volunteer speakers, with their interlocutors approximately 1000, whose speech has been recorded. The volunteers, carefully preselected by the researchers, spend a day wearing a portable audio recorder and a microphone. All their conversations are being recorded and then transcribed as a text in standard spelling, apart from some phonetically relevant different cases. The

texts are divided and subdivided into macro and micro communicative episodes, and there is also sociological survey and a couple of psychological tests for the participants to fill in. The survey has been specifically designed for this project and it contains information valuable for the ones interested in sociolinguistic studies.

Let us explore several benefits of spoken speech corpus resources in communicative teaching Russian as a foreign language and how to implement them in a classroom.

### ***Phonetical level***

**Resources:** The ORD corpus contains more than a thousand hours of spoken speech. It has been spoken by men and women, children and adults, highly educated academics and people of menial professions with only secondary school education. There is a tremendous variety of voices, accents, pronunciation types and styles, connected speech, spontaneous speech, prewritten speech etc. which make it an invaluable recourse of teaching real-life phonetics, crucial for foreigners. Unfortunately, foreign students who find themselves in the vortex of Russian speech interactions are often unprepared to the fact that the language sounds so terribly different from what they have gathered in their textbooks. One of the biggest stumbling points for learners are the so called *allegro* forms – the reduced, or compressed colloquial forms of Russian words. Among the reasons of their occurrence is speech rate, which is spontaneous spoken speech tends to be rather high, producing extra difficulties for the students. However, studies show that the words most affected by spontaneous reduction are those highly frequent [Bybee 2003; Palshina 2012]. Moreover, reduced forms are rather widespread in certain common communicative situations (e.g., when greeting someone or saying good-bye) and it is therefore essential to learn to distinguish them and to pronounce them correctly. The ORD corpus provides sufficient resources for this purpose, and it particularly useful, taking into account the number of different speakers and communicative scenarios being defined by the researchers. Among the words with the highest frequency in colloquial speech noted in ORD are *buit* (budet, will be), *cho* (chto, what), *vasche* (voobsche, in general), *gryu* (govoryu, I say), *shas* (sejchas, now), *zdrasti* (zdravstvujte, hello), *psiba* (spasibo; thank you) and so on [Palshina 2013].

**What you can do with them:** Preteach/ elicit reduced word forms. Listen to some conversations and make students write down what they hear, in transcription, not in spelling. Emphasize the context and the situation when these compressed forms occur. Make students reenact the dialogues, then compose their own, using the key vocabulary in reduced forms, aiming at the most connected speech.

### ***Lexical level***

**Resources:** Balanced on different social levels, ORD features broad and most particular vocabulary, in both formal and informal registers, with ob-

scene and rare words, with slang, professional jargons and colloquial word formation. Studying example from everyday Russian spontaneous speech may be conducive to understanding how a certain social group talks; for example, there are very curious examples in contemporary speech of noun building with the suffix *-ov-/-ev-* + neutral ending *o*, such as in slang words *gonevo* (something untrue), *razvodilovo* (something intended to trick) etc. [Bogdanova-Beglaryan 2015b]. These examples certainly cannot be found in traditional textbooks, however modern they might be, but are likely to be heard in real life, so the learner should be prepared, in order not to be trapped in an awkward situation.

What you can do with them: Make a glossary of useful vocabulary, depending on a situation and a social group. Ask the students to make a glossary of colloquial forms and try to define them. Reenact the dialogues heard on tape. Find examples of situational dialogues in textbooks, newspapers, fiction etc. and rewrite them using more colloquial words; while reading them out loud, pay attention to pronunciation, keep it simplified, as it is meant to be in connected spoken speech. "Translate" the colloquial speech into a more standard one. Concentrate your students' attention on speakers' social roles and statuses; ask them what language would be appropriate while talking to your peers, your seniors, and so on.

### ***Sociolinguistic level***

Resources: There is a multilevel classification of all ORD speaker groups based on their social characteristics, such as gender, age, education, social status, profession etc. [Baeva 2014]. For instance, there are five groups of speakers according to gender, several groups based on the education criterion, at least ten professional groups, three social status groups, five groups of people based on their place of birth and the longest residence.

The annotated ORD data allows the teacher to create study materials targeted specifically for their learners' needs, encouraging their motivation. This is particularly beneficial in one-to-one studying. For example, a student aiming at doing a degree in Russia may be interested in 'students speak', a businessman looking for business opportunity will benefit from listening to authentic negotiations, an engineer can get new experience when studying professional conversations, and so on. Moreover, students will find that there are many communicative roles for a single person during everyday speech interactions, and they vary due to the circumstances, e.g. in a course of a single day a speaker may be performing a communicative part of a relative, a colleague, a boss, a tutor, a friend and many others. It is rather helpful to explore the differences in speech, diving into social context and linguistic appropriateness, studying register and style.

What you can do with them: Listen to a person performing a part of a "colleague" and then a "boss", a "parent" and then a "child". Elicit/preteach key vocabulary and functional language, discuss other speech marks that help distinguish one social role from another. Make the students practice at length,

possibly in pairs or small groups, changing roles. Social roles is an essential part of everyday communication, you want your learners to be ready for the “real action”.

### ***Communicative and discursive level***

ORD provides excellent material when it comes to studying pragmatic units and discursive marks. One of the most outstanding features of modern Russian speech are the so called pragmatemes, or pragmatic marks, by which we mean spoken units that are neither strictly lexical nor grammatical. These words have partially lost their lexical and grammatical meaning while having gained a range of communicative functions, for example, discourse marks (*zhaesh chto*, you know what?; *vot*, well), approximation marks (*vse dela*, and all that; *pyatoe-desyatoe*, this and that), hesitation marks (*tam*, there; *eto*, this) and many others [Bogdanova-Beglaryan et al. 2016: 76]. These units are very frequent in spoken speech and it is necessary for the learners to be able to process them.

Furthermore, all ORD data has been annotated on the levels of communicative situations, where macro and micro speech episodes are defined. There is also an impressive number of communicative scenarios, such as public presentations, professional conversations, business negotiations, small talk, client vs company dialogues, customer enquiries, conversations with service providers, etc. Those situational dialogues are invaluable material for the teachers who favor communicative learning. It is possible to find a suitable conversation to illustrate almost any social interaction, and a series of communicative place tags (such as ‘home’, ‘work’, ‘bank’, ‘university’, ‘transport’, and so on) also provide some extra linguistic context.

What to do with them: anything! You could use situational dialogues when you study a particular lexical topic (e.g., ‘studying’) or a functional language (e.g., asking for information). There is an unlimited number of lexical, grammatical, functional assignments. Study etiquette formulae, syntactic structure; ask the students to scan the audioscript for pragmatic units, decide, whether they help the speaker to convey their ideas or obstruct the understanding.

To conclude, using corpus data in communicative language teaching, in particular when teaching Russian, nowadays seems essential and highly recommended. Spoken corpus data provide unprecedented speech evidence, very useful for those who eventually travel to Russia and interact with native speakers in many different communicative situations, playing different social parts and using a vast range of modern vocabulary and grammar. There are a lot of language learning activities, both individual and group, where corpus material can be successfully implemented, and even an seasoned teacher will find ORD spoken data to their aid.

### ***References***

- Baeva, E.M. (2014), On Means of Sociolinguistic Balancing of a Spoken Corpus (Drawn on one Speaker’s Day). *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, Iss. 4 (28), pp. 48-57. (in Russian)

- Bogdanova-Beglaryan, N.V. (Ed.) (2016), *Russkii yazyk povsednevnogo obshcheniya: osobennosti funktsionirovaniya v raznykh sotsial'nykh gruppakh* [Russian everyday speech: its particularities and use in different social groups], St. Petersburg, 221 p. (in Russian)
- Bogdanova-Beglaryan, N.V. (2015a), Povsednevnyaya rech' kak material dlya prepodavaniya v inostrannoi auditorii: korpusnyi podkhod i rechevaya leksikografiya [Everyday speech as a material for teaching in foreign class: corpus-based approach and speech lexicography]. *Magiya INNO: novoe v issledovanii yazyka i metodike ego prepodavaniya* [The Magic of Innovation: New Dimensions in Linguistics and Foreign Language Teaching], Proceedings of the 2<sup>nd</sup> scientific and practical conference, Vol. 2, section 5-8, Moscow, pp. 44-49. (in Russian)
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (2015b), Not gonevo but linguistic opisalovo of one colloquial word-building pattern (corpus material insight). *Communication Studies*, No. 1 (3), pp. 68-82. (in Russian)
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (Ed.) (2014), *Zvukovoi korpus kak material dlya analiza russkoi rechi* [Speech Corpus as a Base for Analysis of Russian Speech], Collective Monograph, Pt. 2. Vol. 1., St. Petersburg, 396 p. (in Russian)
- Bybee, J. (2003), Mechanisms of Change in Grammaticization: The Role of Frequency. *The Handbook of Historical Linguistics*, Oxford, Blackwell Publ., pp. 602-623.
- Palshina, D.A. (2012), *Redutsirovannyye formy russkoi rechi: istoriya i perspektivy leksikograficheskogo opisaniya* [Reduced Forms in Russian Speech: a History and Perspectives of Lexical Description], Saarbrücken, Palmarium Academic Publ., 147 p. (in Russian)
- Palshina, D.A. (2013), Speech rate as a reason for reduced forms of Russian words in everyday communication. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, Iss. 2 (22), pp. 18-24. (in Russian)
- Richards, J.C. (2006), *Communicative Language Teaching Today*, Cambridge University Press, 50 p.
- Spada, N. (2007), Communicative language teaching. Cummins, J., Davison, Ch. (Eds.) *International handbook of English language teaching*, Springer, pp. 271-288.
- Widdowson, H. (1990), *Aspects of language teaching*, Oxford University Press, 213 p.

---

**КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОДХОД  
В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО:  
НОВЫЕ РЕСУРСЫ, НОВЫЕ ЗАДАНИЯ**

**Е.М. Баева**

*Санкт-Петербургский государственный университет  
(Санкт-Петербург, Россия)*

**Аннотация:** В преподавании иностранных языков в настоящее время наиболее популярен коммуникативный подход. Его идеологи и практики согласны в том, что отдают предпочтение преподаванию беглости речи, а не ее грамматической правильности. Таким образом, особенно важным представляется найти, разработать или адаптировать такие учебно-методические материалы, которые бы максимально продуктивно подготавливали учащихся к ре-

альным жизненным коммуникативным ситуациям. Источником такого материала, по мнению автора, может стать корпус современной устной русской речи «Один речевой день», который уже не один год составляется в Санкт-Петербурге при участии автора. Вкратце описав историю создания и основные характеристики данного речевого корпуса, автор размышляет о возможностях и преимуществах применения корпусного материала в языковой аудитории. В статье разбираются некоторые фонетические, лексические, социолингвистические, дискурсивные и коммуникативные аспекты материала, представленного в аннотированном устном корпусе, которые могут быть с успехом использованы в преподавании русского языка как иностранного, чтобы обеспечить учащимся уникальную коммуникативную практику различных речевых сценариев.

**Ключевые слова:** методика преподавания иностранных языков, русский язык как иностранный, корпусный подход, коммуникативный подход, учебные материалы.

**Для цитирования:**

*Баева Е.М.* Коммуникативный подход в преподавании русского языка как иностранного: новые ресурсы, новые задания // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 89–95. (На англ. яз.).

**Сведения об авторе:**

**Баева Екатерина Михайловна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., 11

E-mail: e.baeva@spbu.ru

**Дата поступления статьи:** 28.04.2017



## **ФЕНОМЕН ГЕЙМИФИКАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

**Н.С. Бредихина**

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)*

**Аннотация:** Рассматривается использование технологий геймификации как современного инструмента продвижения дистанционных образовательных услуг, даны определения геймификации, выделяются ее функции. Автор рассматривает как маркетинговый, так и обучающий потенциал геймификации в данной сфере. Представлены актуальные иллюстрирующие примеры применения игровых механик в продвижении информационного продукта (в том числе образовательных услуг и ресурсов). На примере проекта «Битва» бизнес-сообщества «Бизнес молодость» более подробно рассмотрена организация процесса геймификации и ее преимущества.

**Ключевые слова:** геймификация, дистанционное обучение, геймифицированный курс, игровые механики.

**Для цитирования:**

*Бредихина Н.С. Феномен геймификации в продвижении дистанционных образовательных услуг // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 96–108.*

**Сведения об авторе:**

**Бредихина Наталья Сергеевна**, магистрант кафедры теоретической и прикладной лингвистики

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: fanatali@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 24.03.2017

В современном мире товаров и услуг все большую роль играет формирование **вовлеченности** целевой аудитории в жизнь и философию того или иного бренда. Потребитель покупает не столько сам продукт или услугу, какими бы особыми характеристиками они ни обладали, сколько **новый наиболее интересный и увлекательный опыт**, который с ними связан [Зикерманн, Линдер 2014: 9].

Для создания такого опыта необходима определенная среда, предоставляющая все необходимые условия вовлеченности, живого интереса и, возможно, определенных правил поведения. Нам эта среда знакома с самого детства. Это игра.

Именно игровая форма позволяет создать определенные условия: правила, ограничения, систему поощрений и лишений и т. д., – которые пробуждают азарт, вовлеченность и интерес к происходящему. Такой подход с использованием игровых механик был назван «геймификацией».

В данной статье мы намерены обобщить и несколько расширить уже имеющееся научное и практическое представление о феномене геймификации в продвижении дистанционных образовательных услуг.

### **Определение геймификации**

Феномен геймификации находится в центре внимания современных социологов и культурологов, в связи с чем исследователи пытаются дать его научное определение:

«1. Геймификация – это использование игровых механик и элементов в неигровом контексте...

2. Игрофикация (геймификация от англ. *gamification*, геймизация) – применение подходов, характерных для компьютерных игр, в программных инструментах для неигровых процессов с целью привлечения пользователей и потребителей, повышения их вовлеченности в решение прикладных задач, использование продуктов, услуг...

