ИЗДАТЕЛЬ И УЧРЕДИТЕЛЬ
НАЦИОНАЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

2306-1286 (Print)

2541-7614 (Online)

ВОПРОСЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Выпуск 1 (45)

Москва

2022

ВОПРОСЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Образовательный журнал
2022
Выпуск 1 (45)
Основан в 2007 году
Выходит 4 раза в год

Издатель и учредитель:
«Некоммерческое партнерство «Национальное Объединение Преподавателей Иностранных Языков Делового и Профессионального Общения в сфере бизнеса», созданное при поддержке РУДН
Адрес: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА:

Малюга Е.Н., академик РАЕН, доктор филологических наук, профессор (ответственный редактор, Москва, РУДН),
Бауэр Карин, доктор, профессор (Канада, университет Макгилла),
Битти Кен, доктор, профессор (США, Университет Анахайм)
Доллеруп Кай, доктор, профессор (Дания, Копенгагенский ун-т),
Клюканов И.Э., доктор филологических наук, профессор (США, Восточно-Вашингтонский университет)
Круглов Алекс, доктор филологических наук, профессор (Великобритания, Университетский колледж Лондона),
О'Дауд Роберт, доктор, профессор (Испания, Леонский университет),
Томалин Барри, профессор (Великобритания, Лондонская дипломатическая академия),
Ханзен Фолькмар, доктор, профессор (Германия, ун-т Дюссельдорфа),
Александрова О.В., академик РАЕН, доктор филологических наук, профессор (Москва, МГУ),
Волкова З.Н., доктор филологических наук, профессор (Москва, УРАО),
Дмитренко Т.А., академик МАНПО, доктор педагогических наук, профессор (Москва, МПГУ),
Лебедева И.С., кандидат филологических наук, доцент (Москва, МГЛУ),
Михеева Н.Ф., академик МАН ВШ, доктор филологических наук, профессор (Москва, РУДН),
Назарова Т.Б., доктор филологических наук, профессор (Москва, МГУ),
Пономаренко Е.В., академик РАЕН, доктор филологических наук, профессор (Москва, МГИМО (Университет) МИД России)
Радченко О.А., доктор филологических наук, профессор (Москва, МГЛУ),
Харьковская А.А., кандидат филологических наук, профессор (Самара, СамГУ),
Храмченко Д.С., доктор филологических наук, профессор (Москва, МГИМО (Университет) МИД России),
Шевлякова Д.А., доктор культурологии, профессор (Москва, МГУ).

Материалы посвящены актуальным проблемам преподавания иностранного языка делового общения, современным тенденциям профессионально-ориентированного обучения иностранным языкам, использованию новых информационных технологий в учебном процессе, стратегиям обучения переводу в неязыковом ВУЗе, актуальным проблемам современной лингвистики. Тексты материалов печатаются в авторской редакции. Журнал индексируется ВАК, РИНЦ, Google Scholar, Ulrich's Periodicals, Crossref, EBSCO.
Некоммерческое партнерство НОПДиПО создано при поддержке РУДН.

2306-1286 (Print)
2541-7614 (Online)
https://doi.org/10.25076/vpl.45

© Российский университет дружбы народов, Издательство, 2022
© Коллектив авторов, 2022

PUBLISHER AND FOUNDER
THE BUSINESS AND VOCATIONAL FOREIGN LANGUAGES TEACHERS NATIONAL ASSOCIATION

2306-1286 (Print)

2541-7614 (Online)

ISSUES OF APPLIED LINGUISTICS

Issue 1 (45)

Moscow

2022

ISSUES OF APPLIED LINGUISTICS

Educational Journal

2022
Issue 1 (45)
Established in 2007
4 times a year

Publisher and founder:
Non-profit organization "The Business and Vocational Foreign Languages Teachers National Association" created with the support of RUDN University
Address: 117198, Moscow, Miklukho-Maklaya, 6

EDITORIAL BOARD MEMBERS:

Malyuga E.N., Academician of Russian Academy of Natural Sciences, Dr. of Philology, Prof. (Editor-in-chief. Moscow, Peoples' Friendship University of Russia),
Bauer Karin PhD Prof. (Canada, University McGill),
Beatty Ken Prof. Dr. (USA, Anaheim University)
Dollerup Cay PhD Prof. (Denmark, University of Copenhagen),
Klyukanov Igor Prof. (USA, Eastern Washington University),
Krouglov Alex, Prof. Dr. (Great Britain, University College London),
O'Dowd Robert Prof. Dr. (Spain, University of León)
Tomalin Barry Prof. (Great Britain, London Academy of Diplomacy),
Hansen Volkmar Prof. Dr. (Germany, University of Duesseldorf),
Alexandrova O.V., Academician of Russian Academy of Natural Sciences, Dr. of Philology, Prof. (Moscow, Moscow State University),
Volkova Z.N., Dr. of Philology, Prof. (Moscow, University of Russian Academy of Education),
Dmitrenko T.A., Academician of International Academy of Science and Higher School, Dr. of Pedagogy, Prof. (Moscow, Moscow State Pedagogical University),
Lebedeva I.S., Cand. of Sc. (Philology), Assoc. Prof. (Moscow State Linguistic University)
Mikheeva N.F., Academician of International Academy of Science and Higher School, Dr. of Philology, Prof. (Moscow, Peoples' Friendship University of Russia),
Nazarova T.B., Dr. of Philology, Prof. (Moscow, Moscow State University),
Ponomarenko E.V., Academician of Russian Academy of Natural Sciences, Dr. of Philology, Prof. (Moscow, MGIMO University),
Radchenko O.A., Dr. of Philology, Prof. (Moscow, Moscow State Linguistic University),
Kharkovskaya A.A., Cand. of Sc. (Philology), Prof. (Samara, Samara State University),
Khramchenko D.S., Dr. of Philology, Prof. (Moscow, MGIMO University),
Shevlyakova D.A., Dr., Prof. (Moscow, Moscow State University).

The Journal is indexed by Higher Attestation Commission, Russian Science Citation Index, Google Scholar, Ulrich's Periodicals, Crossref, EBSCO.
The non-profit partnership BVFLTNA was created with the support of RUDN University.

2306-1286 (Print)
2541-7614 (Online)
https://doi.org/10.25076/vpl.45

© Peoples' Friendship University of Russia, Publishing house, 2022
© Authors, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Научные статьи

ШИРЯЕВА Т.А., ЛИТВИШКО О.М. 7
CLIL как ответ на современные вызовы в профессиональном образовании

МАЛЮГА Е.Н., МОСКВИЧЕВА Е.А. 37
Хеджирование в англоязычной деловой коммуникации: лингвопрагматический аспект

ГОРОЖАНОВ А.И., ГУСЕЙНОВА И.А., СТЕПАНОВА Д.В. 62
Инструментарий автоматизированного анализа перевода художественного произведения

РАДИНА Н.К., КОЗЛОВА А.В. 89
Тональность как фактор успешности электронной петиции (на материалах change.org)

ПОПОВА С.Н., ЛУКЬЯНОВА Т.А. 114
Синтаксическая модальность и ее примеры в экономическом дискурсе

РАДЮК А.В., УМЕРОВА Д.Н. 136
Речевые тактики в бизнес дискурсе: языковые особенности использования суггестии в деловых переговорах

CONTENTS

Scientific articles

SHIRYAEVA T.A., LITVISHKO O.M. 7
CLIL as a reply to modern challenges in the vocational education

MALYUGA E.N., MOSKVICHEVA E.A. 37
Hedging in English business discourse: the liguopragmatic aspect

GOROZHANOV A.I., GUSEYNOVA I.A., STEPANOVA D.V. 62
Tools for automated analysis of fiction work translation

RADINA N.K., KOZLOVA A.V. 89
Text sentiment as a factor of electronic petition success (on the data collected from change.org)

POPOVA S.N., LUKIANOVA T.A., 114
Syntactic modality and its examples in economic discourse

RADYUK A.V., UMEROVA D.N. 136
Speech tactics in business discourse: linguistic features of the suggestion in business negotiations

НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

УДК 81'373.43
https://doi.org/10.25076/vpl.45.01
Т.А. Ширяева,
О.М. Литвишко
Пятигорский государственный университет

CLIL КАК ОТВЕТ НА СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Статья посвящена изучению методики CLIL как одного из способов решения проблем, стоящих сегодня перед высшим образованием: дефицита кадров, владеющих иностранным языком; неприспособленности образовательных систем, сформировавшихся в первую промышленную революцию, к требованиям четвертой; стремительного развития гигэкономики, требующей трансформации сокращающихся отраслей деятельности в возникающие новые; значительного роста уровня владения английским языком выпускников вузов как фактора самореализации личности, профессионального роста, увеличения конкурентоспособности и благосостояния.

В статье доказывается, что методика CLIL, применяемая в ряде стран со стабильно высоким уровнем владения английским языком, обусловливает выдающиеся результаты студентов в личной жизни и профессиональной деятельности. Цель работы – презентация эффективного опыта создания тщательно-продуманной концепции овладения иностранным языком студентами-юристами как одному из эффективных инструментов профессионального становления в области финансового права. Пристальное внимание отводится как непосредственному профессиональному становлению студентов по финансовому праву, так и активному овладению английским языком, служащему инструментом профессиональной деятельности, в процессе использования авторского учебника «Финансовое право: лекции, практикум, билингвальный тренажер».

Данный учебник является инновационным благодаря трем основным факторам. Во-первых, учебник формирует фундаментальные знания учащихся – целостную картину мира профессиональной области, тезаурус дисциплины, междисциплинарные связи. Во-вторых, способствует развитию коммуникативных профессиональных навыков – мотивирует к межличностному общению и профессиональному взаимодействию, используя полученные специальные знания, с учетом культурных особенностей участников. Наконец, данный учебник развивает мета-знания – творчество, решение проблем, критическое мышление, сотрудничество, общение.

Ключевые слова: английский язык, CLIL (интегрированное обучение профессиональному содержанию), билингвальный учебник, трансфер знаний, профессиональное обучение, профессиональная идентичность, финансовое право, междисциплинарные связи

UDC 81'373.43
https://doi.org/10.25076/vpl.45.01
T.A. Shiryaeva,
O.M. Litvishko
Pyatigorsk State University

CLIL AS A REPLY TO MODERN CHALLENGES IN THE VOCATIONAL EDUCATION

This article discusses the study of content language integrated learning (CLIL) as one of the ways to solve the current problems of higher education such as shortage of staff speaking a foreign language; the inadaptability of educational systems, formed during the first industrial revolution, to the requirements of the fourth; the rapid development of the gig economy, which requires a rapid transition from shrinking industries to emerging new ones; a significant increase in the level of English proficiency among university graduates to self-actualize and increase competitiveness and well-being.

The authors argue that CLIL approach used in various countries demonstrating consistently very high or high levels of English proficiency, largely determines the inspiring results of students both in

personal life and professional activity. The purpose of this work is to present an effective experience in creating a carefully thought-out comprehensive concept of mastering a foreign language by law students as one of the effective tools for their professional development in the field of financial law. The article focuses on both the direct professional development of law students in financial law and their active mastery of English, which serves as a tool for their professional activity in the process of using the authors' textbook "Financial Law: Lectures, Practicum, Bilingual Simulator".

This textbook, according to the authors, is innovative due to three main factors. First, it forms the fundamental knowledge of students, including a holistic picture of the world of a given professional field, a discipline thesaurus, and interdisciplinary connections. Secondly, it contributes to the development of professional communication skills, i.e. interpersonal communication and professional interaction based on the acquired knowledge of the studied area, while taking into account the cultural characteristics of the participants. Finally, this textbook develops students' meta-knowledge, including creativity, problem solving, critical thinking, collaboration and communication.

Keywords: English, CLIL (Content language integrated learning), bilingual textbook; knowledge transfer, professional education, professional identity, financial law, interdisciplinarity

Введение

Сегодня ни у кого не вызывает сомнений, что действительно успешную карьеру практически во всех отраслях профессиональной деятельности невозможно построить без хорошего знания иностранного языка. Владение иностранным языком (чаще всего речь все-таки идет об английском), даже на уровне Upper Intermediate, является одним из важнейших требований при выборе сотрудника на вакансию, открытую как в российской, так и в зарубежной преуспевающей компании. И работодатели, и рекрутеры крупных предприятий указывают на владение английским (и / или другими иностранными языками) как на конкурентное преимущество кандидата – в 90% случаев языковая компетенция позитивно сказывается и на траектории карьерного роста, и на будущей зарплате специалиста. По данным крупнейшей в России и на бывшем постсоветском пространстве

компании интернет-рекрутмента HeadHunter, сотрудник с хорошим знанием английского языка, поступая на работу, имеет хорошие шансы получить надбавку в размере 10-20% от общей суммы дохода и быть продвинутым в компании в течение ближайших 5-7 месяцев (Знание английского …). И все эти карьерные перспективы во многом зависят от уровня развития языковой компетенции кандидата.