3. Игрофикация – превращение чего угодно в подобие игры...

4. Геймификация – это набор техник игрового дизайна, игрового мышления и игровой механики для решения неигровых задач.

5. <...> Геймификация – применение игровых элементов и цифровых методов проектирования игр для неигровых задач...» [Алчебаев, Гайдуков 2014: 221].

Систематизировав самые популярные определения геймификации, исследователи М.А. Алчебаев и А.М. Гайдуков предлагают следующее определение: «Геймификация – это комплекс действий, характерных для игр и направленных на изменение какого-либо процесса с определенной целью (провести обучение, увеличить продажи, найти путь в объезд пробок, повысить заинтересованность, изучить новое и т. д.)» [Алчебаев, Гайдуков 2014: 221–222].

Формулировка этого определения подходит для обозначения феномена геймификации в данной статье. Дополним это лишь тем, что изменяется, как правило, именно **неигровой** контекст (процесс), что неоднократно отмечалось в предложенных выше определениях.

Термин «геймификация», впервые использованный в 2002 г. Ником Пеллингом (Nick Pelling), американским программистом и изобретателем, к 2010 г. стал популярным, а сегодня уже «уверенно» звучит во многих областях человеческой деятельности (бизнесе, управлении пер-

соналом, здравоохранении, средствах массовой информации, образовании и др.).

Данная технология позволяет по-новому взглянуть на процессы и принципы позиционирования и продвижения многих видов товаров и услуг, однако в настоящей статье мы наиболее подробно рассмотрим геймификацию в сфере дистанционных образовательных программ, ведь специфика этого информационного продукта неизменно требует усиленной вовлеченности и «осязаемости». Кроме того, сама система дистанционного обучения предполагает постоянное стимулирование вовлеченности. Другими словами, потребность в механизмах геймификации даже после акта «купли-продажи» не ослабевает. Мы также можем наблюдать, как принципы геймификации в продвижении обучения проявляются в самом образовательном процессе. Обучающая игра начинается для потенциального клиента бесплатно, что путем вовлечения приводит к покупке платного образовательного контента и... игра продолжается. Где же заканчивается геймификация в продвижении и начинается геймификация в обучении? Мы остановимся на конкретных примерах и попытаемся найти ответ на этот вопрос позже, а пока опишем потенциал геймификации как современного обучающего и маркетингового инструмента.

#### **Основные аспекты геймификации**

А.Л. Мазелис выделяет следующий перечень аспектов:

- динамика – использование сценариев, требующих внимания пользователя и реакции в реальном времени;
- механика – использование сценарных элементов, характерных для игрового процесса, таких как виртуальные награды, статусы, очки, виртуальные товары;
- эстетика – создание общего игрового впечатления, способствующего эмоциональной вовлеченности;
- социальное взаимодействие – широкий спектр техник, обеспечивающих межпользовательское взаимодействие, характерное для игр [Мазелис 2013: 140].

Данные аспекты проявляют себя в различных сферах применения инструмента геймификации специфично, с учетом особенностей каждой.

Наиболее подробно мы остановимся на описании потенциала геймификации в двух ключевых сферах – бизнесе и образовании.

#### **Потенциал геймификации в бизнесе**

Начнем с описания той сферы, которая одной из первых начала успешно осваивать принципы геймификации. Это бизнес.

Идеологом геймификации в бизнесе принято считать Г. Зикерманна, соавтора книги «Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов», написанной им совместно с Дж. Линдером в 2014 г. Авторы определяют геймификацию в бизнесе следующим образом: «Геймификация – это процесс привлечения аудито-

рии, при котором берется лучшее от программ лояльности, игровых механик и поведенческой экономики» [Зикерманн, Линдер 2014: 6]. В книге авторы более подробно раскрывают заданное триединство.

Остановимся подробнее лишь на определении игровых механик.

*«Игровые механики – это основные элементы игр, которые включают в себя очки, значки (достижения), уровни, таблицы лидеров и награды. Все вместе эти элементы доносят систему мастерства до конечных пользователей – другими словами, они служат указателями на пути, ведущем к “победе”. Используя идеи, которые подстегивают внутреннюю и внешнюю мотивацию, геймификация основывается на поиске – и передаче – развлечений и удовольствия в разнообразных ситуациях»* [Зикерманн, Линдер 2014: 20–21].

Именно об этих принципах пишет А.В. Бурлаченко. Одним из трех основных правил мотивации он указывает «мастерство» (упомянутое в цитате выше), которое характеризует как «желание быть как можно более полезным в окружающем мире: от заключения трудной сделки до обучения танго» [Бурлаченко 2013: 38].

Г. Зикерманн и Дж. Линдер уверены: «Когда правительства, компании и организации всех форм и размеров научатся использовать игровое мышление и механику, они станут успешнее привлекать свою аудиторию, прорываться через шум, стимулировать инновации и в конечном счете увеличат свои доходы» [Зикерманн, Линдер 2014: 33].

### **Потенциал геймификации в образовании**

Исследователь Б.П. Дьяконов останавливается на таких преимуществах геймификации (применительно к образовательному процессу), как аддиктивность, появляющаяся за счет использования баллов, очков, прохождения уровней, страхов потерять уже достигнутый уровень через использование систем штрафов, и минимизация негативных коннотаций с учебным процессом [Дьяконов 2016].

С.А. Титов, описывая дистанционный образовательный процесс, останавливается на схожих преимуществах, обозначая их как когнитивную (связана с позволяющим отслеживать динамику освоения материала повышением или понижением уровня в ходе игры) и эмоциональную (связана со снижением негативной реакции на ошибки в игровом процессе обучения в сравнении с традиционным) составляющие [Титов 2013].

Важно заметить, что не только отечественные исследователи пишут о потенциале геймификации в образовании. Эта проблема активно исследуется и в зарубежной научной литературе (см.: [Lee, Hammer 2011; Muntean 2011; Khaled 2011; Groh 2012]).

Таким образом, на инструмент геймификации возложены большие надежды как в образовании, так и в маркетинге. По причине того, что предмет статьи связан и с тем, и с другим, эти ожидания только возрастают.

**Актуализация потенциала геймификации в современном мире**

Как же ожидаемый потенциал геймификации проявляется в реальности?

Даже такие крупные мировые компании, как Microsoft, Nike, Volkswagen, используют игровые технологии, вовлекая своих клиентов в игры и стимулируя продажи своей продукции [Орлова, Титова 2015].

Что касается сферы информационных, а значит, нематериальных услуг, то производителю постоянно приходится стимулировать интерес аудитории, ведь то, что невозможно осязать, должно компенсировать свою значимость более действенными методами. Даже средства массовой информации (особенно электронный вид СМИ) не обходят тренд геймификации стороной. Одним из самых ярких примеров является проект Meduza (<https://meduza.io>), где формат игры стал уже традиционным. Читателю портала предлагают следующие игры: *Сколько вас таких? Игра «Медузы» на поиск единомышленника; Человек или бот? Тест Медузы и Microsoft о том, что умеют боты; Принцесса или тигр? Пять задач на логику памяти их составителя, математика Рэйманда Смаллиана* и др. Главная особенность – игры всегда тематические и, как правило, актуальны, связаны с недавними резонансными событиями.

**Актуализация потенциала геймификации в образовании**

Что касается непосредственно образовательных информационных услуг, то здесь тоже уже имеются весьма успешные кейсы. Наиболее яркие примеры связаны с ресурсами для изучения иностранных языков: LinguaLeo, Duoligo, Memrise и мн. др. Изучение языка превращается в игру, а бесплатный материал позволяет оценить, насколько данный подход в обучении подходит клиенту. Формируется лояльность и даже приверженность клиента данному ресурсу (или самому бренду), что стимулирует продажу платной подписки или дополнительных включений (Gold или VIP). В таких примерах граница между обучением и маркетингом становится весьма зыбкой. Работает принцип «обучая, продаю», что тоже становится современным трендом.

Помимо данного направления в электронном образовании есть и другие, не менее удачные. Например, Goalbook, который помогает визуализировать цели учащихся и преподавателей и в геймификационной форме показывать их прогресс, Coursera – тоже использует геймифицированный способ передачи серьезной профессиональной, постпрофессиональной информации и курсов для учащихся [Дьяконов 2016: 146], «Универсариум», который применяет игровые технологии весьма сдержанно, однако прохождение курса все же подчиняется некоторым принципам геймификации.

Еще один успешный пример геймификации для школьного образования – портал classcraft.ru, где создатели предлагают учителям сделать свои уроки незабываемыми, превратив их в игру. Именно об этом ресурсе

пишут исследователи: «Учителя с помощью аватаров магов, воинов и целителей усиливают мотивацию учеников осваивать физику, химию, язык и другие предметы» [Орлова, Титова 2015: 61].

В исследованиях встречаются весьма серьезные заявления о том, что за геймификацией будущее всей образовательной системы. Например, Н.А. Зайцева выделяет геймификацию образования и развития среди основных тенденций будущего, проявления которых мы можем наблюдать уже сегодня [Зайцева 2015]. Автор ссылается на доклад «Будущее образования: глобальная повестка», подготовленный Агентством стратегических инициатив, где утверждается, что уже в обозримом будущем «ученики будут получать баллы за успехи в компьютерных сражениях... а формат игры окажется основным от детского сада до Нобелевской премии» [Игра захватывает школу 2015].

### **«Темная сторона» геймификации**

Успешный опыт применения геймификации, однако, омрачен такими формами ее использования, как специфический терроризм в социальных сетях. Не всегда, к сожалению, в Интернете учат хорошему. Родители детей-подростков и правоохранительные органы обеспокоены «вирусной» игрой «Синий кит», где каждому вступившему в интернет-сообщество участнику назначается куратор, дающий определенные задания. Сами задания могут быть невинными: что-то нарисовать, проснуться в 4:20 утра и т. д. Однако последним заданием всегда является суицид. Пусть эта социальная проблема и не имеет прямого отношения к дистанционному образованию, однако она подчеркивает серьезную (и не только созидательную) силу воздействия геймификации на сознание.

Оставим все же острые социальные вопросы в стороне и вернемся к теме, заявленной в заглавии статьи. Мы предлагаем рассмотреть особенности применения инструментария геймификации в продвижении дистанционных образовательных программ на примере игрового проекта «Битва», созданного бизнес-сообществом «Бизнес молодость» (<http://molodost.bz>) в начале 2017 г. (1–14 февраля).

### **О компании «Бизнес молодость»**

Компания «Бизнес молодость» – глобальное сообщество молодых предпринимателей, развивающееся на территории 35 городов России и СНГ, включает в себя множество уникальных обучающих программ, офисов в различных городах, коворкинг-центров и большой штат квалифицированных сотрудников, таких как высококлассные юристы и бухгалтеры, видеооператоры и фотографы. Для персонала и учеников регулярно устраивают совместные поездки и даже рекреационные мероприятия, отдых на территории России или же за рубежом. За годы существования компания наработала огромную сеть связей, включая поставщиков, складские помещения, точки реализации, заинтересованных людей во всех уголках мира.

Как позиционируют себя сами руководители компании, «Бизнес молодость» – «это сообщество молодых предпринимателей, которые пересматривают свои взгляды на жизнь и на ведение бизнеса, в результате достигают своих целей. Клуб позволяет молодым людям найти себя и свою нишу – то дело, которое не только было бы любимым, но и приносило доход. В клубе участники в позитивной и дружной атмосфере постигают навыки предпринимательства. Начинающие предприниматели делаются опытом по созданию бизнеса с нуля. Проходят обучение с опытными наставниками и становятся успешными бизнесменами. На бизнес-тренингах каждый находит для себя что-то новое и интересное, что делает его жизнь лучше» (<http://molodost.bz/bm/>).

На портале FB.ru отмечается практическая направленность всех программ: «Отзывы выпускников говорят о практической направленности курсов, так как они включают в себя множество эффективных обучающих программ, семинаров, тренингов и мастер-классов» (<http://fb.ru/article/173132/biznes-molodost-otzyivy-uchastnikov-i-sotrudnikov>).

Основателями образовательного проекта – компании «Бизнес молодость» – являются два молодых предпринимателя – Михаил Дашкиев и Петр Осипов. Имея опыт работы в разных сферах деятельности (один из них занимался продвижением образовательных программ, а другой был задействован в компании по маркетингу, оказывающей услуги среднему бизнесу) и соответствующее образование, в 2010 г. они приняли решение организовать проект по обучению людей новаторскому подходу к созданию собственного дела. Изначально это была небольшая группа, которую сами основатели называют «кружком анонимных предпринимателей». За первые три года деятельности проекта «Бизнес молодость» количество обучающего персонала выросло до восьмидесяти тренеров и около двухсот рядовых сотрудников.

### **Игровой проект «Битва» как пример применения инструмента геймификации в маркетинговых и образовательных целях**

Проект «Битва», организованный бизнес-сообществом, привлекает внимание своей игровой направленностью. «Бизнес молодость» и ранее создавала игровые проекты с целью привлечения потенциальных клиентов и усиления их вовлеченности. Один из проектов так и назывался «Игра», или «The Game» (он был впервые запущен еще в 2014 г.). Основным смыслом был в создании целей и мотивации их достижения (как в бизнесе, так и в личностном развитии) на 100 дней вперед. Условием участия было ежедневное написание отчета о проделанной работе в заданном направлении. Если участник пропускал хоть один день – он выбывал из игры.

Целью такой игры было достижение сформулированных самим участником целей. В случае проигрыша участнику приходилось выполнять какие-либо неприятные ему действия, заранее описанные им в «Декларации». Участник сам выбирал, какое «наказание» понесет в случае неуда-

чи. Например, подарит свой автомобиль другу или перечислит крупную сумму на счет благотворительной организации. Как видно в примерах, даже проигрыш предпочтителен созидательный. Хотя некоторые выбрали мотивировать себя какими-либо инсценированными постыдными ситуациями, которые будут сняты на видео и выложены в Сеть. Другими словами, создавалась не только «мотивация К», но и «мотивация ОТ». Эта декларация провозглашалась участниками в виде текста или видео в социальных сетях, чтобы еще больше усилить социальное давление.

Задачи игры заключались в освоении практических приемов ведения бизнеса (начиная с выбора ниши, заканчивая способами продвижения и оптимизации бизнес-процессов), их незамедлительном применении без лишних раздумий и прокрастинации, фиксации ежедневных достижений в отчетах в социальных сетях и постоянной мотивации в виде вдохновляющих результатов других участников игры, приглашенных для интервью предпринимателей и мастер-классов самих основателей. Данные задачи осуществлялись посредством организованных в рамках игры прямых трансляций в Интернете. Особенность данных видеоматериалов заключалась в минимуме теории и усиленном эмоциональном воздействии. Сложно оценить такой подход как однозначно правильный, однако стремление именно к быстрым результатам и изменениям в прочем могут его оправдать.

Далее были запущены «Игра 2», «Игра 3: неизбежность» и подобные проекты. Условия участия в них не сильно отличались друг от друга (хотя для третьей игры даже была создана специальная социальная сеть).

Игра «Битва» 2017 г. отличается от своих «предшественников» тем, что представляет собой действительно продуманную и вовлекающую в процесс программу, рассчитанную при этом не на три месяца, а лишь на две недели. В результате данного проекта, по заявлению основателей компании, удалось вовлечь в игру более 100 тысяч человек и серьезно увеличить продажи обучающих программ и популярность сообщества в целом.

Итак, как же происходила «битва»? Само название проекта подразумевает некое противостояние. Действительно, этот проект заставил основателей компании – Михаила Дашкиева и Петра Осипова – поделиться на два «враждебных» лагеря. Такой прием противостояния, кстати, сейчас весьма популярен в маркетинге. Достаточно вспомнить рекламные кампании «Бургер Кинга», где «враждуют» бургеры с говядиной и курицей, или Twix, где потребителю предлагают сравнить левую и правую палочки шоколадного батончика, производители которых конкурируют и поливают их карамелью сверху-вниз и слева-направо, или M&M's, где драже Красный и Желтый постоянно ссорятся и вновь мирятся, и т. д.

Конечно, такое противостояние не воспринимается всерьез, ведь это по-прежнему один и тот же бренд. Однако потребитель вовлекается в это противостояние, так как часто производителем проводятся акции,



побуждающие его путем покупки отдать свой голос или предпочтение одной из сторон.

Так и основатели «Бизнес молодости» предлагают своей целевой аудитории сделать выбор, т. е. принять участие в игре на одной из сторон.

Для того чтобы игра была интересней, каждый основатель становится «вождем» своей «армии». Каждый «полк» и его предводитель обзавелись своей уникальной метафорой, олицетворяющей особенности тактики лидеров. Получается раздельное позиционирование внутри единого процесса – привлечения потенциальных клиентов.

Таким образом, полк Михаила Дашкиева становится армией из культовой фантастической франшизы Star Wars, а полк Петра Осипова – армией Чингисхана. Оба тематических направления постоянно обыгрывались вождями. Например, «армия Чингисхана» делилась на тысячи, сотни и десятки – именно такое деление использовалось и великим завоевателем.

На продающей, или «посадочной», странице (landing-page, или, в терминологии самого сообщества и современных бизнес-технологий в Интернете, просто лендинг) был следующий текст-приглашение: «Полки Петра Осипова и Михаила Дашкиева сразятся в поединке, в ходе которого они прокачают бизнес участников своих полков, одним из которых можете стать вы. Выберите того командира, в чьем полку хотите сразиться».

Сама метафора на данной странице подробно не раскрывалась, однако ключевые навыки каждого вождя были обозначены. Навыки Михаила Дашкиева были следующими: «аналитика, системность, современные технологии и маркетинг». Навыки Петра Осипова представляли собой совсем другое качество: «целеполагание, энергия, философия, идеология».

В условиях участия было заявлено: «Количество участников ограничено. Уже 116726 участников. Медлить не вариант...» Далее описание самой программы: «Вас ждет ежедневный прорыв. Каждый день получите контент и материалы (имеются в виду текстовые и видеоматериалы для обучения и мотивации. – Н. Б.). Выполняйте задачи, продвигайте ваш бизнес. Потратьте заработанные монеты на сотни ценных призов».

Итак, в игре присутствует внутренняя валюта – монеты, которые участники получают, отправляя свои отчеты, заполняя специальные формы в своем личном кабинете онлайн. Заработанную валюту предлагается потратить на курсы «Бизнес молодости», Masbook и личные «разборы» Михаила и Петра (под разборами в терминологии сообщества подразумевается личное консультирование с выявлением сильных и слабых сторон имеющегося бизнеса, а также с рекомендациями относительно дальнейших, наиболее эффективных действий предпринимателя).

Кроме того, в игре предлагается работать в группах: «Вас поддержит ваша группа. Вы будете вместе выполнять практические задания, прокачивая свою личность, цели, упаковку, трафик, продукт. Сможете консуль-

тироваться с более опытными предпринимателями и найдете не только боевых товарищей, но и заказчиков и поставщиков».

После того как участник определяется, на чьей он стороне, он заполняет форму, где указывает свой электронный адрес. Далее на почту приходит письмо с дальнейшей инструкцией. Текст рассылки призван побуждать участника переходить по ссылке в свой личный кабинет, читать и выполнять задания, зарабатывая монеты.

Задания связаны с внедрением новых технологий в продвижении своего бизнеса в социальных сетях, с поиском новых партнеров и помощников, с оптимизацией рабочего процесса и многими другими инструментами и технологиями.

В ходе всей игры велись ежедневные видеотрансляции (до 3 часов) на всех каналах в социальных сетях: «ВКонтакте», Instagram, YouTube и др. На этих трансляциях «полководцы» разбирали проекты своих подопечных, давали советы, рекомендации, мотивировали к дальнейшей работе и делились собственным опытом.

Дополнительно использовались механизмы сетевого маркетинга. В ходе битвы участникам предлагалось приглашать присоединиться к игре своих друзей, за что они тоже получали дополнительные монеты.

В финале битвы по количеству «заработанных» монет был определен победитель – Петр Осипов (5 853 415 монет против 5 617 185 у Михаила Дашкиева), хотя по количеству участников в лидеры вышел Михаил Дашкиев, собравший 61 465 человек (против 57 368 участников у Петра Осипова). Однако в битве предлагалось большое количество номинаций («Самый веселый полк», «Самый активный полк», «Самый масштабный полк» и т. д.), во многих из которых победа оставалась за Михаилом Дашкиевым.

Таким образом, данный масштабный проект очередной раз показал преимущества и обилие возможностей геймификации. Добившись высокой степени вовлеченности и живого интереса аудитории, предложив участникам новый уникальный опыт и даже первые результаты без оплаты, стимулируя и поощряя их активность, компания «Бизнес молодость» получила большое количество лояльных клиентов, желающих не терять причастности к сообществу и приобрести предлагаемые образовательные услуги. Геймифицированные процессы обучения и продвижения сливаются воедино, превращаясь в уникальный современный инструмент на стыке маркетинга и образования.

Сформулированный вывод позволяет дополнить описанные нами современные научные и практические представления о феномене геймификации в продвижении дистанционных образовательных услуг.

**Список литературы**

- Алчебаев М.А., Гайдуков А.М. Геймификация или мистификация? // Мир транспорта. 2014. № 3. С. 220–228.
- Бурлаченко А.В. Почему геймификация работает и три основных правила мотивации // Современные тенденции в экономике и управлении: Новый взгляд. 2013. № 23. С. 36–40.
- Дьяконов Б.П. Геймификация в асинхронном образовательном процессе // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8. № 1-1. С. 143–147.
- Зайцева Н.А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 2 (3). С. 220–236.
- Зикерманн Г., Линдер Дж. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 272 с.
- Игра захватывает школу // Кот Шрёдингера. 2015. № 4 (06). URL: <http://kot.sh/statya/172/igra-zahvatyvaet-shkolu>.
- Мазелис А.Л. Геймификация в электронном обучении // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2013. № 3 (21). С. 139–142.
- Орлова О.В., Титова В.Н. Геймификация как способ организации обучения // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. № 9 (162). С. 60–64.
- Титов С.А. «Геймификация» дистанционного обучения // Cloud of Science. 2013. № 1. С. 21–23. URL: [https://cloudofscience.ru/sites/default/files/pdf/CoS\\_2013\\_1.pdf](https://cloudofscience.ru/sites/default/files/pdf/CoS_2013_1.pdf) (дата обращения: 27.02.2017).
- Groh F.G. Gamification: State of the Art Definition and Utilization // Proceedings of the 4th seminar on Research Trends in Media Informatics (February 14, 2012) / Eds. N. Asaj et al. Ulm University, 2012. P. 39–46. URL: <http://d-nb.info/1020022604/34> (дата обращения: 27.02.2017).
- Khaled R. It's Not Just Whether You Win or Lose: Thoughts on Gamification and Culture // CHI 2011. Vancouver, BC: ACM, 2011. URL: <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/16-Khaled.pdf> (дата обращения: 27.02.2017).
- Lee J.J., Hammer J. Gamification in education: What, how, why bother? // Academic Exchange Quarterly. 2011. Vol. 15(2). P. 146–151.
- Muntean C.I. Raising engagement in e-learning through gamification // Proceedings of 6th International Conference on Virtual Learning ICVL (October 28-29, 2011). Bucharest University Press, 2011. P. 323–329.

**References**

- Alchebaev, M.A., Gaydukov, A.M. (2014), Gamification or mystification? *Mir transporta* [*The world of transport*], No. 3, pp. 220-228. (in Russian)
- Burlachenko, A.V. (2013), Pochemu geimifikatsiya rabotaet i tri osnovnykh pravila motivatsii [Why gamification works and three basic rules of motivation]. *Sovremennye tendentsii v ekonomike i upravlenii: Novyi vzglyad* [*Modern trends in economics and management: A new perspective*], No. 23, pp. 36-40. (in Russian)

- Dyakov, B.P. (2016), Gamification in asynchronous education process. *Historical and social-educational ideas*, Vol. 8, No.1-1, pp. 143-147. (in Russian)
- Groh, F.G. (2012), Gamification: State of the Art Definition and Utilization. Asaj, N. et al. (Eds.) *Proceedings of the 4th seminar on Research Trends in Media Informatics*, February 14, 2012, Ulm University, pp. 39-46, available at: <http://d-nb.info/1020022604/34> (access date: February 27, 2017).
- Khaled, R. (2011), It's Not Just Whether You Win or Lose: Thoughts on Gamification and Culture. *CHI 2011*, Vancouver, BC, ACM, 2011, available at: <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/16-Khaled.pdf> (access date: February 27, 2017).
- (2015), Igra zakhvatyvaet shkolu [Game occupies school]. *Kot Shryodingera [Schrödinger's cat]*, No. 4 (06) , available at: <http://kot.sh/statya/172/igra-zahvatyvaet-shkolu> (access date: February 27, 2017). (in Russian)
- Lee, J.J., Hammer, J. (2011), Gamification in education: What, how, why bother? *Academic Exchange Quarterly*, 2011, Vol. 15(2), pp. 146-151.
- Mazelis, A.L. (2013), Gamification in e-learning. *The Territory of new opportunities. The herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, No. 3 (21), pp. 139-142. (in Russian)
- Muntean, C.I. (2011), Raising engagement in e-learning through gamification. *Proceedings of 6th International Conference on Virtual Learning ICVL*, October 28-29, 2011, Bucharest University Press, 2011, pp. 323-329.
- Orlova, O.V., Titova, V.N. (2015), Gamification as a way of learning organization. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, No. 9 (162), pp. 60-64. (in Russian)
- Titov, S.A. (2013), "Geimifikatsiya" distantsionnogo obucheniya ["Gaimification" of distance learning]. *Cloud of Science*, No. 1, pp. 21-23, available at: [https://cloudofscience.ru/sites/default/files/pdf/CoS\\_2013\\_1.pdf](https://cloudofscience.ru/sites/default/files/pdf/CoS_2013_1.pdf) (access date: February 27, 2017) (in Russian)
- Zaitseva, N. (2015), The theory of generations: are we different or the same? *Russian regions: looking into the future*, No. 2 (3), pp. 220-236. (in Russian)
- Zichermann, G., Linder, J. (2014), *The Gamification Revolution: How Leaders Leverage Game Mechanics to Crush the Competition*, Moscow, Mann, Ivanov i Ferber Publ., 272 p. (in Russian)

---

## PHENOMENON OF GAMIFICATION IN PROMOTING REMOTE EDUCATIONAL SERVICES

**N.S. Bredikhina**

*Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)*

**Abstract:** In this article the author is considering the use of gamification technologies in off-campus training promotion. The author marks definitions and functions of gamification as a marketing and training toolkit. Some examples of applying game mechanics in information product promotion (including educational services promotion) are drawn. Based on the example of "The Battle" of business

community “Biznes molodost” the process of gamification and its advantages are studied in details.

**Key words:** gamification, off-campus training, gamifying course, gaming technology.

**For citation:**

Bredikhina, N.S. (2017), Phenomenon of gamification in promoting remote educational services. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 96-108. (in Russian)

**About the author:**

**Bredikhina Natalia Sergeevna**, Master’s student of the Chair of General and Applied Linguistics

**Corresponding author:**

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: fanatali@mail.ru

**Received:** March 24, 2017

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ГРУППА  
НАИМЕНОВАНИЙ ЛИЦ ПО ПРОФЕССИИ, РОДУ ЗАНЯТИЙ  
В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

**Т.С. Глушкова<sup>1</sup>, Е.В. Сунцова<sup>2</sup>**

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)*

**Аннотация:** Раскрывается ряд дидактических вопросов, связанных с проблемами отбора и организации учебного материала в преподавании русского языка как иностранного. Особое внимание уделяется отбору лексических средств, в частности роли лексико-семантической группы названий лиц по профессии и роду занятий в формировании языковой и речевой компетенции учащихся. Выявляются наиболее важные для иностранных студентов сферы общения. Раскрывается грамматический и культурологический потенциал данной лексико-семантической группы. Проведен анализ ряда учебников по русскому языку как иностранному с целью выявления и описания грамматических моделей, в освоении которых активно используются наименования профессий. Делается вывод о том, что перемены в политической и социальной жизни общества влекут за собой изменения в составе корпуса средств, формирующих лексико-семантические группы названий лиц по профессии и роду занятий, представленных в учебниках по русскому языку как иностранному.