Данные тенденции совершенно не удивительны, поскольку знание иностранного языка, во-первых, выступает чрезвычайно эффективным инструментом в выстраивании коммуникативных сетей как внутри, так и вне отрасли работы. Способность устанавливать связи – одна из главных характеристик «гражданина мира», дополняющая такие качества, как любопытство, умение идти на контакт и чувство совместной ответственности за происходящее за пределами своих прямых обязанностей. Не вызывает сомнений, что сегодня английский язык прежде всего помогает устанавливать связи между людьми. Очевидно, что английский язык, впрочем, как и любой другой иностранный язык, – это возможность безграничного расширения горизонтов и снижения различных помех и барьеров в профессиональной деятельности. Свободное владение английским языком ускоряет обмен информацией во много раз. И, наконец, именно английский язык – замечательный и абсолютно незаменимый ресурс для профессионального развития и постоянного повышения квалификации, хотя бы потому, что объем интернет-контента на английском языке в 11-12 раз превышает его русскоязычную часть (Знание английского …), даже не упоминая всех тех образовательных возможностей ведущих университетов и корпораций мира, которые доступны, если человек на высоком уровне владеет английским языком. Безусловно, что все перечисленное ни для кого не является новостью. Более того, данные тезисы звучат как аксиомы, о которых даже не нужно напоминать преподавателям иностранного языка. Тем не менее, возникает вопрос – все ли так позитивно в РФ с уровнем владения английским языком, как думается российскому педагогическому сообществу и как декларируется с различных трибун?

Детальное изучение отчета за 2021 г. крупнейшего в мире рейтинга уровня владения английским языком

(https://www.ef.ru/epi/), который из года в год осуществляется мировым образовательным консорциумом “Education First”, показывает, что ситуация в РФ выглядит далеко не столь позитивно, как об этом принято говорить и как бы этого хотелось специалистам и преподавателям английского языка. В результате тестирования уровня английского языка, проведенного среди 2 миллионов взрослых людей в 112 странах и регионах, Россия занимает лишь 51 место (https://www.ef.ru/), демонстрируя только средний уровень владения английским языком из возможных 5 уровней (очень высокого, высокого, среднего, низкого и очень низкого). Но даже в группе со средним уровнем владения английским языком у Российской Федерации место, далекое от максимальных показателей в рамках данной группы.

Так, группу со средним уровнем возглавляет Гонконг (Китай), занимающий 32 место, жители которого показывают знание английского языка в 545 баллов, в то время как лидеры мирового рейтинга Нидерланды имеют результат в 663 балла, а участники из России оцениваются только в 511 баллов. Конечно, можно в очередной раз упомянуть огромную географическую территорию РФ, ее различную плотность заселения. Однако даже если проанализировать упомянутый выше рейтинг в аспекте владения английским языком городским населением, то и Санкт Петербург, и Москва с 537 и 535 баллами соответственно тоже оказываются только в средней группе, уступив и в этой группе жителям Ханоя и Хайдарабада, набравшим по 548 баллов, Сан-Паулу с 548 баллами, Гонконга (545), Шанхая (543), Минска (538). В то время как лидеры городского рейтинга – Амстердам и Копенгаген показывают результаты тестирования в 682 и 668 баллов соответственно (https://www.ef.ru/).

Как видно из приведенных данных, результаты мирового рейтинга выглядят далеко неутешительными и однозначно заставляют задуматься, что же можно сделать в сложившейся в российском образовании ситуации, когда спрос рынка труда на людей, обладающих хорошим и уверенным знанием английского языка, существенно выше предложения, когда образовательные системы, сформировавшиеся в период первой промышленной революции, еще не приспособились к требованиям четвертой, когда стремительное развитие гигэкономики ставит перед людьми задачу

быстрого перехода из сокращающихся отраслей в возникающие новые.

Цель статьи

В сложившейся ситуации не вызывает сомнений тот факт, что существующее положение вещей требует безотлагательных мер, направленных на повышение именно качественной составляющей обучения английскому языку. Очевидно, что только тщательно-продуманная комплексная концепция овладения иностранным языком, в которой пристальное внимание отводится тому методическому сопровождению, которое обеспечивает данный процесс, может дать определенные результаты. Целью настоящей статьи является презентация опыта Пятигорского государственного университета по разработке принципиально нового учебника, отвечающего всем современным вызовам и служащего мощным мотивационным средством для повышения уровня английского языка. Этот учебник создан на основе такой методической концепции, которая включает, наравне с инновационными образовательными подходами, применением информационных технологий, личными творческими коворкингами, систему методических приемов интегрированного обучения профессиональному содержанию на иностранном языке, т.е. CLIL (content language integrated learning), что делает его и интересным, и эффективным, и инновационным. Система методических приемов CLIL демонстрирует принципиально новый подход в изучении иностранного языка в рамках программ профессионального образования.

Обзор литературы

Методика интегрированного обучения профессиональному содержанию на иностранном языке доказала свою чрезвычайную эффективность во всем мире (immersion Språkbad – Швеция, двуязычное образование – Венгрия, многоязычное образование – Латвия, интегрированная учебная программа – Испания, Languages across the curriculum – Австрия, языковое обучение – Финляндия) (Литвишко, Гарамян, 2019, с. 165), то есть все те страны, которые в рейтинге уровня владения английским языком за 2021 г. значительно опережают Россию по количественным и качественным показателям, активно используют данный подход в овладении иностранными языками. Многие европейские

университеты адаптировали основанный на CLIL подход к изучению ряда гуманитарных дисциплин, медицины, инженерии, экономики, бизнеса и права. Тем не менее, в данном контексте полагаем важным отметить, что подобные курсы, разработанные в соответствии с методическими принципами CLIL, в большей степени присутствуют на уровне магистерских программ, при этом их преподавание осуществляется либо исключительно на иностранном языке (наиболее распространенным является английский язык), либо включают объемные англоязычные составные части. На бакалаврском уровне подобные программы не столь многочисленны и интенсивны.

Если же проанализировать сложившуюся в РФ ситуацию, то, несмотря на признание и востребованность данной методики овладения иностранным языком во многих странах, CLIL полноценно внедрен только в ограниченном перечне российских университетов. Как правило, образовательные курсы, основанные на интегрированном обучении профессиональному содержанию на иностранном языке, осуществляются в основном в рамках экспериментальных программ обучения (Баранова и др., 2019; Литвишко и др., 2020; Сидоренко и др., 2018; Shiryaeva et al, 2021). К сожалению, нужно признать, что подобные курсы также не были включены в типовые учебные программы, утвержденные государственными образовательными учреждениями. Тем не менее, большое количество научных и прикладных исследований, посвященных CLIL в России (Батурина и др., 2017; Литвишко и др., 2019; Попова и др., 2018), сосредоточены в основном на интеграции обсуждаемого метода в различные программы высшего образования, что открывает перспективы для его более широкого внедрения в учебный процесс в будущем.

Итак, сам термин “CLIL” был введен в науку о методах обучения Дэвидом Маршем, исследователем билингвизма и полилингвального образования университета Ювяскюля (Финляндия), чтобы обозначить учебные ситуации, когда преподавание целых дисциплин или их частей осуществляется с помощью «дополнительного», то есть иностранного языка. По мнению Д. Марша, CLIL может быть применим к любому образовательному контексту, который в равной степени сфокусирован на двух аспектах – изучении неязыковой дисциплины

и иностранного языка. В данной ситуации дополнительный (т.е. иностранный) язык является средством овладения неязыковой дисциплиной. Таким образом, в процессе обучения преследуется двойная цель – одновременное изучение профессиональной дисциплины и иностранного языка, при этом в таком образовательном процессе язык выступает одновременно и инструментом изучения неязыковых дисциплин, и средством развития коммуникативной компетенции (Coyle et al, 2010). В более широком смысле этот метод обучения подразумевает любую учебную деятельность, в которой иностранный язык используется как средство овладения профессиональными знаниями, т.е. речь идет о выстраивании такого образовательного процесса, в котором и язык, и дисциплина объединены общей целью.

Как отмечают многие исследователи, CLIL сосредоточен вокруг четырех ключевых элементов – содержания, коммуникации, познания, культуры (Dalton-Puffer, 2007; Mehisto etal, 2008); их тесная взаимосвязь обеспечивает эффективность, измерение которой подразумевает пять основных критериев уровня сформированности языковой компетенции, а именно: а) овладение знаниями и формирование навыков понимания содержания; б) ускорение высоких когнитивных процессов; в) коммуникативное взаимодействие; г) развитие соответствующих коммуникативных навыков; д) формирование межкультурных компетенций (Harrop, 2012).

Сформировавшийся как независимый метод обучения в 1990-х годах, в последнее время CLIL привлекает внимание многих ученых и профессионалов в области преподавания во всем мире. Здесь нужно отметить, что если в начале 21 века в основном изучались общие принципы методологии CLIL (Lasagabaster, Sierra, 2010; Mehisto, et al, 2008) или раскрывался индивидуальный опыт и описывались особенности внедрения CLIL в Европе (Breidbach, Viebrock, 2012; Sylvén, 2013); то более поздние работы связаны с анализом CLIL либо в рамках дискурса и лингвистических исследований (Llinares, Morton, 2017; Raitbauer et al, 2018), либо его изучения как метода обучения, направленного на выработку различных языковых и неязыковых навыков (Hughes, Madrid, 2020; Nikula, Moore, 2019), при этом значительно выходя за рамки

европейской образовательной повестки (Turner, 2019; Wu, Lin, 2019).

Итак, сегодня методические принципы CLIL успешно применяются на различных этапах обучения – в начальной и средней школе, на уровне университетских программ. Так, на начальном этапе обучения элементы данной методики активно внедряются в процесс изучения большинства предметов, в том числе естественнонаучных дисциплин, одновременно развивая базовые навыки иноязычного общения. Кроме того, обучение по данной методике в раннем возрасте нацелено на подготовку учащихся к интенсивному и целенаправленному изучению иностранного языка, как общего, так и специального, на следующем этапе обучения, т.е. в средней школе. Такое внедрение иностранного языка предполагает поэтапную стратегию усиления языкового компоненты – сначала фрагмент занятия, построенный в соответствии с методикой CLIL, длится несколько минут, на заключительном этапе присутствует в формате полного урока несколько раз в неделю, что способствует эффективной подготовке к дальнейшему обучению.

В данной связи представляется необходимым обозначить ряд особенностей применения методики CLIL на этапе начального обучения, которые, по мнению С. Покривчаковой (Pokrivčáková, 2010) включают следующие: приоритет в обучении отдается коммуникации, при этом беглость в использовании иностранного языка поощряется больше, чем точность, которая важна лишь для фонетической стороны речи; широкое применение технологии активного слушания; стимулирование творческой активности обучающихся посредством тщательного выбора заданий согласно интересам, сложности и стилям обучения; включение двигательной активности в образовательный процесс; конкретность и реальность учебных заданий.

Часть данных особенностей не теряет свою актуальность и на последующих этапах обучения. Так, в средней школе большой акцент сделан на развитие иноязычной коммуникативной компетенции и целенаправленности изучения иностранного языка, поскольку обучаемые начинают осознавать потребность в его изучении – они понимают, что могут использовать его для решения реалистичных коммуникативных задач. Кроме того,

целенаправленность и реалистичность обучения развивают навыки мышления, выражения собственного мнения и приведения аргументов. Таким образом, испытывая потребность в иностранном языке, студенты развивают позитивное отношение к его изучению, что неизбежно повышает их мотивацию овладеть иностранным языком на более высоком уровне (Stratieva-Ivanova, Todorova, 2018, p. 10).

Несмотря на различия в подходах и целях исследования CLIL, единственный вопрос, которые вызывает полное понимание и единодушие – это важность создания определенной учебной среды, которая обеспечивает интеграцию содержания и языка. Сегодня как никогда важно понять и принять концепцию перехода на двуязычное преподавание профессиональных дисциплин, что в первую очередь направлено на непосредственное изучение самого специального курса, вербализованного языковыми средствами неродного языка, то есть специальная дисциплина представляет собой содержание, интегрированное в процесс изучения иностранного языка. И здесь чрезвычайно важно адаптировать содержание к потребностям существующих реалий как самогó профессионального содержания, так и лингвокультурных традиций языка, на котором происходит овладение профессиональными знаниями.

Конечно, подобный образовательный процесс подразумевает активное вовлечение учащихся в работу с реальными жизненными ситуациями, а не с воображаемыми объектами, что свойственно большинству традиционных методов обучения. В данном контексте и практики, и исследователи в сфере лингводидактики единодушны во мнении о том, что именно конкретность и актуальность учебных заданий стимулирует познавательную деятельность учащихся, побуждая их мыслить реальными терминами, в то же время, овладевая реальными профессиональными знаниями произвольно и эмоционально.

Однако нужно признать, что, к сожалению, при всех очевидных достоинствах применения подходов CLIL в реализации образовательных программ, сегодня ряд исследователей (Cimermanová, 2020; Czura, 2017) обращает внимание на отсутствие «подходящих материалов, преследующих двойную цель» (Cimermanová, 2020, p. 89) и настаивает на «полной интеграции

целей, связанных как с содержанием, так и с языком» (Czura, 2017, p. 37). Не вызывает сомнений, что учебник на основе CLIL должен соответствовать определенным требованиям, выполнение которых призвано способствовать повышению эффективности преподавания как профессиональной дисциплины, так и иностранного языка, тем самым активизируя передачу знаний в обеих областях. Однако при разработке курсов в соответствии с принципами методологии CLIL важно избежать серьезной ошибки, которая, к сожалению, встречается достаточно часто, а именно – необходимо исключить перевод материалов профессиональной дисциплины на иностранный язык.