**Ключевые слова:** отбор учебного материала, лексико-семантическая группа, названия лиц по профессии и роду занятий, грамматический и лингвокультурологический потенциал, грамматические модели, учебники по русскому языку как иностранному.

**Для цитирования:**

*Глушкова Т.С., Сунцова Е.В. Лексико-семантическая группа наименований лиц по профессии, роду занятий в обучении русскому языку как иностранному // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 109–119.*

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> Глушкова Татьяна Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики

<sup>2</sup> Сунцова Екатерина Вадимовна, магистрант кафедры теоретической и прикладной лингвистики

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

<sup>1</sup> E-mail: dis555gts@mail.ru

<sup>2</sup> E-mail: katya\_su89@mail.ru

*Дата поступления статьи:* 03.04.2017

Нельзя не согласиться с тем, что содержание обучения является одной из важных методических проблем. Содержание обучения представляет собой совокупность того, что учащийся должен усвоить в процессе обучения, и включает в себя тематические, речевые (набор речевых образцов – стандартных фраз и моделей предложений) и языковые минимумы. В состав языковых минимумов входят наиболее значимые для коммуникации явления фонетики, грамматики и лексики [Капитонова, Московкин 2006]. Вопросы, связанные с отбором и организацией учебного материала, составляют проблематику содержания обучения. По мнению специалистов в области методики преподавания русского языка как иностранного, отбор учебного материала должен быть подчинен принципу коммуникативности. Данный принцип предполагает использование на занятиях только коммуникативно значимого материала [Капитонова, Московкин 2006]. Практика преподавания русского языка как иностранного показала, что для иностранных студентов наиболее важными являются сферы общения, связанные с учебным процессом, профессиональной занятостью, бытовой и культурной адаптацией. Следовательно, изучаемый на занятиях материал должен формировать у студентов такие речевые навыки и умения, которые позволили бы им грамотно выстраивать коммуникацию в этих сферах общения.

Наименования лиц по профессии репрезентируют значимый фрагмент картины мира, характеризуя человека как деятеля, обладателя определенной позиции в обществе и участника трудовых отношений. Большое значение данный пласт лексики имеет в обучении русскому языку как иностранному. Названия профессий необходимы для осуществления коммуникации в рамках ситуаций и тем, актуальных на различных уровнях владения русским языком. Данная лексико-семантическая группа активно используется при презентации различных грамматических моделей, способов словообразования. Необходимо отметить и то, что номинации, обозначающие лиц по профессии, роду их занятий, обладают культурологической значимостью, а также несут в себе страноведческую информацию.

В центре исследования находится грамматический и лингвокультурологический потенциал единиц лексико-семантической группы наименований лиц по профессии, должности, роду занятий в преподавании русского языка как иностранного. Материалом исследования послужил корпус лексических единиц, обозначающих названия профессий, представленных в текстах заданий и упражнений учебников по курсу русского языка как иностранного базового и элементарного уровня («Дорога в Россию – 1» (2012), «Дорога в Россию – 2» (2009), «Русский язык для всех» (1982).

Возвращаясь к проблеме отбора учебного материала, в частности лексического, необходимо отметить, что в методике преподавания русского языка как иностранного выделяют статистические и лингвистические принципы отбора лексики [Гальскова, Гез 2006]. В своем исследовании мы будем придерживаться данных принципов.

Не менее важным, на наш взгляд, является принцип, отражающий культурологическую ценность слова. Данный принцип (применительно к наименованиям лиц по профессии) реализуется в нескольких частных критериях. Согласно критерию невысокой степени терминологизированности, следует включать в учебный материал слова, называющие общеизвестные профессии и сферы деятельности. В соответствии с критерием аксиологической отмеченности лексики, в содержание обучения должны быть включены наименования наиболее значимых профессий и сфер деятельности в различные исторические периоды, а также названия профессий, наиболее престижных в глазах современных россиян. Критерий исторической информативности требует включать в содержание обучения наименования устаревших профессий, имеющих высокую культурную значимость для носителей языка. Согласно критерию новизны и актуальности, следует отбирать названия новых профессий, недавно появившиеся в языке. Критерий инокультурной отмеченности лексики предполагает включение в учебный материал заимствованных наименований профессий. Еще одним критерием, влияющим на отбор лексики, является способность лексических единиц к метафорическому переосмыслению [Ян Лю 2012].

Следует отметить, что критерии, приведенные выше, разработаны для студентов-филологов, изучающих русский язык на продвинутом уровне. Для студентов нефилологического профиля, в особенности на начальном этапе обучения, представляется нецелесообразным включать в учебный материал устаревшую лексику, а также лексику, репрезентирующую метафорические модели. Однако критерии низкой степени терминологизированности, аксиологической отмеченности (в отношении наименований профессий, престижных и значимых в настоящее время), новизны и актуальности являются релевантными при отборе материала для студентов начального этапа обучения.

Несмотря на то, что для отработки грамматической темы используются лексемы, принадлежащие к различным лексико-семантическим и тематическим группам, нам удалось выделить ряд грамматических моделей, при изучении которых наиболее актуальной является лексика, входящая в лексико-семантическую группу (ЛСГ) наименований лиц по профессии, а также модели, при объяснении которых данная ЛСГ не имеет первостепенной значимости, но используется достаточно широко.

Обратимся к учебнику «Дорога в Россию – 1». Одна из первых грамматических тем – именительный падеж имен существительных в значе-



нии «характеристика лица» – ответ на вопрос «Кто он / она?» (в отличие от значения «название лица, предмета» – «Кто это? Что это?») отрабатывается на микродиалоге: – Скажите, кто это? – Это моя сестра. – А кто она? Она **студентка**? – Нет. Она не **студентка**, она **врач** (Дорога в Россию – 1).

В подобной конструкции необходимым элементом является одушевленное существительное – наименование лица. На начальном этапе обучения учащимся известны наименования членов семьи, лиц по профессии, некоторые наименования лиц по роду занятий, не входящие в ЛСГ наименований лиц по профессии (*студент, студентка*). Наименования лиц по происхождению (*иностранец, англичанин*), как правило, еще не известны учащимся при изучении данной грамматической темы. В учебнике «Русский язык для всех» данная грамматическая модель вводится на примере существительных – наименований членов семьи (*Это Иван Иванович. Анна Петровна его жена. Анна Петровна и Иван Иванович жена и муж*). В учебнике «Дорога в Россию – 1» наименования членов семьи в большинстве случаев выступают в модели «это + притяжательное местоимение + наименование лица» (*это мой брат*), наименования лиц по профессии – в модели «Она / она / они + наименование лица».

Наименование лиц по профессии широко применяется при изучении предложного падежа имен существительных в значении «места (где?)» с глаголом «работать», например: Скажите, кто где работает. Образец: **Продавец работает в магазине** (Дорога в Россию – 1). (Даны наименования профессий: *артист, преподаватель, инженер, служащий, врач, продавец, бизнесмен*; наименования мест работы: *поликлиника, театр, фирма, университет, институт, банк, завод, киоск, магазин*.)

Следует заметить, что в данном упражнении вызывает вопрос использование слова *служащий*, не являющегося достаточно частотным, так как носители языка чаще употребляют словосочетания *работник банка, офисный работник*.

Лексико-семантическая группа наименований лиц по профессии может быть активно использована при освоении студентами парадигмы спряжения русских глаголов. На начальном этапе обучения личные окончания настоящего и будущего простого времени для глаголов первого спряжения даются, как правило, на примере глагола «работать» (см. учебник «Русский язык для всех»).

Данная лексико-семантическая группа находит достаточно активное применение при изучении форм дательного падежа имен существительных в значении «лицо как цель движения (к кому?)» и форм родительного падежа в значении «местонахождение (у кого?)». В учебнике «Русский язык для всех» обе темы представлены в одном задании (требуется составить предложения по модели): *Иван Иванович пошел к своему соседу. Он был у соседа недолго. (Студент – профессор, Вадим – врач)*.

*Вам нужно пойти к врачу. – Я уже был у врача. Нине нужно пойти к учительнице. – ...* (Русский язык для всех).

Вполне мотивированным является использование лексико-семантической группы наименований лиц по профессии, роду занятий при изучении форм творительного падежа имен существительных в значении «профессия лица (кем?)» при глаголах «быть», «стать», «работать». Например, задание, требующее составить предложения по модели: *Ваш сын уже учится в институте? – Да, он уже совсем взрослый. – И кем он будет потом? – Врачом. (Ваша дочь – учительницей, твой брат – строителем, его сестра – диктором). Ваш сын решил, кем он станет? – Да нет, мы хотим, чтобы он стал врачом, а он хочет стать геологом (инженер – физик, монтаж – строитель, архитектор – шофёр)* (Русский язык для всех). Или: *Скажите, кем будут эти люди? Образец: Мой брат любит физику. Он будет физиком. Моя сестра любит театр. Мой друг хорошо рисует. Моя подруга отлично знает английский язык. Антону нравится история. Иван пишет интересные рассказы. Джону нравится компьютер. (Программист, художник, артистка, переводчица, журналист, историк)* (Дорога в Россию – 1).

В данном упражнении, кроме отработки формы творительного падежа, проверяется знание лексических единиц – наименований лиц по профессии, а также стимулируется языковая догадка (в случае незнания значения некоторых лексических единиц).

Перечисленные грамматические модели наиболее часто (по сравнению с другими) изучаются с использованием лексических единиц, входящих в ЛСГ наименований лиц по профессии. Помимо этих самых распространенных примеров, наименования лиц по профессии и должности могут использоваться при изучении других грамматических тем.

Например, в учебнике «Русский язык для всех» на данной лексике отрабатывается родительный падеж имен существительных в значении «принадлежности (чей? чья? чьё? чьи?)». Так как словарный запас учащихся на начальном этапе ограничен, в контекстах используется существительное «работа»: *Эту работу сделал молодой врач. – Это работа молодого врача. (Наш знакомый инженер, молодой геолог, наш новый сосед, молодая учительница, знакомая девушка).*

В следующем примере наименование лица по профессии используется в задании, направленном на повторение всех падежей имен прилагательных и указательных местоимений, а также одушевленных имен существительных: *Задайте вопросы к выделенным словам, чтобы уточнить и расширить информацию. Этот артист работает в театре (молодой, талантливый). У этого артиста много ролей в театре. Этому артисту нравится его работа. Этого артиста любят зрители. С этим артистом я познакомился недавно. Об этом артисте я прочитал в журнале* (Дорога в Россию – 2).

Наименования лиц по профессии являются удачными примерами одушевленных существительных, так как они отличаются значительным разнообразием (в то время как количество наименований, например, членов семьи и родственников достаточно ограничено), употребляются в контекстах различной тематики.

Среди более сложных грамматических моделей, в которые могут включаться наименования лиц по профессии, следует отметить пассивные конструкции (*дом строится рабочими, театр был спроектирован архитектором*), однако данный материал не входит в программу элементарного и базового уровня и не был рассмотрен в данном исследовании.

В учебнике «Дорога в Россию – 1» предлагаются упражнения по работе с лексическим материалом, в том числе и с лексическими единицами ЛСГ наименований лиц по профессии и роду занятий. Примером такого упражнения может служить следующее задание: *Найдите слова, называющие профессии или занятия людей. Подберите к ним слова, подходящие по смыслу. Образец: Врач – поликлиника, аптека. Группа, тетрадь, учебник, дом, фото, журнал, нож, суп, журналист, магазин, газета, домохозяйка, урок, семья, словарь, преподаватель, студент, аудитория* (Дорога в Россию – 2).

В данном случае работа производится в рамках различных типов системных объединений лексических единиц: лексико-семантической группы наименований лиц по профессии и тематических групп, объединяющих слова, репрезентирующие какую-либо область деятельности.

Как уже говорилось выше, в качестве материала исследования были взяты тексты заданий учебников двух периодов: учебник «нового поколения» 2012 г. издания – «Дорога в Россию – 1» и учебник советского периода – «Русский язык для всех», изданный в 1982 г. Использование языкового материала разных исторических периодов позволило нам провести исследование корпуса лексических средств, формирующих базовую часть ЛСГ наименований лиц по профессии, в синхронно-диахроническом и сравнительном аспектах.

Вполне ожидаемой оказалась следующая статистика. В учебнике «Русский язык для всех» чаще всего встречаются такие наименования лиц по профессии, как *учительница* (34 задания – упражнения, тексты), *врач* (32), *физик* (23), *инженер* (23), *архитектор* (18), *строитель* и *шофер* (по 15). Эти профессии во время создания учебника (1982 г.) являлись важными, востребованными, актуальными, социально значимыми. Наличие профессий учителя и врача в верхней части списка не вызывает удивления – их значимость сохраняется и сейчас. Наименее соответствует сегодняшней ситуации повышенное внимание к профессии физика. Если обратиться к контексту, мы увидим, что в 1980-х гг. эта профессия воплощала представления о мире науки, интеллектуальной деятельности, высоком интеллектуальном уровне: *Такая молодая и уже физик! – Она всегда была очень серьезная и хорошо училась; Сейчас начинается пе-*

*редача «Москва и москвичи». Выступают интересные люди: строители, физики; Посмотрите, вот идёт известный архитектор (физик, врач, строитель, инженер) (Русский язык для всех). Физики – это интересные люди; они совершают важные открытия; о них снимают телевизионные передачи; физики могут быть известными; физиками становятся те, кто хорошо учится.*

Нечасто встречается в современных учебниках упоминание о строителе или шофере (следует отметить, что в настоящее время для наименования данной профессии используется лексема «водитель»). В материалах учебников советского периода подчеркивается значимость профессии строителя, инженера, архитектора. В современных речевых контекстах не встретишь словосочетание «известный строитель». В учебнике «Дорога в Россию – 1» известными являются спортсмены и артисты (при этом в учебнике «Русский язык для всех» наименования данных профессий выступают в сочетании со словом «знаменитый»).

Некоторые наименования лиц по профессии, присутствующие в учебнике советского периода, в современном пособии не встречаются совсем, например *крановщица, геолог*. Контексты подтверждают, что профессия геолога в советский период истории нашей страны имела некий романтический ореол (*Он всегда мечтал стать геологом, работать на Севере или на Дальнем Востоке*). Увлекательной видится и профессия крановщицы (*И мне действительно интересно жить на Дальнем Востоке, – говорит Клава, – и крановщицей работать интересно*) (Русский язык для всех). Интерес к этим профессиям обусловил включение данной лексики в тексты учебника по русскому языку как иностранному.

В учебнике «Дорога в Россию – 2» содержится намного больше различных наименований профессий, чем в учебнике «Русский язык для всех» (28 наименований в учебнике «Русский язык для всех», 85 наименований в учебнике «Дорога в Россию – 2. Базовый уровень»). С другой стороны, большинство из этих 85 наименований встречается всего 1–2 раза, вероятнее всего, что они не будут усвоены учащимися, в то время как в учебнике «Русский язык для всех» многократное использование названий профессий позволяет предполагать, что данные лексемы прочно войдут в активный словарный запас студентов.

В учебнике элементарного уровня «Дорога в Россию – 1» наиболее частотными наименованиями профессий являются *преподаватель* (31 задание), *врач* (21), *инженер* (18), *журналист* (16), *артист, артистка* (11), *экономист* (8). В учебнике базового уровня «Дорога в Россию – 2» акценты несколько смещаются: *преподаватель* (27 заданий), *артист* (22), *врач* (20), *спортсмен* (12). Целевая аудитория рассматриваемых учебников – студенты – обусловила столь активное употребление лексемы «преподаватель». Учебник базового уровня имеет некоторые отличия в подборе лексики. В нем также велико число упоминаний профессии врача, журна-

листа, но профессия инженера упоминается всего 3 раза, а экономиста – 2 раза. Намного возросло число заданий, в которых встречается слово *артист*. Учебник во многом ориентирован на рассказ об известных людях, высоких достижениях, не случайно в нем встречаются такие слова и словосочетания, как *звезда* (в значении «известный человек, популярная личность»), *олимпийский чемпион, известный спортсмен, популярный певец*. Появляется и словосочетание «известный физик», встречавшееся в учебнике «Русский язык для всех». Однако в учебнике «Дорога в Россию» данная профессия упоминается всего несколько раз, причем два упоминания относятся к лауреату Нобелевской премии Жоресу Алфёрову, т. е. тематика текста также связана со сферой высоких достижений. Часто встречаются такие наименования лиц по профессии, как *артист, спортсмен, художник, писатель*. Перечислим наименования профессий, связанных с известностью, встречающиеся в учебнике «Дорога в Россию – 2»: *артист* (22), *спортсмен* (12), наименования представителей различных видов спорта (8), *художник* (15), *писатель* (11), *режиссер* (8), *певец* (8), *актер* (7).

Такая направленность учебника имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Положительным фактором является получение учащимися сведений страноведческого характера об известных россиянах (спортсменах, артистах). С другой стороны, учащиеся мало узнают о профессиональной деятельности рядовых россиян. Несмотря на то, что «обычные» профессии также представлены достаточно широко (*экономист, юрист, переводчик, строитель, водитель, электрик, уборщица* и др.), многие из этих профессий упоминаются всего один-два раза, что не позволяет данной лексике войти в активный словарь учащихся.

Анализ материала показывает, что положительно может оцениваться любая профессия, не обязательно связанная с известностью, популярностью. Приведем несколько примеров:

*Я буду юристом, потому что это интересная и важная профессия.*

*Я хочу быть образованным человеком и хорошим экскурсоводом.*

*Я хочу быть медсестрой, как моя мать. Мне нравится эта профессия.*

*Он работал простым рабочим. Мне было неинтересно работать простым социологом.*

*Я стала заниматься очень интересным делом – созданием большой фирмы.*

*Каждый из них мечтает стать звездой. Например, Юля из Саратова мечтает стать известным композитором (Дорога в Россию – 1; Дорога в Россию – 2).*

В данных примерах положительная характеристика дается профессиям юриста, медсестры, экскурсовода. С другой стороны, появляются словосочетания *простой рабочий* и даже *простой социолог*, показывающие, что многим современным россиянам хочется большего. Это доказывает и последний пример.

Возможно, учебник недостаточно освещает вопрос о том, где работают сегодняшние россияне, но лексика, представленная в учебнике, достаточно хорошо отражает интересы, желания, ценности сегодняшних россиян, особенно молодого поколения. Многие хотят иметь творческую специальность, которая дает возможность выражать свою индивидуальность и получать хороший доход.

Е.И. Голованова в своих исследованиях, посвященных категории профессионального деятеля в русском языке, затрагивает вопрос о развитии сферы художественной деятельности в современном обществе. Причину быстрого развития данной сферы Е.И. Голованова видит в «повороте от техноцентризма к антропоцентризму», росте «потребности в самовыражении, самоутверждении личности» и отмечает, что «в современном обществе насчитывается более ста профессий, так или иначе связанных с художественной деятельностью» [Голованова 2004: 37]. Таким образом, тематика заданий и текстов, а следовательно, и отбор лексических единиц в учебниках «Дорога в Россию» отражает одну из актуальных тенденций в сфере профессиональной деятельности и в мировоззрении современного человека.

Итак, рассмотрев лишь некоторые аспекты использования лексико-грамматической группы наименований лиц по профессии и роду занятий, мы можем утверждать, что данная ЛСГ является необходимым компонентом содержания обучения русскому языку как иностранному, так как представляет одну из важнейших составляющих жизни человека – его профессиональную деятельность, характеризуется частотностью употребления, способностью сочетаться с другими лексическими единицами и выступать в разнообразных грамматических конструкциях.

### **Список литературы**

- Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика. М.: Академия, 2006. 336 с.
- Голованова Е.И. Категория профессионального деятеля в динамическом пространстве языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2004. 49 с.
- Капитанова Т.И., Московкин Л.В. Методика обучения русскому языку как иностранному на этапе предвузовской подготовки. СПб.: Златоуст, 2006. 272 с.
- Ян Лю. Лингвокультурологический подход к обучению лексике китайских студентов-филологов: на материале лексико-семантической группы наименований лиц по профессии: автореф. дис. ... канд. пед. наук. СПб., 2012. 25 с.

### **Источники**

- Дорога в Россию. Ч. 1: учебник русского языка (элементарный уровень) / В.Е. Антонова и др. СПб.: Златоуст, 2012. 344 с.
- Дорога в Россию. Ч. 2: учебник русского языка (базовый уровень) / В.Е. Антонова и др. СПб.: Златоуст, 2009. 256 с.
- Русский язык для всех: учебник / под ред. В.Г. Костомарова. М.: Русский язык, 1982. 414 с.

**References**

- Galskova, N.D., Gez, N.I. (2006), *Teoriya obucheniya inostrannym yazykam. Lingvodidaktika i metodika* [The theory of teaching foreign languages. Linguodidactics and methodology], Moscow, Akademiya Publ., 336 p. (in Russian)
- Golovanova, E.I. (2004), *Kategoriya professional'nogo deyatelya v dinamicheskom prostranstve yazyka* [Category of the professional figure in the dynamic space of the language], Author's abstract, Chelyabinsk. (in Russian)
- Kapitonova, T.I., Moskovkin, L.V. (2006), *Metodika obucheniya russskomu yazyku kak inostrannomu na etape predvuzovskoi podgotovki* [Methodology of teaching Russian as a foreign language at the stage of pre-university training], St. Petersburg, Zlatoust Publ., 272 p. (in Russian)
- Jan, Lju (2012), *Lingvokul'turologicheskii podkhod k obucheniyu leksike kitaiskikh studentov-filologov: na materiale leksiko-semanticheskoi gruppy naimenovaniy lits po professii* [Linguistic and cultural approach to teaching the lexicon of Chinese students-philologists: on the basis of the lexico-semantic group of names of persons by profession], Author's abstract, St. Petersburg. (in Russian)

**Sources**

- Antonova, V.E. et al. (2012), *Doroga v Rossiyu* [A road to Russia], Part 1, Russian textbook (elementary), St. Petersburg, Zlatoust Publ., 334 p. (in Russian)
- Antonova, V.E. et al. (2009), *Doroga v Rossiyu* [A road to Russia], Part 2, Russian textbook (basic), St. Petersburg, Zlatoust Publ., 256 p. (in Russian)
- Kostomarova, V.G. (ed.) (1982), *Russkii yazyk dlya vsekh* [Russian language for everyone], textbook, Moscow, Russkii yazyk Publ., 414 p. (in Russian)

---

**LEXICAL AND SEMANTIC GROUP  
OF NAMES OF PROFESSIONS AND OCCUPATIONS  
IN TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

**T.S. Glushkova<sup>1</sup>, E.V. Suntsova<sup>2</sup>**  
*Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)*

**Abstract:** The article reveals a number of didactic questions connected to the problems of selection and organization of educational material in teaching Russian as a foreign language. Special attention is paid to the selection of lexical means, in particular to the role of the lexical and semantic group (LSG) of the names of professions and occupations in the creation of the language and speech competence of students. The most important spheres of communication for foreign students are revealed. The grammatical and culturological potential of this lexical and semantic group is revealed. We conduct the analysis of a number of textbooks on Russian as a foreign language for the purpose of identifying and describing grammatical models, in the development of which the names of professions are actively used. It is concluded that changes in the political and social life of society entail changes in the composition of the corps of means that form LSG names of professions and occupations, represented in textbooks on Russian as a foreign language.

---

**Key words:** selection of educational material, lexical and semantic group, names of professions and occupations, grammatical and linguocultural potential, grammatical models, textbooks of Russian as a foreign language.

**For citation:**

Glushkova, T.S., Suntsova, E.V. (2017), Lexical and semantic group of names of professions and occupations in teaching Russian as a foreign language. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 109-119. (in Russian)

**About the authors:**

<sup>1</sup> **Glushkova Tatiana Sergeevna**, Dr., Associate Professor of the Chair of General and Applied Linguistics

<sup>2</sup> **Suntsova Ekaterina Vadimovna**, Master's student of the Chair of General and Applied Linguistics

**Corresponding authors:**

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

<sup>1</sup> E-mail: dis555gts@mail.ru

<sup>2</sup> E-mail: katya\_su89@mail.ru

**Received:** April 3, 2017





Раздел IV

---

**РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА**





Part IV

---

**REVIEWS. CHRONICLE**

**РЕЦЕНЗИЯ НА КОЛЛЕКТИВНУЮ МОНОГРАФИЮ  
ПОД РЕД. Н.В. БОГДАНОВОЙ-БЕГЛАРЯН  
«РУССКИЙ ЯЗЫК ПОВСЕДНЕВНОГО ОБЩЕНИЯ: ОСОБЕННОСТИ  
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУППАХ»**

**М.Д. Воейкова**<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup> *Институт лингвистических исследований Российской академии наук  
(Санкт-Петербург, Россия)*

<sup>2</sup> *Санкт-Петербургский государственный университет  
(Санкт-Петербург, Россия)*

**Аннотация:** Рецензия на монографию «Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах» (СПб.: ЛАЙКА, 2016, 244 с.; отв. ред. Н.В. Богданова-Бегларян), опубликованную коллективом исследователей из СПбГУ. Автор высоко оценивает труд университетских коллег и рекомендует книгу широкому читателю.

**Ключевые слова:** современный русский язык, повседневное речевое общение, городская речь, социолингвистика, социолект.

**Для цитирования:**

*Воейкова М.Д.* Рецензия на коллективную монографию под ред. Н.В. Богдановой-Бегларян «Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах» // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 123–128.

**Сведения об авторе:**

**Воейкова Мария Дмитриевна**, доктор филологических наук, <sup>1</sup> заведующая отделом теории грамматики, <sup>2</sup> профессор кафедры русского языка

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 199004, Россия, Санкт-Петербург, Тучков пер., 9

E-mail: maria.voeikova@gmail.com

**Дата поступления статьи:** 04.05.2017

В Санкт-Петербурге вышла научная монография «Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах» (СПб.: ЛАЙКА, 2016. 244 с.), которая представляет итог работы большого авторского коллектива над одноименным проектом, поддержанным грантом Российского научного фонда (№ 14-18-02070). Эмпи-

рическую базу этой работы составил Звуковой корпус повседневной русской речи «Один речевой день» (ОРД), созданный фактически тем же авторским коллективом. В частности, Н.В. Богданова-Бегларян (Богданова), Т.Ю. Шерстинова и А.И. Рыко стояли у истоков создания ОРД и прошли весь организационный и исследовательский путь: от первых пилотных записей 2007 г. и первых наблюдений над корпусным материалом до масштабного расширения Звукового корпуса в 2014–2016 гг. и получения первых данных в рамках анализа его материалов в социолингвистическом аспекте.

Книга, несомненно, отражает новый этап исследований русской разговорной речи на материале представительного звукового корпуса. Появление этой книги, как и предшествующих, написанных под руководством Н.В. Богдановой-Бегларян и на таком же материале<sup>1</sup> необычайно актуально – она посвящена языку различных социальных групп. Несмотря на явную злободневность, эта тема лишь в последние годы начинает разрабатываться на материале русского языка постсоветской эпохи (ср. книгу «Бедность и развитие языка» (М., 2015)).