По мнению известного исследователя CLIL А. Чура, «перевода материалов недостаточно». Более того, некоторые преподаватели ошибочно принимают «переведенные версии обычных учебников, написанных на родном языке учащихся» за учебники на основе CLIL, что в конечном итоге становится «демотивирующим фактором для учащихся, которые борются с содержанием, обусловленным языковыми требованиями неродного языка и культурной сложностью текста» (Czura, 2017, p. 36). Чтобы избежать подобной негативной образовательной тенденции П. Мехисто (Mehisto, 2012, p. 17-25) определяет ряд требований к материалам, разработанным в соответствии с принципами CLIL, которые включают (см. Таб.1):

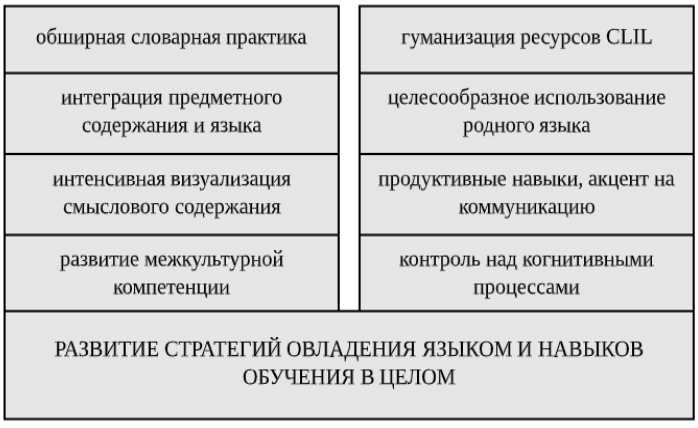
Таблица 1. Общие и специальные требования к учебным материалам, разработанным согласно принципам CLIL

Общие требования	***Специальные требования***
Должны поддерживать, а не ограничивать учителя и ученика	Делают цели и процесс обучения понятными для студентов
Способствуют созданию реляци-онных связей между обучением и жизнью	Систематически содействуют развитию языковой компетенции
Являются частью более масштабного контекста, который развивает знания и предмета, и языка	Стимулируют познавательные навыки, действуя от простого к сложному в отношении: а) предметного содержания; б)

Помогают студентам строить и развивать навыки обучения	языка; в) развития навыков обучения, помогая студентам достичь значительно большего, чем они достигли бы самостоятельно
Развивают критическое и творческое мышление, автономность обучения	
Избегают предвзятости и стереотипов, развивая межкультурную компетенцию	Находят возможность использования аутентичных материалов и языка
Развивают медийную грамотность	Включ. обучение в сотрудничестве
Помогают студентам осознать свою роль в обществе	Помогают создать безопасную обучающую среду
Способствуют ответственному учебному поведению студентов	Способствуют развитию навыков обучения и автономии
Развивают чувство принадлежности к группе, вовлеченности	Помогают сделать обучение осмысленным и целенаправленным

Основываясь на специфике CLIL и ее многогранных целях, А. Чура (Czura, 2017, p. 41-43), в свою очередь, предлагает свой список требований к разработке учебной программы (см. Рис.1):

Рисунок 1. CLIL-требования к учебной программе



Результаты и обсуждение

Безусловно, нужно отметить, что как в России, так и в других странах предпринимаются многочисленные попытки, одни из которых более успешны, другие – менее, нацеленные на разработку одновременно эффективного и мотивирующего учебника, который сформировал бы у студентов профессиональную языковую личность, способную вести профессиональную деятельность не только на родном языке, но и на иностранном. Одним из таких, на наш взгляд, успешных экспериментов является инновационный учебник «Финансовое право: лекции, практикум, билингвальный тренажер», созданный в тесном сотрудничестве преподавателями кафедр «Английского языка и профессиональной коммуникации» и «Гражданского права» Пятигорского государственного университета.

Изначально необходимо подчеркнуть, что одной из основных задач данного учебника является создание двуязычной образовательной среды для студентов, способствующей как освоению профессиональной дисциплины – «Финансовое право», так и активному использованию английского языка в качестве информационного, когнитивного и коммуникативного инструмента. Здесь важно особо отметить ту доминантную установку, которой руководствовались авторы учебника, а именно: формирование профессиональной языковой личности студента происходит на основе одновременного погружения в два образовательных пространства. С одной стороны, студенту необходимо овладеть картиной мира, терминологическим аппаратом, общепринятыми дискурсивными практиками в финансовом праве, с другой – студент имеет возможность сопоставить складывающуюся у него «профессиональную матрицу» с аутентичной картиной финансового права в англоязычных странах, т.е. студенту изначально предоставляется возможность не только видеть положение дел в финансовом праве РФ, но и соотносить и соизмерять существующие правовые аспекты и реальные практики с международным опытом, прежде всего, с опытом англоязычных стран.

Учебник включает семь тем на русском языке и три модуля на английском языке. Темам 1-3 «Финансы и их роль в жизни

общества», «Предмет, метод, источники финансового права», «Финансовый контроль» соответствует Модуль 1 на английском языке “Finance, financial system, financial law”. Темы 4-5 «Бюджетная система», «Бюджетное право» тематически коррелируют с англоязычным Модулем 2 “Budget law. Budget system”. Проблемам налогового права посвящены Темы 6-7 «Налоговое право» и «Понятие налога», соответствующие Модулю 3 на английском языке “Tax law”. Содержание русскоязычного раздела представлено лекционным материалом, подкрепленным наглядными графическими элементами – таблицами, схемами, графиками. После ознакомления с теоретическим материалом студентам предлагаются вопросы для обсуждения, практические задачи, проектные задания и тесты для самоконтроля и самооценки.

В свою очередь исходной точкой модулей на английском языке выступает список ключевой терминологии, с которой студенты познакомились, работая над темами на русском языке, в сопровождении английских эквивалентов. Таким образом, двуязычный глоссарий конкретизирует тот основной терминологический минимум, который является необходимым для студентов при изучении материала на русском языке. Авторы стремились предоставить студентам базовую терминологию, знакомую им на их родном языке, чтобы они могли сравнивать и сопоставлять русские и английские профессиональные термины, свободно их использовать в адекватных контекстах профессионального общения на обоих языках. Безусловно, что профессиональный лексикон юриста, специализирующегося на финансовом праве, не может быть создан без овладения терминологическим аппаратом данной области. Более того «двуязычное проникновение» в изучаемую область способствует шлифованию когнитивных функций у студентов. Как теоретические исследования последних 10 лет, так и практический опыт убедительно демонстрируют тот факт, что люди, знающие и использующие в своей деятельности несколько языков, могут лучше переключаться между задачами, способны генерировать более неординарные решения проблем, более эффективны и конструктивны в критическом осмыслении предлагаемых решений.

Овладение и расширение профессионального лексикона построено в соответствии с «золотым принципом» обучения – от

простого к сложному. Так, сначала студенты работают над упражнениями на сопоставление лексических единиц (сопоставьте слова с их эквивалентами, определениями), на следующем этапе они учатся сочетать слова и составлять профессиональные словосочетания, после чего студентам предлагается использовать данные словосочетания в различных профессиональных контекстах, сначала в письменном виде, а затем в серии диалоговых действий (см. Рис. 2, Рис. 3).

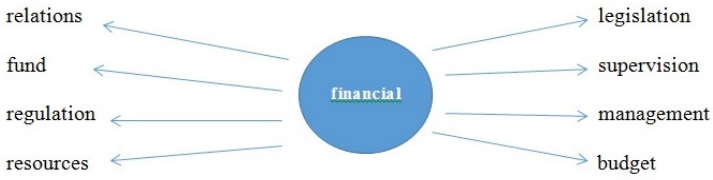
Рисунок 2. Лексические задания в учебнике, низкий уровень сложности (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 44)

Exercise 1. Match the words with their definitions 1-5

	budget asset liability bank pension	
1	legal responsibility for causing damage or injury, or for paying smth	_____
2	a financial institution that people or businesses can keep their money in or borrow money from	_____

Рисунок 3. Лексические задания в учебнике, средний уровень сложности (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 44-45)

Exercise 2. The circle contains an adjective surrounded by eight nouns. Six of these nouns collocate with the given adjective; two nouns don't. Cross these two out! Use formed collocations in your own sentences



Exercise 3. Based on the text of the lecture in Russian and Topical Vocabulary, fill in the gaps in the sentences with the most suitable words (the number of words is given in brackets)

1) The ……. ……. ……. (3) and the activity of local government bodies is based on certain principles, i.e. essential rules and requirements which show its specific features and purposive nature.

На протяжении всего модуля студенты могут ознакомиться с определениями терминов или расширить свой словарный запас, работая с новыми словами в таблицах *Vocabulary Assistant* (см. Рис. 4), которые имеют двойное предназначение: с одной стороны, данные таблицы продолжают тренировать студентов в использовании нового словарного запаса, с другой – выступают полезным ресурсом для пополнения лексикона студента аутентичной терминологией, используемой в рамках похожих курсов обучения в Великобритании и США.

Рисунок 4. Vocabulary Assistant (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 167)

Vocabulary Assistant

nonresident	a person who does not live permanently in a particular country
resident alien	a person from another country who has permission to stay in the US
dependent	a person, especially a child, who depends on another person for a home, food, money, etc.
social security benefits	payments made to qualified retirees and disabled people, and to their spouses, children, and survivors.

Здесь же с целью формирования и оттачивания профессионального лексикона не обойдена вниманием и грамматика, без которой невозможна грамотная речь любого специалиста, в том числе и юриста, работающего в сфере финансового права. Несмотря на то, что грамматика намеренно исключена из данного курса как отдельный аспект, она пронизывает весь образовательный процесс в виде таблиц *Grammar Assistant* (см. Рис. 5) и *Professional Communication Activator* (см. Рис. 6), за которыми следуют упражнения, направленные на развитие и тренировку именно данных навыков (см. Рис. 7).

Рисунок 5. Grammar Assistant (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 109)

Grammar Assistant

PASSIVE VOICE: PRESENT AND PAST SIMPLE	
Each bill **is approved** by both chambers.	
The differences between the two plans **are resolved** by a conference committee.	
1. We usually use the passive when we want to focus on the process or result rather than who or what does or did the action.	
2. We make passive with **be** and the **past participle**	
Present Simple:	
	VERB (present) + PARTICIPLE
ACTIVE:	*Both chambers **approve** the bill.*
PASSIVE:	*The bill **is approved** by both chambers.*

Рисунок 6. Professional Communication Activator (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 167)

Professional Communication Activator

Discourse Markers

Discourse markers are words and expressions used to show how discourse is constructed. We use different discourse markers in speaking and writing to connect ideas and sentences, to order what we say, to show attitude and sound less direct.

Discourse markers to order or sequence what we say:

- and, in general, second, to sum up, and then, in the end, secondly, what's more, first (of all), last of all, so, well, firstly, next, lastly, for a start, on top of that, third(ly).

Discourse markets may be used independently or as a part of a phrase:

- First of all, I'd say …
- Initially, …
- To begin, …
- Besides, …
- As well as that, …
- And I would add that …
- Further /Further on / Furthermore …
- Moreover, …
- Finally, …

Рисунок 7. Упражнение на развитие навыков использования дискурсивных маркеров (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 167)

Exercise 3. Describe the succession of actions you need to do to obtain UTR, NIN in the UK and SSN, ITIN in the USA. Use the necessary discourse markers to order what you are going to say

Профессиональные тексты, использованные в каждом модуле, короткие и снабжены наглядными пособиями, чтобы учащиеся с разным уровнем развития навыков могли чувствовать себя комфортно при работе с ними. Кроме того, в текстах графически выделена соответствующая терминология, требующая особого внимания студентов. Не вызывает сомнений тот факт, что так как практически все тексты, сопровождаемые видео или аудиоматериалами по рассматриваемой теме, носят национальную специфику, сам образовательный процесс овладения финансовым правом становится более многогранным, разноплановым, что, безусловно, не может не отражаться на качестве знаний у студентов. В свою очередь, ссылки на видео и аудио материалы, представленные в виде QR-кодов, изначально значительно индивидуализируют процесс обучения и позволяют студентам строить реальную индивидуальную траекторию своего образовательного процесса (см. Рис. 8).