Существенны и трудности, которые ожидают социолингвиста, работающего в России: недостаточно обоснованно само выделение социальных классов на современной почве, не говоря уже о том, что не определены до конца релевантные для лингвистического описания социальные группы. Очевидно, что работу следует начинать с двух концов – интуитивно описывая разговорную речь различных групп, сводить эти описания воедино и соотносить с разработанными к тому времени классификациями социальных групп на основе социологических показателей. Начало этого пути и знаменует рецензируемая книга.

Для решения новых задач уже имеющийся представительный корпус ОРД был пополнен почти 653 часами записей устной речи представителей разных социальных групп. Попутно скажем, что это дополнение обогащает структуру среднего класса, присутствующего в корпусе, но по-прежнему недостаточно охватывает представителей низших социальных классов. Понятно, что получить такие данные особенно трудно, так что их сбор потребует дополнительного времени и сил.

В книге подробно анализируется опыт социолингвистических корпусных исследований в России и за рубежом, так что первая глава, описывающая состояние разработки проблемы и соотносящая корпус ОРД с имеющимися корпусами, представляет не дежурный, а вполне научный интерес, тем более что материал и первой, и последующих глав снабжен

---

<sup>1</sup> Звуковой корпус как материал для анализа русской речи. Коллективная монография. Ч. 1. Чтение. Пересказ. Описание. СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2013. 532 с.; Ч. 2. Теоретические и практические аспекты анализа. Т. 1. О некоторых особенностях устной спонтанной речи разного типа. Звуковой корпус как материал для преподавания русского языка в иностранной аудитории. СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2014. 396 с.; Т. 2. Звуковой корпус как материал для новых лексикографических проектов. СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2015. 364 с.

статистической обработкой высокого уровня, так что читатель может судить и о том, в какое время суток информанты более разговорчивы, и о том, какие части речи более или менее употребительны в разговорной речи. Важной составляющей проекта является анализ гендерных и возрастных различий говорящих по темпу речи и ее лексическому составу, а также выявленные в ходе анализа особенности речи, обращенной к специфическим собеседникам, например к животным (этому редкому аспекту посвящена отдельная часть третьей главы).

Особенного внимания требует введенное и разработанное Н.В. Богдановой-Бегларян понятие «прагматемы» – специальной языковой единицы, возникающей на базе какой-либо полнозначной словоформы, но приобретшей в разговорной речи новое значение на основе частотного прагматического употребления. Под эту рубрику подпадают многие излюбленные говорящими «частицы речи», которые по своим грамматическим характеристикам выпадают из академической классификации частей речи. На основе ОРД уже составляется несколько словарей, один из которых должен собрать основные прагматемы современного русского разговорного языка.

В монографии предлагаются результаты многоуровневого исследования особенностей русского языка повседневного общения разных социальных групп (социолектов) современного крупного российского города. Одной из главных задач данного исследования стало выявление тех лингвистических параметров, по которым различия в этих социолектах видны наиболее явно. Перспективной задачей избранного научного направления авторы-исследователи видят анализ всего корпусного материала именно по этим, выделенным на первом этапе, диагностирующим параметрам.

Основным материалом для исследования послужил, таким образом, пилотный подкорпус звукозаписей повседневной коммуникации, выполненных по методике непрерывного многочасового мониторинга устной речи, из коллекции Звукового корпуса «Один речевой день». Ряд исследований проведен на всем расшифрованном материале корпуса ОРД, который сбалансированно представляет повседневную, профессиональную и бытовую, речь носителей языка из разных социальных слоев, мужчин и женщин разного возраста, разного социального статуса, занятых в разных сферах профессиональной деятельности. Имеющийся на данный момент материал корпуса ОРД способствует изучению и описанию социолектов следующих профессионально-социальных групп:

- работники, занятые на **производстве, строительстве, транспорте** (инженер, оператор, кондуктор), а также представители профессий, связанных с физическим трудом (мастер по окнам, столяр, механик и прочие *ремесленники*);

- служащие **силовых структур** (военные, работники правоохранительных органов, курсанты);

- работники **сферы услуг** (продавец, кассир, торговый представитель, курьер, менеджер доставки, официант, мастер по маникюру и проч.);
- специалисты по **экономической деятельности** (экономист, бухгалтер, логист, финансист);
- специалисты по **информационным технологиям** (IT-инженер, программист, сотрудник службы технической поддержки, web-разработчик);
- специалисты по **связям с общественностью и рекламе** (маркетолог, PR-менеджер, пресс-секретарь, менеджер по рекламе);
- специалисты, занятые в **спорте** (спортсмен, фитнес-инструктор);
- представители **творческих профессий** (фотограф, дизайнер, художник, архитектор);
- представители **гуманитарных наук** (лингвист, археолог, историк, философ, психолог);
- представители **естественных наук** (биолог, химик, математик, астроном);
- работники **образования** (преподаватели-практики гуманитарных и негуманитарных специальностей);
- **учащиеся** (студенты гуманитарных и негуманитарных специальностей);
- **неработающие пенсионеры**.

Анализ проведен на фонетическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом и дискурсивном уровнях – в целом по пилотному подкорпусу и отдельно для трех возрастных (молодого, среднего и старшего возраста), двух гендерных и некоторых других социальных и профессиональных групп говорящих. Получены и сопоставлены количественные данные об особенностях речи каждой группы (в частности, о дистрибуции фонем и аллофонов, темпе речи, фонетической редукции, лексических и прагматических предпочтениях, синтаксических структурах и др.).

В заключительном разделе монографии суммируются все полученные в ходе работы над проектом наблюдения над функционированием русского языка в повседневном общении разных социальных групп говорящих, в том числе на всем корпусе ОРД. Здесь можно видеть наброски к речевым портретам разных социолектов современного мегаполиса, каким является Санкт-Петербург: показана специфика речи мужчин и женщин, носителей языка трех возрастных групп, разных профессий и социальных статусов, говорящих с разным уровнем речевой компетенции (что во многом связано с уровнем образования), коренных петербуржцев в отличие от приезжих жителей города и прочие подобные данные.

Подтвердились, в частности, выводы, сделанные на пилотном подкорпусе ОРД: по разным уровням языка повседневного общения выявленные различия между возрастными группами информантов более зна-

чительны, чем гендерные различия, при этом наибольшая специфичность свойственна младшей возрастной группе. Однако в ходе исследования обнаружилось большее количество лингвистических параметров, по которым не удалось выявить никакой специфики речи той или иной группы говорящих, что ставит задачу продолжения исследования в избранном направлении.

Авторам книги удалось провести новое исследование на достоверном, впервые собранном и квалифицированно обработанном с привлечением самых изысканных количественных методов материале и ввести в научный обиход целый пласт новых сведений.

Настоящая книга может быть полезна лингвистам самых разных специальностей, социо-, психолингвистам, специалистам по корпусной лингвистике, лингвистической прагматике и коллоквиалистике, как в целом, так и конкретно по русской разговорной речи. Созданный в рамках проекта Звуковой корпус повседневной русской речи можно рассматривать как важный ресурс для решения прикладных лингвистических задач в области речевых технологий (синтеза и распознавания речи), лингвистической и судебной экспертизы, а также для проведения различных лингвистических и социолингвистических исследований.

---

**REVIEW ON THE COLLECTIVE MONOGRAPH  
EDITED BY N.V. BOGDANOVA-BEGLARYAN “THE RUSSIAN  
LANGUAGE OF EVERYDAY COMMUNICATION: PECULIARITIES  
OF FUNCTIONING IN DIFFERENT SOCIAL GROUPS”**

**M.D. Voeikova<sup>1,2</sup>**

<sup>1</sup> *Institute of Linguistic Research of the Russian Academy of Sciences  
(St. Petersburg, Russia)*

<sup>2</sup> *St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)*

**Abstract:** The review on the collective monograph “The Russian language of everyday communication: peculiarities of functioning in different social groups” (Edited by N.V. Bogdanova-Beglaryan, St. Petersburg, LAIKA publ., 2016, 244 p.), published by a team of researchers from St. Petersburg State University. Author highly appreciates the work of university colleagues and recommends the book to a general reader.

**Key words:** modern Russian language, everyday speech communication, urban speech, sociolinguistics, social dialect.

**For citation:**

Voeikova, M.D. (2017), Review on the collective monograph edited by N.V. Bogdanova-Beglaryan “The Russian language of everyday communication: peculiarities of functioning in different social groups”. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 123-128. (in Russian)



***About the author:***

**Voeikova Maria Dmitrievna**, Prof., <sup>1</sup> Head of the Department of Theory of Grammar, <sup>2</sup> Professor of the Department of the Russian Language

***Corresponding author:***

Postal address: 9, Tuchkov pereulok, St. Petersburg, 199004, Russia

E-mail: maria.voeikova@gmail.com

***Received:*** May 4, 2017

УДК 316.77

**РЕЧЕВАЯ ПРАКТИКА СМИ И ИНТЕРНЕТА  
В АСПЕКТЕ СТИЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ:  
ХРОНИКА МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНОГО ФОРУМА  
«МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. 56-е ПЕТЕРБУРГСКИЕ ЧТЕНИЯ»**

**В.И. Коньков**

*Санкт-Петербургский государственный университет  
(Санкт-Петербург, Россия)*

**Аннотация:** Представлена хроника международного научного форума «Медиа в современном мире. 56-е Петербургские чтения». Стилизовое взаимодействие рассматривается в нескольких аспектах: традиционное заимствование элементов одного стиля другим стилем; принципы организации речевого материала, общие для нескольких стилей; взаимное влияние текстов внутри одного коммуникативного целого; стилистические изменения текста при его перемещении в другую коммуникативную среду; стилизовое взаимодействие и жанровая природа текста.

**Ключевые слова:** стиль, жанр, среда коммуникации, стилизовое взаимодействие.

**Для цитирования:**

*Коньков В.И.* Речевая практика СМИ и Интернета в аспекте стилизового взаимодействия: хроника международного научного форума «Медиа в современном мире. 56-е Петербургские чтения» // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 129–133.

**Сведения об авторе:**

**Коньков Владимир Иванович**, доктор филологических наук, профессор кафедры речевой коммуникации Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 199004, Россия, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., 26

E-mail: v\_konkov@mail.ru

**Дата поступления статьи:** 27.04.2017

13 апреля 2017 г. в рамках Международного научного форума «Медиа в современном мире. 56-е Петербургские чтения» прошло заседание круглого стола «Коммуникативная среда СМИ: проблемы стилизового взаимодействия». В целом очное и заочное участие в работе круглого стола приняли 35 человек.

Дискуссия развернулась на основе докладов Л.Р. Дускаевой (Санкт-Петербургский государственный университет, далее – СПбГУ), В.В. Славкина (Московский государственный университет, далее – МГУ), В.В. Волковой (МГУ).

Л.Р. Дускаева уточнила применительно к традициям и современному состоянию стилистики содержание базовых категорий, позволяющих изучать проблемы стилового взаимодействия на строгой научной основе: различные истолкования категории стиля, принципиальную важность для стилистических исследований категории речевой системности и категории текста.

В.В. Славкин представил заявленную для круглого стола проблематику на примере разграничения явлений стилистического контраста и стилистического диссонанса.

В.В. Волкова продемонстрировала специфику и проблематику стилового взаимодействия на примере поликодового телевизионного текста. Н.Г. Бойкова (Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург), анализируя поликодовый текст ток-шоу, отметила усиление влияния стихии сниженной разговорности, которая всё более теснит кодифицированный литературный язык. М.И. Маевская (СПбГУ) продемонстрировала, как при тесном соседстве различных видов телевизионной речи один из двух текстов, принадлежащих разным авторам, оказывает воздействие на другой текст на основе наличия общей для двух текстов коммуникативной цели. Разговорность как коммуникативную основу современных телевизионных ток-шоу подвергли анализу М.Я. Запьягаева и А.М. Шишлянникова (Воронежский государственный университет). Е.П. Мурашова (Московский государственный лингвистический университет) представила результаты изучения конститутивных признаков дискурса политической рекламы на основе анализа рекламного видеоролика.

В.И. Коньков (СПбГУ) представил проблему стилового взаимодействия как использование в речевой практике медиа речевого опыта, накопленного в речевой практике общества в целом, что позволяет говорить о некоторой изоморфности структуры части и целого. И.Г. Гулякова (СПбГУ) показала, что принцип чередования экспрессии и стандарта носит достаточно универсальный характер и проявляется в любых текстах, рассчитанных на массовую аудиторию, в том числе и в текстах русского городского романа.

Т.И. Попова (СПбГУ) проанализировала стилистическую многослойность сатирического политического печатного креолизованного текста как средство создания иронии. Н.П. Беневоленская (СПбГУ) изучила стилистические средства создания гендерного Burda-инварианта (штампы и культурные речевые клише), обеспечивающие демонстрацию непреходящих семейных ценностей и счастливых финалов.

В.В. Васильева (СПбГУ) установила, что текст анекдота, переходя из одной среды коммуникации (медиасреда) в другую (профессиональную) может терять такое базовое коммуникативное качество, как комический эффект.

В материалах участников дискуссии анализировалась также коммуникативная среда Интернета. Т.Л. Каминская (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого) при исследовании образа ученого в социальной сети установила, что поведение ученого при самопрезентации личности отличается ориентацией на целевую аудиторию учеников, социальный оптимизм, акцент на культурных ценностях и исторический контекст личности. А.А. Горячев (СПбГУ) показал, что в ситуации репостинга в социальных медиа несовпадение стилей комментария и первичного текста становится ключевым инструментом воздействия. Е.Н. Басовская (Российский государственный гуманитарный университет, Москва) отметила такую характерную черту интернет-рецензии, как агрессия и периодическая актуализация советизмов. А.Г. Кротова (Новосибирский государственный технический университет) исследовала стилистический потенциал интернет-мемов. Т.А. Спирчагова (Казанский федеральный университет) установила проблемы этики речевого поведения, связанных с употреблением хештегов и мемов. А.Г. Шилина (Казанский федеральный университет) показала необходимость включения Instagram-коммуникации в сферу компетенции массмедиалингвистики. Л.Л. Сандлер (Воронежский государственный университет) посвятила свою работу исследованию интервью-конфронтации как способа коммуникативного взаимодействия, где дискурсивные характеристики личности влияют на выбор коммуникативных стратегий и тактик. В.Д. Наливалкин (СПбГУ) установил, что жанрово-стилевая инверсия отечественной рок-музыки является инструментом манипуляции молодёжным сознанием. Глумение как деструктивную форму троллинга в медиатексте рассмотрела Ю.М. Кояева (СПбГУ).

Т.Ю. Редькина (СПбГУ) исследовала стилистическую полифонию в текстах трэвел-сайта. Стилистическая неоднородность данных текстов, показывает автор, зависит от коммуникативной ситуации. Т.И. Краснова (СПбГУ) показала, что стилиевые смещения в синтагматической цепочке связываются с прагматическим фактором референции: соединение элементов разных стилей необходимо для достижения конкретных коммуникативных задач.

Разные виды полистилизма как особенности современной публицистики рассмотрели Е.А. Барашкина (Самарский государственный университет), Н.Ю. Бердышева (Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта), Е.В. Выровцева (Самарский государственный университет), Л.Ю. Иванова (Леонтьева) (СПбГУ).

Н.А. Прокофьева (СПбГУ) высказала идею, согласно которой взаимодействие стилей (публицистического и разговорного) приводит к появлению новых жанровых форм. Стилистическая неоднородность информации корпоративного издания в коммуникативной среде СМИ была продемонстрирована В.И. Ивченковым (Белорусский государственный университет, Минск). О.В. Красовская (Луганский государственный университет им. Тараса Шевченко) показала, что неофициальные антропонимы в современном медийном тексте используются как имиджевый ресурс.

Исследованию употребления междометий в электронных СМИ посвятила свою работу И.А. Чуносова (Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск). Л.Г. Рябова (Иркутский юридический институт Академии генеральной прокуратуры Российской Федерации) обратила внимание на роль СМИ в формировании языковой политики на примере использования иноязычной и стилистически сниженной лексики.

Проблемам исторической стилистики посвящены работы А.А. Малышева (СПбГУ) – «Свадьба Анны Леопольдовны и Антона Ульриха брауншвейгского как коммуникативное событие на страницах “Примечаний к Санкт-Петербургским ведомостям” (1739 г.)» – и Е.А. Щегловой (СПбГУ) – «Термин и образ в путевых очерках второй половины XIX века».

Заседание круглого стола показало, что проблема стилистического взаимодействия – одна из актуальнейших проблем как современной речевой практики, так и теоретической стилистики.

---

## SPEECH PRACTICE OF THE MEDIA AND THE INTERNET IN THE ASPECT OF STYLE INTERACTION: CHRONICLES OF THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC FORUM “MEDIA IN THE CONTEMPORARY WORLD. 56th PETERSBURG READINGS”

**V.I. Konkov**

*St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)*

**Abstract:** This article contains a chronicle of the international scientific forum "Media in the contemporary world. 56th Petersburg readings". A style interaction is considered in several aspects: the traditional borrowing of elements of one style by another style; principles of the organization of speech material, which are common to several styles; the mutual influence of texts within one communicative unity; stylistic changes in the text as it moves into another communicative environment; style interaction and the genre nature of the text.

**Key words:** style, genre, communication environment, style interaction.

**For citation:**

Konkov, V.I. (2017), Speech practice of the media and the Internet in the aspect of style interaction: chronicles of the international scientific forum “Media in

---

the contemporary world. 56th Petersburg readings". *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 129-133. (in Russian)

***About the author:***

**Konkov Vladimir Ivanovich**, Prof., Professor of the Department of Speech Communication of the Higher School of Journalism and Mass Communications

***Corresponding author:***

Postal address: 26, 1-ya liniya Vasilievskogo ostrova, St. Petersburg, 199004,  
Russia

E-mail: v\_konkov@mail.ru

***Received:*** April 27, 2017

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ЖУРНАЛИСТИКА В 2016 ГОДУ: ТВОРЧЕСТВО,  
ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ» (Москва, 7–8 февраля 2017 г.)**

**И.П. Ромашова<sup>1</sup>, Е.А. Никитина<sup>2</sup>, А.В. Ляпина<sup>3</sup>, Е.И. Петрова<sup>4</sup>**

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)*

**Аннотация:** Представлена хроника Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия», которая была посвящена проблемам технологий обучения журналистов и других специалистов медиасферы в соответствии с запросами рынка, а также трендам медийной индустрии, новым дискурсивным практикам журналистики.

**Ключевые слова:** конференция, хроника, журналистика, лингвистика.

**Для цитирования:**

*Ромашова И.П., Никитина Е.А., Ляпина А.В., Петрова Е.И. Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 7–8 февраля 2017 г.) // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 134–140.*

**Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> **Ромашова Инна Петровна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики

<sup>2</sup> **Никитина Елена Аркадьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики

<sup>3</sup> **Ляпина Алина Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры русской и зарубежной литературы

<sup>4</sup> **Петрова Елена Игоревна**, преподаватель кафедры журналистики и медиалингвистики

**Контактная информация:**

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

<sup>1</sup> E-mail: romashova.inna@gmail.com

<sup>2</sup> E-mail: el\_nikitina@rambler.ru

<sup>3</sup> E-mail: a.v.liapina@mail.ru

<sup>4</sup> E-mail: pelena11@yandex.ru

**Дата поступления статьи:** 12.02.2017

7–8 февраля 2017 г. состоялась Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия», посвященная 65-летию факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова и 70-летию журналистского образования в Московском университете. На конференции обсуждались проблемы изменения функционала, контента журналистики как социального института в связи с трансформацией постиндустриального общества и его коммуникационных технологий. Поэтому в центре научной проблематики конференции оказались вопросы содержания журналистского образования и журналистского творчества, их соответствия «вызовам времени».

Открыла конференцию с докладом «Журналистское образование в России: запросы общества, потребности индустрии» декан факультета журналистики МГУ, доктор филологических наук, профессор Е.Л. Вартанова. В ее выступлении речь шла о фундаментальных вопросах природы и миссии современной журналистики в новом информационном техногенном пространстве. Лейтмотивом доклада стала проблема соотношения традиционных задач журналистики как социального института с экономической базой современной медиаиндустрии и ужесточившейся конкуренцией со стороны других источников медиаконтента, к которым, в первую очередь, относятся социальные сети.

На пленарном заседании также выступил первый заместитель генерального директора ИА России «ТАСС» М.С. Гусман с сообщением о технологиях и практиках работы одного из ведущих новостных агентств России.

В секционной работе конференции был затронут широкий спектр проблем, связанных с осмыслением истории и современного состояния журналистики. Такой охват проблематики обеспечивался благодаря представленности на конференции ученых практически всех научных школ изучения журналистского творчества. Хочется отметить как характерную особенность конференции сочетание высокого теоретико-методологического уровня докладов с живым обсуждением насущных вопросов подготовки молодых журналистов и состояния медиаиндустрии. На секционных заседаниях были представлены разнообразные доклады по направлениям: «Контент-стратегии российских СМИ», «Телерадиовещание России в условиях растущей конкуренции: контент-2016», «Медиабизнес: направления и движущие силы развития», «Современная журналистика в свете деонтологии», «Гуманитарная повестка СМИ в условиях новой социальной реальности», «Идентичность журналиста и вызовы времени» и др. На секции «Контент-стратегии российских СМИ» М.А. Бережная (СПбГУ) в докладе «Повседневность на телеэкране в аспекте дихотомии “норма / аномалия”» предложила типологию стратегий построения журналистского дискурса на социально-бытовые темы (гиперболизация аномалий, социальный оптимизм, агрессивное продвижение нормы, просветительская стратегия социального действия и др.). Е.А. Баранова (СПбГУ) в докладе



«Шаринговый потенциал контента как одна из основных стратегий развития российских СМИ» отметила тенденции, характерные для интернет-изданий: с одной стороны – стремление придать текстам «шаринговый потенциал», т. е. свойства, которые обеспечат «расшаривание» контента пользователями социальных сетей; с другой стороны – снижение объема собственного контента вплоть до полного отказа от него с целью сокращения затрат. Значительный интерес в связи с этим вызвал доклад А.В. Колесниченко (МГУ), в котором было показано, как отказ от собственного контента в пользу ререйтинга топовых новостей оказался для издания «Новых известий» успешной стратегией выживания. О.И. Лепилкина (Северо-Кавказский федеральный университет, Пятигорск) предложила методику дифференциации региональных СМИ на основе их оперирования понятием «скандал», а О.С. Миронова (Военный университет Минобороны РФ, Москва), рассуждая о журналистских материалах по реформе здравоохранения в России, выделила те аспекты социальной проблемы, которые не стали доминантами медиаповестки (рост конфликтности в отрасли, коррупция, здоровье как общественная проблема, отсутствие интереса СМИ к мнению экспертов-медиков и др.). Профессор В.А. Евдокимов (Омская гуманитарная академия) констатировал нарушение современными СМИ основной их функции – функции гармонизации потребностей людей в информации.

Мировоззренческие и деонтологические аспекты функционирования современной журналистики обсуждались специалистами в рамках ставших традиционными «Грушинских чтений на Моховой». История и современное состояние медийной сферы освещались во время работы секций «Русская литература и журналистика XVIII – начала XX в.», «Февральская революция 1917 г. и русская печать». В работе секции «Февральская революция 1917 года и русская печать», которой руководила О.Д. Минаева, заведующая кафедрой истории и правового регулирования отечественных СМИ МГУ, приняли участие исследователи из Московского, Воронежского, Белгородского, Омского, Тюменского, Иркутского университетов, Крымского федерального университета. В центре внимания докладчиков оказались вопросы, связанные с восприятием революционных событий представителями различных политических партий, русской литературной эмиграции (А.В. Бакунцев, С.Н. Гладышева), рассматривались способы моделирования образов героев революции в портретных очерках на страницах периодических изданий для детей (А.В. Ляпина (ОмГУ им. Ф.М. Достоевского)). Интересны были доклады, в которых представлен отклик региональной прессы на события Февральской революции (С.М. Нарожная (Белгородский университет), О.А. Петрова (Тюменский университет), А.П. Шинкарева (Иркутский университет), Н.В. Яблоновская (Крымский федеральный университет)). Были сделаны наблюдения о том, что региональная печать поддерживала демократические завоевания революцио-

неров, а для жителей Крыма стала трибуной для выражения интересов многочисленных национально-общественных и культурных организаций.

Пожалуй, одной из ключевых на обсуждениях стала проблема осмысления задач и форм существования журналистики в системе оппозиций: миссия журналистики как четвертой власти / экономическая зависимость и политическая ангажированность; СМИ как один из источников информации и доверие к нему; информационная и развлекательная функция современных медиа; независимость / ориентация на уровень читательского восприятия; факты и мнения. В рамках круглых столов ученые и представители массмедиа обсуждали проблемы изменения функционала журналистики в условиях глобализации и информатизации, проблему падения доверия к СМИ. Необыкновенно полезным оказался круглый стол «Гуманитарная повестка СМИ в условиях новой социальной реальности». В нем участвовали не только исследователи, но и практики в области социальной журналистики и общественной деятельности: М. Алешковский (интернет-журнал и благотворительный фонд «Такие дела»), В. Бахмин (Комитет гражданских инициатив), В. Вайнер (автор проекта «Каталог социальных предпринимателей»), О. Дроздова (Агентство социальной информации) и др. На секции были представлены кейсы, которые можно успешно использовать в преподавании курса «Социальная журналистика».

Разнообразными были доклады пленарного заседания второго дня конференции. Они касались истории русской журналистики, культуры журналистской речи и особенностей современного медиапотребления. Е.В. Сартаков (МГУ) в докладе о консервативной публицистике Карамзина и Гоголя отметил сходства у консерваторов XIX и XXI вв. Доцент В.В. Славкин (МГУ) убедительно показал на примерах речи известных теле- и радиоведущих, что так называемый «стёб» – не только речевая тактика, но и отражение определенного мировоззрения автора, ориентация на конфликт с собеседником, а не на аргументацию и убеждение.

Участники круглого стола «Оппозиции современной журналистики: Факты vs Мнения» обсуждали проблему объективности современной журналистики, стирания границы между фактом и мнением, возвращения к пропагандистской модели журналистики. Результатом обсуждения стал вывод о том, что журналист имеет право предлагать аудитории собственное мнение, но только основанное на верифицированных фактах.

Акцентируя внимание на глобальных проблемах журналистики, участники конференции не обошли вниманием вопросы функционирования медиа в регионах: данная проблематика обсуждалась на секциях «Местная газета: традиции и новые форматы», на круглом столе «Медиасистема городов-миллионников», «Исследование СМИ стран СНГ». Целый ряд докладов был посвящен проблемам функционирования СМИ Крымского полуострова, их интеграции в систему российского медиaprостранства (доклад профессора МГУ Г.Г. Щепиловой и др.). Круглый стол «Медиасистема

городов-миллионников» позволил представить итоги исследований медиасистем крупнейших городов России и Беларуси, проведенных коллективом ученых МГУ во главе с Л.Г. Свитич. С итогами исследования медийной среды своих городов выступили Е.А. Никитина (ОмГУ им. Ф.М. Достоевского), В.В. Смеюха (Ростовский университет путей сообщений) и др. Исследования продолжают уже известную серию публикаций о медиасистемах российских регионов. Вопреки некоторой «негативации» региональных новостей исследователи констатировали жизнеспособность региональных медиасистем и сохранение доверия к ним со стороны населения. Было приятно узнать, что по результатам всероссийского исследования Омская медиасистема оказалась в группе лидеров (вместе с Ростовом-на-Дону, Волгоградом и Екатеринбургом), заняв второе место в рейтинге по совокупности параметров. Исследование будет продолжаться, и специалисты из ОмГУ им. Ф.М. Достоевского приглашены к участию в нем.