Рисунок 8. Ссылка на видеоматериал (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 118)

Watch the video **Introduction to Fiscal Policy**

Exercise 1. Match these words with the definitions 1-5

	recession expansion contraction spending revenue	
1	the action of becoming larger or more extensive	
2	the money that is used for a particular purpose, especially by a government organization	
3	a period of temporary economic decline during which trade and industrial activity are reduced, generally identified by a fall in GDP in two successive quarters	

К важным достоинствам данного тренажера, на наш взгляд, нужно отнести групповую и индивидуальную проектную деятельность студентов, которая имеет ярко выраженный творческий характер. Принципиальным моментом в проектной деятельности является мотивационный потенциал проектных заданий, т.е. все проекты направлены на стимулирование использования приобретенных навыков в ситуациях профессионального общения. Студенты могут работать со словарными карточками (представлены в Приложении), чтобы тренироваться объяснять значение и контекст употребления определенных лексических единиц, готовить короткие презентации терминов, в том числе касающиеся структуры и функций различных ведомств, государственных органов в сфере финансового права. И что очень важно, для более разностороннего понимания проблематики, глубинного погружения в Финансовое право на английском языке, узнавания финансовых реалий в других странах и системах, студентам предлагается банк ссылок на

Интернет-ресурсы, работа с которыми позволит развить самостоятельные исследовательские навыки (см. Рис. 9)

Рисунок 9. Проектная деятельность (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 65-66)

GROUP PROJECT

There are different bodies / agencies / organizations in Russia relating to the sphere of Finance Law. Choose one of them and prepare a short group presentation (5-7 sentences). Include the following information:

- Where and when the organization was formed
- The scope of responsibilities
- Any relevant information

You may use these websites to help you:
http://government.ru/en/department/78/
http://government.ru/en/department/69/events/
https://www.cbr.ru/eng/today/
http://www.ach.gov.ru/en/about/
http://council.gov.ru/en/structure/council/
http://duma.gov.ru/en/duma/about/

Выполняя задания, студенты также учатся решать реальные проблемы – они обсуждают вопросы, относящиеся к повседневным ситуациям, находят решения незначительных проблем, учатся работать с соответствующими документами, заполняют типичные (созданные в Интернете) формы, овладевают навыками написания различных типов профессиональных текстов. Подобные виды деятельности развивают практические навыки и убедительно демонстрируют применимость знаний, полученных студентами в ходе теоретического обучения (см. Рис.10).

Рисунок 10. Задание на развитие практических навыков (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 170)

GROUP ACTIVITY

Divide into groups of 2-3. Study the Russian tax return form. Find the aspects that may turn out to be difficult or confusing while filling in the form. Exchange ideas with other groups

INDIVIDUAL PROJECT

Prepare a list of instructions on how to fill in the Russian tax return form.

Based on your list of instructions, record a video **How to Fill in the Tax Return in Russia.**
Present your video to the class and share opinions on your classmates' videos.

Рисунок 11. Задание с использованием графических организаторов (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 66)

INDIVIDUAL PROJECT

Present the structure of Russian financial system in English in a graphic form. Think of the levels of the system, sectors and sub-sectors. You may choose to draw a chart or a spidergraph.

Professional Communication Activator

Graphic organizers

A graphic organizer is a visual display that demonstrates relationships between facts, concepts or ideas. They help students organize their thinking and writing process, and used as a visual aid to facilitate learning and instruction as well as generalizing and revising the material learnt.

Converting a mass of data/information/ideas into a graphic map gives the student an increased understanding and insight into the topic at hand. It demands

Каждый из модулей учебника обязательно включает в себя этап самопроверки и самооценки, состоящий из самого широкого арсенала заданий: тесты, поиск слов, создание облаков слов, творческие и поисковые игры, которые побуждают учащихся не только пересматривать и активировать изученный материал, но и творчески применять его в различных коммуникативных ситуациях и контекстах (см. Рис. 12).

Рисунок 12. Тестовые задания (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 64)

TEST YOURSELF

Choose the best option:

1. Why is it important to study Finance Law? Choose the reason *not* mentioned in the Module.
a) to deal with credit problems
b) to avoid paying taxes
c) to be able to set up a company
d) to care about your future pension

2. Finance law as it is taught in Russia
a) is similar to the courses taught at British of American universities
b) is absolutely different from the courses taught in the UK and the USA
c) is divided into shorter courses
d) in incorporated in other courses being only a part of a more extensive course

Приложение содержит рабочие листы по всем модулям, предоставляя преподавателям, которые только знакомятся с методами CLIL, возможность использования их в качестве ориентировочных моделей в своей классной деятельности (см. Рис. 13).

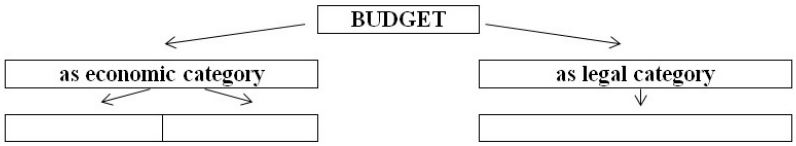
Рисунок 13. Рабочие листы по отдельным модулям (Литвишко, Станкевич, Ширяева, 2021, с. 176)

Module 2 Worksheet. Budget law, budgetary / fiscal system, budgetary / fiscal policy

1. Pre-reading

Explain what we mean by budget. You can use these words and the scheme below to help you.

бюджетные доходы бюджетные расходы ВВП бюджетная система финансовое обеспечение fiscal revenues fiscal expenditure GDP budget system financial provision



2. Vocabulary

Match these words with the definitions 1-5.

assessment *supervision* *allocation* *expenditure* *revenue*		
1	the total amount of money that an organization or person spends:	
2	the act or process of giving out parts of a whole, or a part given out in this way	

Заключение

Итак, подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что CLIL подход сегодня является если не панацеей, то, однозначно, одним из наиболее эффективных методов в решении целого ряда задач, которые стоят перед профессиональным образованием. Данная система методических приемов показывает убедительные результаты не только в повышении уровня владения английским языком, но и способствуют всестороннему формированию профессиональной языковой личности студента. По мере того, как учащиеся изучают особенности финансового права на двух языках, у них формируются ментальные связи между родным языком, иностранным (английским) языком и содержанием их будущей профессиональной деятельности, что в конечном итоге способствует развитию металингвистических навыков: способности размышлять о профессии и выполнять ряд профессиональных задач на двух языках. Иными словами, студенты

узнают, что представляет собой их профессия и как в ней работают языки, а также учатся решать профессиональные задачи с использованием двух языков.

Литература

1. Баранова Т.А., Кобичева А.Н., Токарева Е.Ю. Эффективность использования CLIL-обучения на примере дисциплин гуманитарной направленности // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://science-education.ru/ru/article/view?id=28509.
2. Батурина Н.В., Руковишников Ю.С., Батунова И.В. Использование приемов, методов и моделей системы CLIL в процессе обучения английскому языку студентов бакалавриата // МНИЖ. – 2017. – №10-1 (64). – С. 9-13.
3. Гончарова Е.Н., Будняя О.Н. Педагогические технологии компетентностно-ориентированного обучения расчетно-графическим заданиям на занятиях по иностранному языку (на примере направления подготовки «Прикладная информатика») // Современные исследования социальных проблем. – 2017. – № 8(2). – С. 38-45.
4. Знание английского – преимущество в поиске работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ekaterina-alexeeva.ru/nachinayushhim/znanie-anglijskogo-preimushhestvo-v-poiske-raboty.html (дата обращения 25.01.2022).
5. Литвишко О.М., Гарамян А.В. Коммуникативный потенциал методики CLIL: опыт преподавания юридического английского языка / В сб.: Университетские чтения-2020. Материалы научно-метод. чтений ПГУ. – Пятигорск: ПГУ, 2020. – С. 36-40.
6. Литвишко О.М., Гарамян А.В. Опыт использования методики CLIL в разработке курса по профессионально-ориентированному английскому языку // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2019. – № 12. – С. 163-172.
7. Литвишко О.М., Станкевич Г.В., Ширяева Т.А. Финансовое право: лекции, практикум, билингвальный тренажер. Учеб. пособие. Ч. I. – М.: Проспект, 2021.

8. Попова Н.В., Коган М.С., Вдовина Е.К. Предметно-языковое интегрированное обучение (CLIL) как методология актуализации междисциплинарных связей в техническом вузе // Вестник ТГУ. – 2018. – №3 (173). – С. 29-42.
9. Сидоренко Т.В., Рыбушкина С.В., Розанова Я.В. CLIL-практики в Томском политехническом университете: успехи и неудачи // Образование и наука. – 2018. – №8. – С. 164-187.
10. Триус Л.И., Потеряхина И.Н. Историко-культурный контекст в обучении профессионально-ориентированному иностранному языку // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2014. – № 7. – С. 243-249.
11. Breidbach S. Viebrock B. CLIL in Germany – results from recent research in a contested field of education // International CLIL Research Journal. – 2012. – № 1 (4). – P. 5-16.
12. Cimermanová I. On developing materials for CLIL / Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference. – 2020. – № I. – P. 86-96. http://dx.doi.org/10.17770/sie2020vol1.4809
13. Coyle D., Hood Ph., Marsch D. CLIL: Content and language integrated learning. Cambridge University Press, 2010.
14. Czura A. Translation is not enough – the need for pedagogical adaptation in CLIL textbook development // Porta Linguarum. – 2017. – № 27. – P. 35-46.
15. Dalton-Puffer Ch. Discourse in content and language integrated learning (CLIL) classroom. – Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2007.
16. English Proficiency Index. Рейтинг 112 стран и регионов по уровню владения английским языком за 2021 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ef.ru/assetscdn/WIBIwq6RdJvcD9bc8RMd/cefcom-epi-site/reports/2021/ef-epi-2021-russian.pdf (дата обращения 25.01.2022).
17. Harrop E. Content and language integrated learning (CLIL): limitations and possibilities // Encuentro. – 2012. – № 21. – P. 57-70.
18. Hughes S.P., Madrid D. (2020). The effects of CLIL on content knowledge in monolingual contexts // The Language Learning

Journal. – 2020. – № 48 (1). – P. 48-59. http://doi.org/10.1080/09571736.2019.1671483
19. Lasagabaster D., Sierra J.M. Immersion and CLIL in English: more differences than similarities // ELT Journal. – 2010. – № 64 (4). – P. 367-375. https://doi.org/10.1093/elt/ccp082
20. Llinares A., Morton N. (eds.) Applied linguistics perspectives on CLIL. – John Benjamins Publishing Company, 2017.
21. Mehisto P. Criteria for producing CLIL learning material // Encuentro. – 2012. – № 21. – P. 15-33.
22. Mehisto P., Marsh D., Frigols M.J. (2008). Uncovering CLIL: content and language integrated learning in bilingual and multilingual education. – Oxford, UK: Macmillan, 2008.
23. Nikula T., Moore P. (2019). Exploring translanguaging in CLIL // International Journal of Bilingual Education and Bilingualism. – 2019. – №22 (2). – P. 237-249. http://doi.org/10.1080/13670050.2016.1254151
24. Pokrivčáková S. Obsahovo integrované učenie sa cudzieho jazyka (CLIL) na 1. stupni ZŠ. Z. Straková, I. Cimermanová (red.). Učiteľ cudzieho jazyka v kontexte primárneho vzdelávania. – Prešov: Wydawnictwo Uniwersytetu Preszowskiego w Preszowie, 2010. – SS. 99-122.
25. Raitbauer M., Fürstenberg U., Kletzenbauer P., Marko K. (2018). Towards a cognitive-linguistic turn in CLIL: Unfolding Integration // LACLIL. – 2018. – № 11(1). – P. 87-107. http://doi.org/10.5294/laclil.2018.11.1.5
26. Shiryaeva T.A., Litvishko O.M., Mosesova M.E. Bilingual textbook as driver of knowledge transfer in modern educational environment / В сб.: TSNI 2021 – Textbook: Focus on Students' National Identity. – M., 2021. – С. 820-833.
27. Stratieva-Ivanova M., Todorova M. A project implementation of CLIL methodology in geography classes with secondary school learners // Journal of Pedagogy and Educational Management. – 2018. – № 2. – P. 7-26.
28. Sylvén L.S. CLIL in Sweden – why does it not work? A metaperspective on CLIL across contexts in Europe // International Journal of Bilingual Education and Bilingualism. – 2013. – № 16 (3). – P. 301-320. http://doi.org/10.1080/13670050.2013.777387

29. Turner M. The positioning of Japanese in a secondary CLIL science classroom in Australia: language use and the learning of content // Journal of Immersion and Content-Based Language Education. – 2019. – № 7 (2). – P. 192-211. http://doi.org/10.1075/jicb.18021.tur
30. Wu Y, Lin A.M.Y. Translanguaging and trans-semiotising in a CLIL biology class in Hong Kong: whole-body sense-making in the flow of knowledge co-making // Classroom Discourse. – 2019. – № 10 (3-4). – P. 252-273. http://doi.org/10.1080/19463014.2019.1629322

References

Baranova, T.A., Kobicheva, A.M., & Tokareva, E.Yu. (2019). Effektivnost' ispol'zovaniya CLIL-obucheniya na primere disciplin gumanitarnoj napravlennosti [Efficiency of using CLIL-teaching on the example of humanitarian disciplines]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya [Modern Issues of Science and Education], 1*. Retrieved from: http://science-education.ru/ru/article/view?id=28509 (accessed on 25.01.2022).

Baturina, N.V., Rukovishnikov, Yu.S., & Batunova, I.V. (2017). Ispol'zovanie priemov, metodov i modelej sistemy CLIL v processe obucheniya anglijskomu yazyku studentov bakalavriata [Using techniques, methods and models of CLIL system in the process of teaching English to bachelor-level students]. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal [International Research Journal], 10 (64), 1,* 9-13. http://doi.org/10.23670/IRJ.2017.64.083.

Goncharova, E.N., & Budnyaya, O.N. (2017). Pedagogicheskie tekhnologii kompetentnostno-orientirovannogo obucheniya raschetno-graficheskim zadaniyam na zanyatiyah po inostrannomu yazyku (na primere napravleniya podgotovki «Prikladnaya informatika») [Educational techniques of competence-orientated learning of settlement and graphic tasks in foreign language teaching (on the example of specialty “Applied Information Science”)]. *Sovremennye issledovaniya social'nyh problem [Modern research of social issues], 8(2),* 38-45.

Znanie anglijskogo – preimushchestvo v poiske raboty [Knowledge of English is the advantage in job search]. Retrieved from: https://ekaterina-alexeeva.ru/nachinayushhim/znanie-anglijskogo-preimushhestvo-v-poiske-raboty.html (accessed 25.01.2022).

Litvishko, O.M., & Garamyan, A.V. (2020). Kommunikativnyj potencial metodiki CLIL: opyt prepodavaniya yuridicheskogo anglijskogo yazyka [Communicative potential of CLIL: the experience of teaching legal English]. In *Universitetskie chteniya-2020. Materialy nauchno-metod. chtenij PGU [University Readings-2020. Material of scientific-didactic readings at PSU]*. Pyatigorsk: PSU, 36-40.

Litvishko, O.M., & Garamyan, A.V. (2019). Opyt ispol'zovaniya metodiki CLIL v razrabotke kursa po professional'no-orientirovannomu anglijskomu yazyku [The experience of using CLIL method in developing a course in English for professional purposes]. *Professional'naya kommunikaciya: aktual'nye voprosy lingvistiki i metodiki [Professional Communication: Top Issues of Linguistics and Teaching Methods], 12,* 163-172.

Litvishko, O.M., Stankevich, G.V., & Shiryaeva, T.A. (2021). *Finansovoe pravo: lekcii, praktikum, bilingval'nyj trenazher [Financial law: lectures, practicum, bilingual simulator]*. Moscow: Prospekt.

Popova, N.V., Kogan, M.S., & Vdovina, E.K. (2018). Predmetno-yazykovoe integrirovannoe obuchenie (CLIL) kak metodologiya aktualizacii mezhdisciplinarnyh svyazej v tekhnicheskom vuze [Content-language integrated learning (CLIL) as the method of actualizing interdisciplinary links in a technical higher education institution]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki [Bulletin of Tambov University. Series: Humanitarian Sciences], 23 (173),* 29-42.

Sidorenko, T.V., Rybushkina, S.V., & Rozanova, Ya.V. (2018). CLIL-praktiki v Tomskom politekhnicheskom universitete: uspekhi i neudachi [CLIL-practical trainings in Tomsk polytechnic university: successes and failures]. *Obrazovanie i Nauka [Science and Education], 20 (8),* 164-187. http://doi.org/10.17853/1994-5639- 2018-8-164-187.

Trius, L.I., & Poteryakhina, I.N. (2014). Istoriko-kul'turnyj kontekst v obuchenii professional'no-orientirovannomu inostrannomu yazyku [Historic-cultural context in teaching professionally-oriented foreign language]. *Professional'naya kommunikaciya: aktual'nye voprosy lingvistiki i metodiki [Professional Communication: Top Issues of Linguistics and Teaching Methods], 7,* 243-249.

Breidbach, S., & Viebrock, B. (2012). CLIL in Germany – results from recent research in a contested field of education. *International CLIL Research Journal, 1 (4),* 5-16.

Cimermanová, I. (2020). On developing materials for CLIL. Society. Integration. Education. *Proceedings of the International Scientific Conference, I, 86-96. http://dx.doi.org/10.17770/sie2020vol1.4809*

Coyle, D., Hood, Ph., & Marsch, D. (2010). *CLIL: Content and language integrated learning.* Cambridge University Press.

Czura, A. (2017). Translation is not enough – the need for pedagogical adaptation in CLIL textbook development. *Porta Linguarum, 27,* 35-46.

Dalton-Puffer, Ch. (2007). *Discourse in content and language integrated learning (CLIL) classroom.* Amsterdam: John Benjamins Publishing.

English Proficiency Index for 2021. Retrieved from: https://www.ef.ru/assetscdn/WIBIwq6RdJvcD9bc8RMd/cefcom-epi-site/reports/2021/ef-epi-2021-russian.pdf (accessed on 25.01.2022).

Harrop, E. (2012). Content and language integrated learning (CLIL): limitations and possibilities. *Encuentro, 21*, 57-70.

Hughes, S.P., & Madrid, D. (2020). The effects of CLIL on content knowledge in monolingual contexts. *The Language Learning Journal, 48 (1),* 48-59. http://doi.org/10.1080/09571736.2019.1671483

Lasagabaster, D., & Sierra, J.M. (2010). Immersion and CLIL in English: more differences than similarities. *ELT Journal*, 64 (4), 367-375. https://doi.org/10.1093/elt/ccp082

Llinares, A., & Morton, N. (eds.) (2017). Applied linguistics perspectives on CLIL. John Benjamins Publishing Company.

Mehisto, P. (2012). Criteria for producing CLIL learning material. *Encuentro, 21,* 15-33.

Mehisto, P., Marsh, D., & Frigols, M.J. (2008). *Uncovering CLIL: content and language integrated learning in bilingual and multilingual education.* Oxford, UK: Macmillan.

Nikula, T., & Moore, P. (2019). Exploring translanguaging in CLIL. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism, 22 (2),* 237-249. http://doi.org/10.1080/13670050.2016.1254151

Pokrivčáková, S. (2010). Obsahovo integrované učenie sa cudzieho jazyka (CLIL) na 1. stupni ZŠ. Z. Straková, I. Cimermanová (red.). Učiteľ cudzieho jazyka v kontexte primárneho vzdelávania [Content-based foreign language learning (CLIL) at 1. grade elementary school. Z. In Straková, I. Cimerman (eds.). *Foreign language teacher in the context of primary education].* Prešov: Wydawnictwo Uniwersytetu Preszowskiego w Preszowie.

Raitbauer, M., Fürstenberg, U., Kletzenbauer, P., & Marko, K. (2018). Towards a cognitive-linguistic turn in CLIL: Unfolding Integration. *LACLIL, 11(1),* 87-107. http://doi.org/10.5294/laclil.2018.11.1.5

Shiryaeva, T.A., Litvishko, O.M., & Mosesova, M.E. (2021). Bilingual textbook as driver of knowledge transfer in modern educational environment. In *TSNI 2021 – Textbook: Focus on Students' National Identity*, (pp. 820-833). Moscow.

Stratieva-Ivanova M., & Todorova M. (2018). A project implementation of CLIL methodology in geography classes with secondary school learners. *Journal of Pedagogy and Educational Management, 2*, 7-26.

Sylvén, L.S. (2013). CLIL in Sweden – why does it not work? A metaperspective on CLIL across contexts in Europe. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism, 16 (3),* 301-320. http://doi.org/10.1080/13670050.2013.777387

Turner, M. (2019). The positioning of Japanese in a secondary CLIL science classroom in Australia: language use and the learning of content. *Journal of Immersion and Content-Based Language Education, 7 (2),* 192-211. http://doi.org/10.1075/jicb.18021.tur

Wu, Y., & Lin, A.M.Y. (2019). Translanguaging and trans-semiotising in a CLIL biology class in Hong Kong: whole-body sense-making in the flow of knowledge co-making. *Classroom Discourse, 10 (3-4),* 252-273. http://doi.org/10.1080/19463014.2019.1629322.

УДК 811.111
https://doi.org/10.25076/vpl.45.02
Е.Н. Малюга,
Е.А. Москвичева
Российский университет дружбы народов

ХЕДЖИРОВАНИЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассматривается понятие лингвистического хеджирования, интерпретируемое в рамках лингвопрагматических особенностей его реализации в англоязычной деловой коммуникации. Авторы исследуют приемы хеджирования как инструменты оказания речевого воздействия, основываясь на предпосылках теории коммуникативной вежливости, а также опираясь на постулаты стратегического планирования речи. Анализируя материал англоязычного делового дискурса, авторы выделяют три ключевых приема хеджирования: через эмфатическое перечисление, через выражение модальности, а также через реализацию стратегии вежливости. В результате проведенного исследования в статье идентифицируются прагматические функции лингвистического хеджирования, превалирующие в англоязычном деловом дискурсе: избегание конфликта, сохранение позитивного имиджа коммуникантов, ослабление иллокутивной силы высказывания, снижение категоричности и защита пропозиционального компонента высказывания. Авторы заключают, что данные функции становятся значимыми в рамках делового общения, зачастую направленного на осуществление речевого воздействия, что делает хеджирование значимым инструментом конструирования эффективного диалога.

Ключевые слова: хеджирование, лингвопрагматика, теория вежливости, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, иллокуция, пропозиция, деловая коммуникация

UDC 811.111
https://doi.org/10.25076/vpl.45.02
E.N. Malyuga,
E.A. Moskvicheva
RUDN University

HEDGING IN ENGLISH BUSINESS DISCOURSE: THE LINGUOPRAGMATIC ASPECT

The article considers the concept of linguistic hedging, interpreted within the framework of the linguo-pragmatic features of its implementation in English-language business communication. The authors explore hedging techniques as tools for manipulation in speech production, with premises stemming from the theory of communicative politeness, as well as the postulates of strategic speech planning. Analyzing the material of the English-language business discourse, the authors identify three key methods of hedging: through emphatic enumeration, through the expression of modality, and through the implementation of the politeness strategy. Based on study results, the article identifies the pragmatic functions of linguistic hedging that prevail in English-speaking business discourse: avoiding conflict, maintaining a positive image of communicants, weakening the illocutionary force of the statement, down-toning and protecting the propositional component of the statement. The authors conclude that these functions gain significance within the framework of business communication, often centered around manipulative intentions, which makes hedging a significant tool for constructing an effective dialogue.

Keywords: hedging, linguopragmatics, politeness theory, communicative strategy, communicative tactics, illocution, proposition, business communication

Введение

Хеджирование все больше привлекает внимание исследователей деловой коммуникации, так как данный инструмент способствует достижению коммуникативных целей в процессе диалога, минимизируя при этом потенциальные разногласия между собеседниками. В лингвистику понятие хеджирования пришло

неслучайно и рассматривается исследователями данной области знания как средство прагматического воздействия.

Целью настоящего исследования является изучение лингвопрагматических характеристик хеджирования как инструмента речевого воздействия в англоязычной деловой коммуникации. Актуальность статьи проистекает из необходимости выявления общих и специфических лингвопрагматических свойств хеджирования как средства построения эффективной деловой коммуникации в английском языке.

Теоретические предпосылки изучения хеджирования в контексте лингвистической прагматики

Лингвистическое хеджирование в некотором смысле созвучно хеджированию в экономике, где оно представляет собой способ борьбы с ценовыми рисками на финансовых рынках. В области лингвистики в ситуациях устной или письменной коммуникации хеджирование способствует «страхованию» ответственности говорящего за неверность пропозиции. Как в письменном, так и в устном дискурсе хеджирование позволяет не только индивидуализировать высказывание, но и установить границы ответственности за достоверность пропозиции, ограничить степень достоверности или действительности суждения, избежать категоричной трактовки (Марюхин, 2010).

Основоположником лингвистической теории хеджирования считается Дж. Лакофф, благодаря которому в 60-х годах 20-го века к изучению данного феномена обратилось внимание множества исследователей, таких как С. Левинсон, П. Браун, К. Хайленд, Б. Фрейзер, Ф. Кромптон, Э. Принс, Хюблер, А. П. Марюхин, О. Д. Пастухова, Е. М. Ручкина и др. Дж. Лакофф впервые ввел понятие «хеджей» в научный обиход в статье «Hedges: A Study in Meaning Criteria and Logic of Fuzzy Concepts», где определил его как «слова, значение которых имплицитно подразумевают нечеткость, и функция которых состоит в выражении неопределенности» (Lakoff, 2019, p. 83). Несомненно, именно работа Дж. Лакоффа с его интерпретацией «хеджей» считается фундаментом изучения данного феномена в рамках когнитивной лингвистики.

Дальнейшая разработка понятия хеджирования представлена в работах П. Браун и С. Левинсона, где хеджирование трактуется как

неотъемлемый компонент реализации стратегии коммуникативной вежливости в рамках самых разнообразных речевых актов. В соответствии с данным подходом, хеджирование рассматривается как часть набора стратегий, сводящих к минимуму угрозу лицу говорящего и слушающего, воплощая их стремление к конструированию взаимовыгодного и обоюдно комфортного общения (Brown, 2014). В своих работах П. Браун и С. Левинсон выделяли не только ограничители, но и интенсификаторы *(intensifiers vs. detensifiers)*, которые исследователи определяли как конструкции, передающие уверенность говорящего в истинности пропозиции (например, *of course, surely, certainly*), что являлось продолжением взгляда Дж. Лакоффа на хеджирование. Теория вежливости в трактовке П. Браун и С. Левинсона основывается на понятиях позитивного и негативного лица. В то время как позитивное лицо выражает стремление вести успешный диалог и нравиться собеседнику, негативное лицо отвечает за защиту собственной независимости и личной свободы. Сохранение лица (*face-saving*), в том числе и с помощью хеджинга, считается важной задачей каждого члена общества (Brown, 2014).