Особо отметим, что учеными из различных вузов России и журналистами глубоко и качественно были проанализированы не только практики традиционных СМИ (секция «Газеты и журналы в условиях трансформации медиасистемы»), но и новые медийные технологии (секции «Профессиональное журналистское творчество в современных медиа», «Медийные ресурсы общественной повестки дня»). В секции «PR и реклама в виртуальном пространстве» особо были отмечены собравшимися доклады представителей ОмГУ им. Ф.М. Достоевского И.П. Ромашовой и Е.И. Петровой, осветивших актуальные вопросы взаимоотношений PR- и медийных практик.

Особое направление работы конференции составили секционные заседания и круглые столы по вопросам подготовки современных журналистских кадров с учетом требований работодателей, рынка и современной информационной среды (секции «Научно-образовательные школы журналистики в России: сегодня и завтра», «Теория и технологии современной журналистики», «Редактор медиа: профессиональные задачи и творческие решения», «Новые медиа в высшем образовании», «Формирование социологических компетенций у журналистов», круглый стол «Теория и методика журналистского образования»). Ученые из различных университетов России, Украины, Польши, Казахстана и других стран неоднократно поднимали вопрос о содержании и методиках преподавания журналистского мастерства. Один из круглых столов – «Медийные ресурсы общественной повестки дня» – собрал не только вузовских исследователей и журналистов-практиков, но и социологов, изучающих мнения самих журналистов о профессии. Результаты одного из таких опросов показали, что большинство журналистов более высокого мнения об уровне собственного профессионализма, чем о профессиональной состоятельности всего журналистского цеха. То есть проблема завышенной самооценки характерна как для будущих, так и для действующих журналистов. Эта

особенность профессиональной рефлексии актуальна для преподавателей, читающих курсы журналистики.

Филологические аспекты изучения медиаречи оказались в центре внимания секций «Возможности современной медиаречи», «Литературно-художественная критика: наука, публицистика, искусство», круглых столов «Журналистика как объект академических исследований», «Методы исследования визуального языка СМИ». Заседание круглого стола «Слово в эфире» памяти профессора Г.Я. Солганика привлекло внимание многих специалистов из разных регионов России и зарубежья: Москвы, Ярославля, Санкт-Петербурга, Австрии, Новгорода, Алтая, Омска и др. Интересно, что, какой бы вектор рассуждений о телевизионной, или радишной, или интернет-речи ни выбирался, все специалисты (А.В. Николаева, Л.А. Круглова из МГУ, Б.А. Калягин из ВШЭ, В.М. Пахомов, главный редактор портала «Грамота.ру», О.Ю. Северская из Института русского языка РАН, Т.В. Шмелева из Новгородского университета и др.), возвращались к проблеме нормы и ее вариативности.

Завершил конференцию круглый стол «Журналистика как объект академических исследований: системный и междисциплинарный подходы». Спикерами здесь выступили признанные авторы монографий по теории журналистики: М.В. Шкондин (МГУ), Е.Л. Варганова (МГУ), А.А. Тертычный (МГУ), С.Г. Корконосенко (СПбГУ), Л.Г. Свитич (МГУ), Г.П. Бакулев (ВГИК) и др. Из множества прозвучавших выступлений следует вывод, что быстро меняющаяся журналистская практика требует выработки новых подходов к ее изучению, и наиболее перспективным представляется междисциплинарный подход.

В рамках конференции прошла презентация Национальной ассоциации исследователей масс-медиа (НАММИ), в задачи которой входят масштабные исследования современного состояния медиасектора в России и других странах.

В целом конференция в МГУ, как и в предыдущие годы, высветила наиболее актуальные проблемы современной журналистской практики, стала площадкой для их обсуждения и поиска решений, для обмена опытом и идеями. Лейтмотивом конференции стала идея о том, что журналистика находится в настоящее время в процессе формирования новой парадигмы функций, контента и методик оценки профессионального мастерства. Но, несмотря на изменчивость критериев, с помощью которых оценивается «настоящая» журналистика, медийное образование должно быть направлено, в том числе, на сохранение ключевых этических и профессиональных принципов «большой» журналистики.

---

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE  
“JOURNALISM IN 2016: WORK, OCCUPATION, INDUSTRY”  
(Moscow, February 7-8, 2017)**

**I.P. Romashova<sup>1</sup>, E.A. Nikitina<sup>2</sup>, A.V. Liapina<sup>3</sup>, E.I. Petrova<sup>4</sup>**  
*Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)*

**Abstract:** This article contains a chronicle of the International scientific-practical conference “Journalism in 2016: work, occupation, industry” devoted to the training of journalists and other media sphere technology professionals according to market demands and trends of the media industry as well as a new discursive practices of journalism.

**Key words:** conference, chronicle, journalism, linguistics.

**For citation:**

Romashova, I.P., Nikitina, E.A., Liapina, A.V., Petrova, E.I. (2017), International scientific-practical conference “Journalism in 2016: work, occupation, industry” (Moscow, February 7-8, 2017). *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 134-140. (in Russian)

**About the authors:**

<sup>1</sup> **Romashova Inna Petrovna**, Dr., Associate Professor of the Chair of Theoretical and Applied Linguistics

<sup>2</sup> **Nikitina Elena Arkadievna**, Dr., Associate Professor of the Chair of Theoretical and Applied Linguistics

<sup>3</sup> **Liapina Alina Viktorovna**, Dr., Associate Professor of the Chair of Russian and Foreign Literature

<sup>4</sup> **Petrova Elena Igorevna**, lecturer of the Chair of Journalism and Media Linguistics

**Corresponding authors:**

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

<sup>1</sup> E-mail: romashova.inna@gmail.com

<sup>2</sup> E-mail: el\_nikitina@rambler.ru

<sup>3</sup> E-mail: a.v.liapina@mail.ru

<sup>4</sup> E-mail: pelena11@yandex.ru

**Received:** February 12, 2017

## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

### INFORMATION FOR AUTHORS

#### *Правила представления авторами рукописей*

Редакционная коллегия приглашает к сотрудничеству всех специалистов, интересующихся коммуникативными исследованиями и смежными проблемами. Публикация материалов осуществляется на русском и английском языках.

Журнал выходит четыре раза в год. Ежегодно срок подачи статей для первого номера – **до 1 февраля**; для второго – **1 апреля**; для третьего – **1 августа**; для четвертого – **до 1 октября**.

Письмо-заявка кроме самой статьи включает **отдельный файл** со сведениями об авторе.

Для публикации статья должна соответствовать требованиям РИНЦ, Web of Science и Scopus, т. е. помимо основного текста содержать следующие сведения, представленные на **русском и английском** языках:

1. УДК.

2. Название статьи (прописными буквами); инициалы и фамилию автора (-ов); аннотацию (резюме) (10–15 строк, отражающих основное содержание статьи); ключевые слова (5–8 слов через запятую) – на русском языке. Обращаем внимание авторов на то, что объем аннотации к статье в международном журнале обычно составляет около **700–1500 знаков с пробелами**. Аннотация должна быть составлена самостоятельно, а не повторять фрагменты статьи.

3. Информацию п. 2 в той же последовательности – на английском языке (ФИО автора (ов) – в транслитерации).

4. Полный текст статьи на русском или английском языке.

5. Список литературы на русском языке. Нумерация в списке литературы идет по алфавиту, в случае нескольких ссылок на одного автора – по хронологии. В список литературы включаются только те источники, на которые есть ссылки в тексте статьи.

6. Список литературы в латинице (References): транслитерация имени автора; год публикации (в круглых скобках); выделенные курсивом транслитерация названия источника и – в квадратных скобках – его перевод; если речь идет о публикации внутри сборника или журнала, то прежде по аналогичному принципу указывается название материала, на который дается ссылка, – без выделения курсивом и отделенное от названия источника точкой; английский вариант названия места издания и транслитерация названия издающей организации, с указанием publ. (если речь идет о книжной публикации). Прочие данные (сведения о редакторе или составителе, сведения об издании, номер выпуска, объем) приводятся в переводе на английский язык с использованием принятых сокращений.

В случае, если выходные сведения источника уже содержали перевод необходимых элементов записи (как правило, если речь идет о журнальных публикациях или переводной литературе), равно в случае «типовых» названий (например, «собрание сочинений» или «толковый словарь»), в описании источника достаточно привести лишь перевод, без сопровождения его транслитерацией, но в конце описания дав в круглых скобках указание на язык источника (in Russian).

7. Список источников речевых иллюстраций, если автор считает необходимым его представление. Оформляется отдельно по представленным выше правилам под заголовком «Источники», на латинице – «Sources».

8. Данные об авторах: фамилия, имя, отчество полностью; ученая степень; ученое звание; должность с указанием организации; юридический адрес организации (не домашний); электронная почта автора (-ов).

9. Информацию п. 8 на английском языке в той же последовательности: фамилия, имя, отчество автора (-ов); ученая степень; ученое звание; должность; название организации; юридический адрес организации; электронная почта.

### ***Требования к оформлению***

Гарнитура – Times New Roman. Кегль основного текста – 14 pt, списков литературы, аннотации и ключевых слов – 12 pt. Везде используется абзац 1,0 см и одинарный интервал. Все поля – по 2 см. Объем предлагаемого материала не должен превышать **30 000 знаков** с учетом пробелов, включая примечания и литературу.

Ссылка в тексте на цитируемые работы оформляется в виде [Иванов 2008: 25].

**Речевые иллюстрации** набираются курсивом без заключения в кавычки, выделения делаются жирным шрифтом.

Ссылка на источник фактического материала оформляется в круглых скобках следующими способами:

(Л. Улицкая. Священный мусор),  
(Огонек. 2013. №1),  
(НТВ. Сегодня. 7.08.2013),  
(<http://file-rf.ru/analytics/54> 3.03.2013).

Сноски желательно минимизировать. В случае необходимости следует давать их в сквозной нумерации в конце страницы.

Сокращения, условные обозначения и цитаты оформляются в соответствии с общепринятыми стандартами (ГОСТ Р 7.0.5–2008).

Обращаем внимание авторов на то, что в Международном журнале часть информации представляется **на английском языке** (заглавия статей, аннотации, ключевые слова, названия организаций, к которым приписан автор, обозначения выходных данных). Ответственность за качество перевода возлагается на автора. Другая часть, которая не переводится на английский язык (фамилии авторов, русскоязычные названия первоисточников в списках литературы, собственные названия организаций и издательств), представляемых в оригинале в кириллице, должна

быть представлена в романском (латинском) алфавите в одной из принятых систем транслитерации.

**Данное требование является обязательным в журналах, реферируемых в международных системах научного цитирования Web of Science и Scopus.**

### *Образец оформления списка литературы*

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

**Книга:** Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.

**Статья в журнале:** Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5. С. 126–139.

**Часть книги:** Серль Дж. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. М., 1986. С. 195–222.

**Материалы конференции:** Кабакова Ю.А. Убеждение как сложный комплексный речевой акт // Теория и практика германских и романских языков: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2000. С. 96–98.

**Электронный ресурс:** Гусейнов Г.Ч. Заметки к антропологии русского Интернета // НЛО. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 01.06.2015).

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского: официальный сайт. URL: <http://www.omsu.ru> (дата обращения: 24.06.2015).

#### **REFERENCES**

**Книга:** Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [*The General Linguistics*], Moscow, Progress Publ., 448 p.

**Статья в журнале:** Kibrik, A.A. (1994), *Kognitivnye issledovaniya po diskursu* [Cognitive research on discourse]. *Voprosy yazykoznaninya* [*Linguistics Questions*], No. 5, pp. 223-235.

**Часть книги:** Searle, J. (1986), *Kosvennye rechevye акты* [Indirect speech acts]. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* [*New in foreign linguistics*], Moscow, Iss. XVII, pp. 195-222.

**Материалы конференции:** Kabakova, Yu.A. (2000), *Ubezhdenie kak slozhnyi kompleksnyi rechevoi акт* [Persuasion as a complex integrated speech act]. *Teoriya i praktika germanskikh i romanskikh yazykov* [*Theory and practice of German and Romance Languages*], Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference, Ulyanovsk, pp. 96-98.

**Электронный ресурс:** Guseinov, G.Ch. (2000), *Zametki k antropologii russkogo Interneta* [Notes to the Anthropology of the Russian Internet]. *Novoe*



*literaturnoe obozrenie* [*New Literary Observer*], No. 43, available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (accessed date: June 1, 2015).

*Dostoevsky Omsk State University*, available at: <http://www.omsu.ru> (accessed date: June 24, 2015).

Просим учесть, что материалы, не соответствующие тематике журнала или оформленные не в соответствии с перечисленными требованиями, к рассмотрению не принимаются.

Каждая поступившая в редакцию журнала статья рецензируется двумя анонимными рецензентами из числа российских и зарубежных ученых, компетентных в проблематике статьи. Файл с текстом статьи передается рецензентам тоже анонимно, т. е. без имени автора статьи и данных о нем. Рецензент должен оценить соответствие статьи проблематике журнала, актуальность и оригинальность работы, анализ материала и язык, написать краткое обоснование / рекомендации. Замечания, содержащиеся в рецензиях (если есть), пересылаются автору статьи (без указания имени рецензента). Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензента.

---

### Контакты

644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а. ОмГУ им. Ф.М. Достоевского  
Факультет филологии и медиакоммуникаций. Тел.: +7 (3812) 229-815  
Кафедра прикладной и теоретической лингвистики. Тел.: +7 (3812) 670-620

*Гл. редактор* Иссерс Оксана Сергеевна  
*Отв. секретарь* Терских Марина Викторовна ([terskihm@mail.ru](mailto:terskihm@mail.ru))