В статье «Hedging in Scientific Research Articles» К. Хайленд расширяет данное понятие, соотнося его с «лингвистическими средствами, которые используются для указания на неполную принадлежность, выражаемого к истинностному значению сопутствующей пропозиции» (Hyland, 2000, p. 180). Б. Фрейзер, в свою очередь, рассматривает хеджирование, как «риторическую стратегию» и определяет «хеджи» как лингвистические средства (лексические единицы, синтаксические структуры, просодические инструменты), которые используются с целью смягчения значения высказывания (Fraser, 2010, p. 16). При этом исследователь отмечает, что хеджирование представляет собой многомерное явление, которое может выполнять множество функций, сочетать в себе когнитивный, прагматический и семантический аспекты, применяться в самых различных видах дискурса и принимать различные формы, и, следовательно, получать многогранные интерпретации.

За последние десятилетия феномен хеджирования обширно изучался в дискурс-анализе и прагматике, поэтому современная трактовка данного понятия выходит за рамки определения

хеджирования, предложенного Дж. Лакоффом, и распространяется на область метакоммуникации, то есть скорее затрагивает коммуникативные процессы и тяготит к таким коммуникативным стратегиям, как стратегия вежливости и смягчения. Так, в некоторых научных трудах стратегии хеджирования исследуются сквозь призму реализации коммуникативных стратегий. Хеджи рассматриваются в качестве идентификаторов ответственности говорящего за истинное значение выраженных пропозиций, а также значимости информации и отношения говорящего к высказываемому. С этой точки зрения хеджи также рассматриваются как разновидность коммуникативных приемов и стратегий речевого воздействия. Исследователи высказывают мнение о том, что хеджи предоставляют возможность скрыть от слушателя, кто несет ответственность за истинность высказывания, или, по крайней мере, сделать ответ на этот вопрос неочевидным. Таким образом, многие языковые выражения можно рассматривать как ограничители с точки зрения их функционирования в речи (Markkanen, 1997). С того момента как хеджи стали рассматриваться не только с точки зрения ответственности говорящего исключительно за категориальную часть высказывания, а с перспективы принятия на себя ответственности за истинность собственной пропозиции продуцентом текста, границы интерпретации хеджирования значительно расширились. В связи с этим можно считать, что использование приемов хеджирования может говорить об отсутствии обязательств к содержанию пропозиции со стороны отправителя сообщения.

Таким образом, понятие хеджирования, предложенное Дж. Лакоффом, было расширено и включает такие элементы, как неопределенность, отсутствие точности и отсутствие ответственности говорящего за содержание высказывания. Кроме этого, от идеи грамматического класса хеджирования отказались, и в настоящее время существует общее мнение, что «никакие лингвистические элементы не являются хеджирующими по своей сути» и что «средства хеджирования взяты из каждой синтаксической категории» (Fraser, 2010, p. 23). Хеджирование превратилось из семантической характеристики класса слов в широкое прагматическое понятие, охватывающее почти любое выражение, выполняющее функцию смягчения высказывания.

Хеджирование как прием речевого воздействия

Обращение к лингвопрагматическому подходу возвращает нас к мнению Б. Фрейзера, с точки зрения которого «хеджирование является риторической стратегией, используя которую говорящий сигнализирует о неуверенности в истинности пропозиции или о своем отношении к иллокутивной силе высказывания» (Fraser, 2010, p. 29). Отсюда следует, что хеджирование является прагматическим феноменом, приемом речевого воздействия, а интерпретация того или иного примера использования «хеджей» зависит от контекста и ситуации коммуникативного взаимодействия (Миколайчик, 2019). Следовательно, с точки зрения учета прагматических факторов любая лингвистическая единица может рассматриваться в качестве «хеджа» (Livytska, 2019).

Основой лингвопрагматического подхода является анализ не только собственно высказывания, его смысла и контекста, но также параметров, интенций и целей участников диалога, что, в свою очередь, подразумевает обращение к речевому воздействию как неотъемлемому компоненту коммуникативного взаимодействия. Передача речевого сообщения никогда не является конечной целью общения; как правило, любое речевое сообщение есть способ достижения определенных целей говорящего, который стремится оказать влияние на действия или восприятие собеседника. Выполнение речевого задания говорящего сфокусировано в первую очередь на достижении определенного эффекта, который должен привести к осознанию и соответствующим действиям со стороны реципиента (Песина, 2019). Таким образом, речевое воздействие – это влияние на реципиента при помощи вербального или невербального воздействия с целью достижения целей говорящего, который в ходе речевого взаимодействия пытается изменить поведение, намерения, потенциальные оценочные суждения и установки адресата сообщения (Malyuga, 2021).

Используя приемы речевого воздействия, говорящий преследует ряд целей, которые главным образом определяются необходимостью убедить реципиента в чём-либо и сформировать у него положительное представление о собеседнике (Горина, 2017). Влиять на реципиента при помощи речевого воздействия – значит пытаться управлять деятельностью собеседника. Конечной целью

речевого воздействия является попытка отрегулировать поведение реципиента в нужном направлении путем обнаружения его слабостей и воздействия на них. Важно отметить, что согласно теории речевого воздействия повлиять на человека гораздо легче именно в устной форме в сравнении с письменной. В деловом дискурсе, являющемся фокусом данного исследования, это прослеживается наиболее отчетливо: при оформлении устного сообщения многие элементы хеджирования, используемые говорящим для достижения собственных коммуникативных целей, могут быть упущены в процессе диалога. Обработка значения каждого элемента устной речи требует высокой концентрации и времени, что делает это практически невыполнимой задачей (Шушарина, 2022). Соответственно, прагматическая сила устного высказывания, по сравнению с письменным, оказывается выше, что говорит о более высоком потенциале устного сообщения при осуществлении речевого воздействия.

Использование речевых стратегий имеет ряд особенностей, которые выявляются по ходу осуществления коммуникации на протяжении всего коммуникативного обмена. Мельчайшими единицами исследования являются фрагменты диалога. Их количество различается в зависимости от темы, цели и отношений между коммуникантами, то есть от прагматических факторов. Речевая стратегия говорящего определяется его интенцией и обусловлена выбором определенных языковых средств и тональности общения, поэтому выбор коммуникативной стратегии и постановка цели зависят от социальных и психологических факторов, а также от стилистической нормы дискурса, в рамках которого осуществляется коммуникация. Выбор речевой стратегии способен предопределить ход диалога и подразумевает выбор определенных языковых средств. Соответственно, любые лингвопрагматические характеристики диалога могут оказать влияние на результат общения в зависимости от изначальной интенции говорящего.

Любая речевая стратегия характеризуется гибкостью и динамичностью, так как в ходе диалога – в особенности это касается устной формы взаимодействия – речевая стратегии подвергается корректировкам в зависимости от номенклатуры речевых актов, используемых собеседником в процессе диалога, а также в

зависимости от изменяющегося содержания коммуникации. Эффективное построение диалога осуществляется с помощью использования разнообразных речевых тактик и подразумевает умение распознавать и реагировать на них в процессе речевого взаимодействия. В каждой коммуникативной ситуации используется своя стратегия, которая реализуется в речевых тактиках – речевых приемах, которые позволяют достичь цели говорящего. Во многом выбор речевой тактики зависит от цели речевой стратегии, к числу которых относят завоевание авторитета, желание произвести впечатление, изменение мировоззрения или мнения собеседника, запугивание, выведение из равновесия, убеждение, внушение и побуждение.

Т. А. Ван Дейк выделял около 30 речевых тактик. Обобщение, приведение примера, усиление, уступок, сдвиг, провокация, неожиданность, самопрезентация, апелляция к авторитету, прогнозирование, юмор – являются примерами речевых тактик. Каждая речевая тактика реализуется через использование определенных языковых средств, в том числе, посредством хеджирования, являющегося объектом данного исследования. От того, насколько правильно и эффективно говорящий использует речевые тактики, зависит успех или провал деловых переговоров. На речевые стратегии оказывают влияние определенные установки субъекта, его система ценностей и убеждения, а также генерализированные особенности мировоззрения в целом. Таким образом, основу коммуникативных стратегий в дискурсе составляют мотивы, потребности и установки коммуникантов, при этом степень их осознанности различна и зависит прежде всего от самого индивида, его личностных качеств, его отношения к собеседнику и т.п.

В рамках настоящего исследования явление лингвистического хеджирования рассматривается с точки зрения лингвопрагматики, которая позволяет провести анализ высказывания с точки зрения передаваемого значения, контекста, а также запросов и целей коммуникантов, участвующих в глобальной деловой коммуникации. Другими словами, речь идет об изучении хеджирования как одной из стратегий речевого воздействия.

Лингвопрагматический подход к изучению хеджирования

Основоположником лингвистической прагматики является Ч. Пирс. С начала своего развития лингвопрагматика была связана с многими другими лингвистическими дисциплинами, такими как риторика, стилистика, синтаксис, семантика и т. д. На сегодняшний день не существует общепринятого определения понятия «лингвопрагматика». М. Ариэль рассматривает это явление как «отношение говорящего к реальности, содержанию сообщения и адресату, зафиксированное в языковой единице (лексеме, синтаксической структуре и т.д.)» (Ariel, 2010, p. 24). Лингвопрагматика исследует определенную, отдельно взятую речевую ситуацию через призму самого высказывания, его контекста и значения, а также адресата и адресанта (Malyuga, 2017). Именно поэтому феномен хеджирования может быть наиболее эффективно проанализирован с точки зрения именно лингвопрагматики, рассматривающей как содержание отдельно взятого высказывания в межкультурном диалоге, так и его цель.

В данном контексте также имеет значение разграничение в процессе анализа прямого речевого акта (при котором иллокутивная цель высказывания выражается при помощи специальных языковых конструкций) и косвенного (в котором та же самая цель может быть выражена с помощью других языковых конструкций, так, чтобы высказывание достигало своей цели «косвенным» образом). Другими словами, косвенный коммуникативный акт – это вербальный или невербальный акт, цель которого не находит явного или прямого выражения, что напрямую соотносится с функциональной номенклатурой хеджирования как инструмента речевого воздействия.

В контексте межкультурной глобальной коммуникации важно учитывать особенности использования речевых актов в конкретной коммуникативной ситуации, а также без отрыва от общества и от культуры, в рамках которых реализуется коммуникативный акт (Tikhomirova, 2020). Например, в определенных обществах поощряется использование прямых речевых актов, в то время как в других предпочтительной тактикой будет использование косвенных речевых актов. Помимо этого, языковая форма выражения косвенного речевого акта также различается в зависимости от языка, национальных и социальных особенностей.

Прагматический потенциал косвенного речевого акта также связан с реализацией стратегии вежливости, что также является одной из функций хеджирования (Власян, 2021). Так, языковые средства, используемые в рамках хеджирования, оказываются эффективными при реализации стратегии позитивной вежливости, которая характеризуются направленностью на гармонизацию диалога, стремлением достичь единство и взаимопонимание, нивелировать коммуникативную угрозу для адресата (Пастухова, 2018). Прибегая к хеджированию, говорящий также может сигнализировать о неуверенности в истинности пропозиции или о своем отношении к самому высказыванию (Gribanova, 2019, Лебедева & Грибанова, 2019). Следовательно, хеджирование также является одним из инструментов реализации стратегии негативной вежливости, направленной на избегание прямолинейности и смягчения категоричности оценок и суждений.

П. Браун и С. Левинсон в своей работе «Politeness: Some Universals on Language Usage» изучили информацию о вежливости как речевой стратегии и разработали теорию лингвистической вежливости, в которой вежливость – это умение применять в процессе коммуникации правильные стратегии, использование которых позволяет коммуникантам чувствовать себя комфортно в процессе общения. Авторы вводят понятия «позитивное лицо» *(positive face)* и «негативное лицо» *(negative face)*. Термин «позитивное лицо» подразумевает положительный образ личности, приемлемый для собеседника или наполненный положительным содержанием. «Негативное лицо» подразумевает свободу действий, независимость и недопустимость вмешательства или давления со стороны, а также неприятие нежелательной ответственности. В процессе коммуникации возникают ситуации, при которых возникает угроза «лицу» другого – *«face-threatening-activity»*. На основе этого выделяются два вида вежливости: позитивная *(positive politeness)* и негативная *(negative politeness)*.

Цель позитивной вежливости – нивелировать угрозу «позитивному лицу». Для осуществления позитивной вежливости применяются различные языковые средства, выражающие солидарность. Как правило, они отражают доброжелательность и готовность к взаимному сотрудничеству.

Негативная вежливость направлена на «негативное лицо» реципиента. Данный тип вежливости указывает на стремление к независимости и приоритетность права свободы действий собеседника, тем самым показывая отсутствие давления на него. Примерами подобных стратегий служат уклончивая беседа; модальность возможности, просьба; выражение пессимизма касаемо своих интересов; преуменьшение неудобства и обязательства. Стремление продемонстрировать расположение к слушателю и в то же время соблюсти дистанцию, то есть стремление найти гармонию между позитивной и негативной вежливостью, является фундаментом вежливого поведения как основа любого межкультурного диалога.

К прагматическим функциям лингвистического хеджирования могут быть отнесены: избегание конфликта, сохранение позитивного имиджа коммуникантов, ослабление иллокутивной силы высказывания, снижение категоричности, защита пропозиционального компонента высказывания. Данные функции становятся значимыми в рамках делового общения, зачастую направленного на осуществление речевого воздействия, что делает хеджирование значимым инструментом конструирования эффективного диалога.

Результаты исследования

Хеджирование через эмфатическое перечисление

В тексте, который обладает свойством воздействия на слушателя, языковые единицы зачастую содержат в себе стилистические элементы, способствующие трансляции как когнитивной, так и эмоциональной информации, как в прямой, так и в косвенной форме. При этом синтаксическая структура высказывания выполняет прагматическую функцию и является средством повышения эффективности коммуникативного обмена. В англоязычной деловой коммуникации начало сообщения часто маркировано использованием повторяющихся вопросов.

«*Along the way, we've created $1.6 trillion of wealth for shareowners.* ***Who are they?*** *Your Chair is one, and my Amazon shares have made me wealthy. But more than 7/8ths of the shares, representing $1.4 trillion of wealth creation, are owned by others.* ***Who are they?*** *They're pension funds, universities…»*

*(«Попутно мы создали акционерам состояние на 1,6 триллиона долларов. **Кто они?** У вас один руководитель – мои акции Amazon сделали меня богатым. Но более 7/8 акций, что составляет 1,4 триллиона долларов, созданных в результате создания богатства, принадлежат другим лицам. **Кто они?** Это пенсионные фонды, университеты…»)*

В данном случае эмфатическое перечисление (эмфаза) выражено в синтаксической форме. Для экспрессивного синтаксиса могут быть характерны однородные фразы, синтаксические параллелизмы, вопросы, восклицания и т.п. Повторяющиеся вопросы также служат средством эмоционального подкрепления содержания высказывания, осуществляемого в целях речевого воздействия на слушателя путем расположения к себе и создания безопасной, бесконфликтной ситуации (Malyuga, 2020). Этот прием позволяет управлять вниманием реципиента сообщения, фокусировать его внимание на наиболее важной информации, что особенно важно при оформлении начальных сегментов речи.

*«**How about employees?** This is also a reasonably easy value creation question to answer because we can look at compensation expense. **How about third-party sellers?** We have an internal team (the Selling Partner Services team) that works to answer that question».*

***(«А что насчет сотрудников?** На этот вопрос также довольно легко ответить, потому что мы можем посмотреть на компенсационные расходы. **Что насчет сторонних продавцов?** У нас есть внутренняя команда (отдел обслуживания партнеров по продажам), которая работает, чтобы ответить на этот вопрос».)*

Данный пример демонстрирует эффективность введения повторяющихся вопросов, имеющих одинаковую структуру, для эмфатического усиления. Элементы эмфазы несут эмоциональную нагрузку, которая распространяется не только на отдельную часть монолога, но и на весь диалог в целом. Обработка поступающей в таком виде информации требует от слушателя эмоциональной реакции на сказанное. В качестве инструмента хеджирования подобный прием способен обеспечить симпатию реципиента, тем самым сделав его уязвимым для косвенного внушения в соответствии с коммуникативными целями отправителя

сообщения. Данное положение может быть продемонстрировано следующим примером:

*«The fact is, the large team of thousands of people who lead operations at Amazon have always cared deeply for our hourly employees, and **we're proud of** the work environment we've created. **We're proud of** the fact that Amazon is a company that does more than just create jobs for computer scientists and people with advanced degrees. **We are proud of** the fact that we create jobs for people who never got that advantage».*

*(«Дело в том, что большая команда из тысяч человек, которая руководит операциями в Amazon, всегда глубоко заботилась о наших почасовых сотрудниках, и **мы гордимся** созданной нами рабочей средой. **Мы гордимся** тем, что Amazon — это компания, которая делает больше, чем просто создает рабочие места для программистов и людей с учеными степенями. **Мы гордимся** тем, что создаем рабочие места для людей, которые никогда не получали этого преимущества».)*

Повторение фразы *«we are proud»* без сомнений способно оказать эмоциональное влияние на слушателя. Подобный прием, фокусирующий внимание на эмфатическом повторении, помогает говорящему овладеть вниманием реципиента сообщения, что способствует достижению желаемых коммуникативных результатов.

В речи бизнесмена нередко можно встретить повторяющиеся условные предложения в сочетании с повторением модальных глаголов в качестве приема хеджирования:

«***If** each group had an income statement representing their interactions with Amazon, the numbers above **would** be the "bottom lines" from those income statements. **If** you read some of the news reports, you **might** think we have no care for employees. **If** we want to be Earth's Best Employer, **we shouldn't** settle for 94% of employees saying they **would** recommend Amazon to a friend as a place to work. **We have to** aim for 100%. **If** any shareowners are concerned that Earth's Best Employer and Earth's Safest Place to Work **might** dilute our focus on Earth's Most Customer-Centric Company, let me set your mind at ease. Think of it this way».*

*(«**Если бы** у каждой группы был отчет о доходах, отражающий их взаимодействие с Amazon, приведенные выше цифры **были бы***

«итогом» из этих отчетов о доходах. ***Если*** *вы почитаете некоторые новости, у вас* ***может*** *сложиться впечатление, что мы не заботимся о сотрудниках.* ***Если*** *мы хотим быть лучшим работодателем на Земле, мы* ***не должны*** *мириться с тем, что 94% сотрудников говорят, что порекомендовали* ***бы*** *Amazon своим друзьям в качестве места работы.* ***Мы должны*** *стремиться к 100%.* ***Если*** *какие-либо акционеры обеспокоены тем, что «Лучший работодатель Земли» и «Самое безопасное место работы на Земле» могут ослабить наше внимание к «Самой клиентоориентированной компании Земли», позвольте мне успокоить вас. Подумайте об этом в таком ключе».)*

Эмфатическое перечисление, будучи важной психологической составляющей речевого воздействия, является важным структурным элементом коммуникативного синтаксиса, когда цель автора высказывания – убедить слушателя в истинности своих слов и идеи, которая стоит за ними. Условное предложение само по себе, как синтаксический элемент, не обладает данным свойством, а напротив, может рассматриваться в качестве такого приема хеджирования как посыл неуверенности автора в своем высказывании и стремление снять с себя ответственность за сказанное, но будучи частью эмфатического перечисления способно оказать сильное эмоциональное воздействие на слушателя. В перечислении модальных глаголов выбор автора был в пользу более нейтральных и мягких, таких как *«would», «should», «might», «have to»,* в качестве приема снижения иллокутивной силы высказывания для более вежливого и нейтрального звучания фразы.

*«**If** you want to be successful in business (in life, actually), you **have to** create more than you consume. Your goal **should be** to create value for everyone you interact with **if** you really want it. Any business that doesn't create value for those it touches, even **if** it appears successful on the surface, isn't long for this world».*

*(«**Если** вы хотите добиться успеха в бизнесе (на самом деле, в жизни), вы **должны** создавать больше, чем потребляете. Ваша цель **должна** состоять в том, чтобы создать ценность для всех, с кем вы взаимодействуете, **если** вы действительно этого хотите. Любой бизнес, который не создает ценности для тех, кого он касается, даже **если** он кажется успешным на первый взгляд, недолговечен в этом мире».)*

Начиная свое высказывание со слова *«if»,* автор ставит слушателя перед условным выбором, но продолжая мысль модальным глаголом он косвенно убеждает слушателя, беря на себя ответственность за его потенциальные страхи и сомнения. В связи с этим, в сочетании с повторяющимися модальными глаголами, условные предложения, использованные автором в речи, играют функцию эмфатического усиления и влияния на слушателя, но при этом не звучат громко и прямо, что говорит о косвенном намерении автора повлиять на собеседника и овладеть его вниманием.

Хеджирование через выражение модальности

Другим способом использования приема хеджирования в ситуации делового диалога является выражение модальности, которая может косвенно сообщать психологическую установку говорящего, его отношение к содержанию сообщения, коммуникативную цель высказывания, а также отношение высказывания к действительности.

«We have no reasonable way of estimating that portion of customer value except to say that it's ***almost certainly*** *larger than the direct cost savings».*

(«У нас нет разумного способа оценить эту часть ценности для потребителя, кроме как сказать, что она ***почти наверняка*** *превышает прямую экономию затрат».)*

В данном примере субъективной модальность выражена вводной фразой, транслирующей отношение говорящего к высказыванию, и, как следствие, способствующей установлению контакта между коммуникантами. В качестве приема хеджирования субъективная модальность смягчает иллокутивную цель сообщения за счет выражения отношения к нему говорящего, и, таким образом, эмоционально располагает слушателя, способствуя гармонизации диалога. В то же время, приведенная в примере вводная конструкция демонстрирует наигранную «неуверенность» говорящего с целью снизить силу высказывания, сделав его «размытым».

На следующем примере может быть рассмотрен эмоциональный компонент модальности в качестве приема хеджирования:

«I started this section with arguments and examples designed to demonstrate that human-induced climate change is real. ***But bluntly, I think*** *we can stop saying that now».*

(«Я начал этот раздел с аргументов и примеров, призванных продемонстрировать реальность, в которой происходит изменение климата, вызванного деятельностью человека. ***Но, откровенно говоря, я думаю,*** *что сейчас мы можем перестать это говорить».)*

В выражении модальности также присутствует эмоционально окрашенное слово сниженного стиля «*bluntly*». Эмоционально-экспрессивная оценка в деловой коммуникации – довольно распространенное явление, несмотря на то что по своей семантике оно противопоставляться дипломатическому языку и деловому контексту. В рамках хеджирования данный пример демонстрирует влияние на собеседника, поскольку за счет сниженного стиля и экспрессивности речь говорящего становится ближе и понятнее для слушателя, что способствует созданию ощущения равенства в диалоге и его гармонизации. С другой стороны, данный пример также может рассматриваться как средство воздействия на собеседника путем привлечения внимания. Данный прием хеджирования позволяет отвлечь слушателя от той информации, которую говорящему хотелось бы смягчить, или вовсе сделать незамеченной. В следующем примере демонстрируется модальность, выраженная вводными фразами:

*«****I believe*** *we need to do a better job for our employees. While the voting results were lopsided and our direct relationship with employees is strong,* ***it's clear to me that*** *we need a better vision for how we create value for employees – a vision for their success».*

*(«****Я верю****, что нам нужно лучше работать для наших сотрудников. Хотя результаты голосования были однобокими, а наши прямые отношения с сотрудниками прочными,* ***мне ясно, что*** *нам нужно лучшее видение того, как мы создаем ценность для сотрудников — видение их успеха».)*

В данном случае использование вводных фраз позволяет избежать потенциального несогласия со стороны собеседника, ограждая отправителя сообщения от возможного негативного ответа. Автор решает за собеседника, что истинно, а что нет, беря на себя ответственность за сказанное и предопределяя исход диалога в свою пользу.

*«To be conservative here (and remembering we're **really only** trying to get ballpark estimates), I'll say it's the same and call AWS customer value creation $38 billion in 2020».*

*(«Будучи консервативным (и помня, что мы **действительно** пытаемся получить **только** приблизительные оценки), я скажу, что это то же самое, и назову создание ценности для клиентов AWS в 38 миллиардов долларов в 2020 году».)*

В данном примере модальность выражена ограничительной утверждающей модальной частицей *«really»,* которая выступает в роли усилителя, и модальной частицей *«only»* в роли ослабителя. Сочетание этих двух приемов хеджирования в одном высказывании снижает с говорящего уровень ответственности за сообщаемое, но в то же время убеждает слушателя в правоте автора. Данный прием эффективен, так как он размывает общий смысл фразы, что позволяет отвлечь внимание слушателя, предрасполагает его к говорящему и способствует гармонизации диалога.

*«Despite what we've accomplished, **apparently**, we need a better vision for our employees' success. We have always wanted to be Earth's Most Customer-Centric Company».*

*(«Несмотря на то, чего мы достигли, **очевидно**, что нам нужно лучшее видение успеха наших сотрудников. Мы всегда хотели быть самой клиентоориентированной компанией на Земле».)*

В данном примере хеджирование реализуется через модальность, выраженную наречием. Данный прием смягчает иллокутивную цель высказывания за счет выражения отношения к нему говорящего. Эффективность рассматриваемого приема обеспечивается через сокрытие истинной пропозиции высказывания и реализацию стратегии вежливости.

Хеджирование при реализации стратегии вежливости

В англоязычной деловой коммуникации стратегия вежливости часто может быть реализована посредством использования приемов хеджирования, к которым относятся, помимо прочих, модальные глаголы.

«*If you want to be successful in business (in life, actually), you **have to** create more than you consume. Your goal **should** be to create value for everyone you interact with».*

*(«Если вы хотите добиться успеха в бизнесе (на самом деле, в жизни), **вам нужно** создавать больше, чем потреблять. Ваша цель*

должна *заключаться в создании ценности для всех, с кем вы взаимодействуете».)*

В данном случае выбор автором сообщения таких модальных глаголов как *«should»* и *«have to»* (вместо, например, *«must»*) не случаен: таким образом, высказывание приобретает более мягкий и нейтральный оттенок, располагая к себе слушателей.

«If we want to be Earth's Best Employer, we ***shouldn't*** *settle for 94% of employees saying they would recommend Amazon to a friend as a place to work. We* ***have to*** *aim for 100%».*

(«Если мы хотим стать лучшим работодателем Земли, мы ***не должны*** *довольствоваться тем, что 94% сотрудников говорят, что порекомендуют Amazon другу в качестве места работы. Мы* ***должны*** *стремиться к 100%».)*

В данном случае параллелизм как синтаксический прием хеджирования служит ярким примером потенциала исследуемого явления при реализации стратегии вежливости – в первую очередь, за счет его способности удержать внимание слушателя и придать речи большую убедительность. В контексте данного примера речь идет о реализации стратегии негативной вежливости, так как цель говорящего состоит в смягчении высказывания и выражении солидарности с адресатом.

Похожую ситуацию можно наблюдать в следующем примере:

«Because of our emphasis on the long term, we ***may*** *make decisions and weigh tradeoffs differently than some companies. Accordingly, we want to share with you our fundamental management and decision-making approach so that you, our shareholders,* ***may*** *confirm that it is consistent with your investment philosophy».*

(«Поскольку мы делаем упор на долгосрочную перспективу, мы ***можем*** *принимать решения и взвешивать компромиссы не так, как некоторые компании. Соответственно, мы хотим поделиться с вами нашим фундаментальным подходом к управлению и принятию решений, чтобы вы, наши акционеры,* ***могли*** *подтвердить, что он соответствует вашей инвестиционной философии».)*

В данном случае используется модальный глагол «may», который позволяет автору косвенно выразить свою мысль, избегая категоричности. В англоговорящей культуре довольно часто происходит субъективизация высказываний при помощи средств

хеджирования, так как в данной культуре выражаться прямолинейно не принято. Особенно это характерно для делового общения.

***«I guess**, we don't set unreasonable performance goals».*

*(«**Думаю**, мы не ставим необоснованных целей по производительности».)*

Негативная вежливость предполагает избегание определенных слов, которые могли бы показаться «опасными» для собеседника. В контексте деловой коммуникации – это очень распространенный прием, который способствует конструированию гармоничного диалога, не угрожающего «лицу» собеседника.

Так или иначе, применение различных приемов хеджирования, способствующих реализации стратегий позитивной и негативной вежливости, всегда направлено на нивелирование потенциальных или реальных конфликтных ситуаций и обеспечение обоюдно успешного коммуникативного взаимодействия.

Хеджирование также может использоваться в стратегиях позитивной вежливости, которые нацелены на гармонизацию общения. Характерной чертой данной стратегии является символическое согласие, которое зачастую достигается при помощи хеджирования.

*«**Basically**, to further accelerate investment in new technologies needed to build a zero-carbon economy, we introduced the Climate Pledge Fund last June. **I can maybe** start with the way the investment program started».*

*(«**По сути,** для дальнейшего ускорения инвестиций в новые технологии, необходимые для построения экономики с нулевым выбросом углерода, в июне прошлого года мы создали Фонд климатических обязательств. **Пожалуй, я могу** начать с того, как началась инвестиционная программа».)*

Данный пример демонстрирует выбор единиц, снижающих категоричность высказывания и направленных на обеспечение сближения и солидарности. Основой стратегии позитивной вежливости является демонстрация слушающему того, что его мнение учитывается автором, поэтому использование наречий *«basically»* и *«maybe»* позволяет автору приблизиться к слушающему тезису, создавая комфортную атмосферу для диалога.

Типичным примером использования стратегии позитивной вежливости также являются вопросительные предложения, и разделительные вопросы. В нижеприведенных примерах использование подобного приема хеджирования позволяет сохранить баланс между позитивной и негативной вежливостью.

*«Customers complete 28% of purchases on Amazon in three minutes or less, **don't they?** And half of all purchases are finished in less than 15 minutes, **aren't they**»?*

*(«Клиенты совершают 28% покупок на Amazon за три минуты или меньше, **не так ли?** И половина всех покупок совершается менее чем за 15 минут, **не так ли**»?)*

*«**Could you remind me** what is an expense for a company? That is as well an income for employees. In 2020, employees earned $80 billion, plus another $11 billion to include benefits and various payroll taxes, for a total of $91 billion».*

*(«**Не могли бы вы напомнить мне,** что такое расходы для компании? Это также доход для сотрудников. В 2020 году сотрудники заработали 80 миллиардов долларов плюс еще 11 миллиардов долларов, включая льготы и различные налоги на заработную плату, на общую сумму 91 миллиард долларов».)*

Данные синтаксические структуры служат для определения отношений между участниками диалога и обуславливают характер их дальнейших взаимоотношений и исхода коммуникации. В случае использования такого приема хеджирования как вежливые вопросы, говорящий дает возможность реципиентам самим оценить истинность утверждения, поучаствовать в данном обсуждении, показывая, что он считается с их мнением. Также, с другой стороны, это позволяет создать дистанцию между участниками диалога, что является проявлением вежливости.

Сохранение баланса между позитивной и негативной вежливостью, то есть демонстрация солидарности и соблюдение дистанции, является главным принципом вежливого поведения, которое также является основой любого делового межкультурного диалога (Томалин & Малюга, 2016). Этот процесс является стержнем в любом диалоге, так как он способствует сохранению равновесия в процессе коммуникативного взаимодействия. Использование такого приема как хеджирование позволяет сохранить гармонию диалога, при этом достичь определенных

целей косвенным образом, не нарушая при этом баланс и правила вежливого общения.

Выводы

Феномен хеджирования получил в исследовании освещение с точки зрения лингвопрагматических аспектов его функционирования в англоязычном деловом дискурсе, характеризующих рассматриваемое явление как важный инструмент поддержания и регулирования отношений между коммуникантами. Применение различных приемов хеджирования способствует ведению гармоничного диалога, минимизации категоричности высказывания, соблюдению общепринятых норм речевого поведения.

Особенности употребления приемов хеджирования обусловливаются прагматическими целями, что в особенности проявляется в деловом дискурсе. Бизнесмены, участвующие в международных переговорах, должны выстраивать свою речь таким образом, чтобы их речь не отразилась негативно на результатах ведения переговоров, на репутации и имидже компании, которую он представляет, а также культуры и нации, представителем которой он является в лице иностранных коллег. Критика или слишком категоричные утверждения могут привести к конфликтам и представлять угрозу слушателям и их интересам.

Участники переговоров, используя различные приемы хеджирования, косвенным образом пытаются повлиять на собеседника, отстоять свою точку зрения и добиться своих целей. Собеседники, используя различные синтаксические, лексические, стилистические и семантические средства выражения вежливых форм, косвенно стремятся к избеганию возможных конфликтных ситуаций, смягчению иллокутивной силы своего высказывания, а также стараются получить выгоду от диалога, влияя на реципиента.

К основным функциям хеджирования относятся: нивелирование конфликтных коммуникативных ситуаций, сохранение «лица», говорящего и слушающего, ослабление иллокутивной силы высказывания, защита пропозициональной составляющей высказывания, реализация стратегий позитивной и негативной вежливости, а также оказание речевого воздействия в целом.

Литература

1. Власян Г. Р. Лингвистическое хеджирование как средство реализации стратегий вежливости в разговорном диалоге / Г. П. Власян, Е. М. Петрова // Культура и текст. – 2021. – Т. 1. – № 44. – С. 216-227. https://doi.org/10.37386/2305-4077-2021-1-216-227
2. Горина О. Г. Лингвистический хеджинг как коммуникативная стратегия (в русле корпусных исследований) / О. Г. Горина, В. Е. Храброва // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – Т. 15. – № 3. – С. 44-53. https://doi.org/10.25205/1818-7935-2017-15-3-44-53
3. Лебедева И. С., Грибанова Т. И. Использование хеджирующих средств в судебном дискурсе // Вопросы прикладной лингвистики. – 2019. – № 34. – С. 70-92.
4. Марюхин А. П. Непрямая коммуникация в научном дискурсе (на материале русского, английского, немецкого языков): Автореф. дис. … канд. филол. наук / А. П. Марюхин. – Москва: Институт языкознания РАН, 2010.
5. Миколайчик М. В. Лексические хеджи в британском и американском вариантах научного экономического дискурса: корпусное исследование / М. В. Миколайчик // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – № 3. – С. 63-67. https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.3.13
6. Пастухова О. Д. Способы выражения хеджирования в российском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. – 2018. – № 5. – С. 95-100.
7. Песина С. А. Функциональные особенности устойчивых словосочетаний категории неопределенности в английском языке / С. А. Песина, И. Р. Пулеха, П. Тандон // Гуманитарно-педагогические исследования. – 2019. – Т. 3. – № 1. – С. 66-70.
8. Томалин Б., Малюга Е. Н. Деловой язык в век глобализации // Вопросы прикладной лингвистики. – 2016. – № 24. – Pp.7-18.
9. Шушарина В. А. Пропозициональное хеджирование как средство модификации смысла / В. А. Шушарина // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – Т. 1. – № 92. – С. 392-395. https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-192-392-395

10. Ariel M. Defining pragmatics. – Cambridge University Press, 2010.
11. Brown P. Politeness. Some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge University Press, 2014.
12. Fraser B. Pragmatic competence: The case of hedging // New approaches to hedging. – Emerald Group Publishing Ltd., 2010. – P. 15-34.
13. Gribanova T. I. Hedging in different types of discourse / T. I. Gribanova, T. M. Gaidukova // Training, Language and Culture. – 2019. – T. 3. – № 2. – P. 85-99. https://doi.org/10.29366/2019TLC.3.2.6
14. Hyland K. Hedges, boosters and lexical invisibility: Noticing modifiers in academic texts // Language awareness. – 2000. – T. 9. – № 4. – P. 179-197. https://doi.org/10.1080/09658410008667145
15. Lakoff G. Ten lectures on cognitive linguistics. – Brill, 2019.
16. Livytska I. The use of hedging in research articles on applied linguistics // Journal of Language and Cultural Education. – 2019. – T. 7. – № 1. – P. 35-53. https://doi.org/10.2478/jolace-2019-0003
17. Malyuga E. N. Linguistic pragmatics of intercultural professional and business communication / E. N. Malyuga, S. N. Orlova. – Springer, 2017.
18. Malyuga E. N. Emotive lexis in English-language corporate communication: The linguo-pragmatic aspect // Proceedings of the X International Conference WUT 2020. – European Publisher, 2020. – P. 926-931. https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.08.107
19. Malyuga E. N. The expressive function of colloquialisms in professional discourse: The linguopragmatic aspect / E. N. Malyuga, V. E. Yermishina // E3S Web of Conferences. – 2021. – № 284. – Article 08012. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202128408012
20. Markkanen R. Hedging and discourse: Approaches to the analysis of a pragmatic phenomenon in academic texts / R. Markkanen, H. Schröder. – Cambridge University Press, 1997.
21. Tikhomirova A.N. A pragmatic approach to the analysis of marketing adaptation to Russian national culture // Professional Discourse & Communication. – 2020. – №2(2), Pp. 31-46. https://doi.org/10.24833/2687-0126-2020-2-2-31-46

References

Ariel, M. (2010). *Defining pragmatics.* Cambridge University Press.

Brown, P., & Levinson, S. (2014). *Politeness. Some universals in language usage.* Cambridge University Press.

Fraser, B. (2010). Pragmatic competence: the case of hedging. In *New approaches to hedging,* (pp. 15–34). Emerald Group Publishing Ltd.

Gorina, O.G., & Khrabrova, V.E. (2017). Lingvisticheskii khedzhing kak kommunikativnaia strategiia (v rusle korpusnykh issledovanii) [Linguistic hedging as a communicative strategy (in line with corpus research)]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Lingvistika i mezhkul'turnaia kommunikatsiia, 15*(3), 44–53. https://doi.org/10.25205/1818-7935-2017-15-3-44-53

Gribanova, T.I., & Gaidukova, T.M. (2019). Hedging in different types of discourse. *Training, Language and Culture, 3*(2), 85–99. https://doi.org/10.29366/2019TLC.3.2.6

Hyland, K. (2000). Hedges, boosters and lexical invisibility: noticing modifiers in academic texts. *Language awareness, 9*(4), 179–197. https://doi.org/10.1080/09658410008667145

Lakoff, G. (2019). *Ten lectures on cognitive linguistics.* Brill.

Lebedeva, I.S., & Gribanova, T.I. (2019). Hedging in courtroom discourse. *Issues of Applied Linguistics, 34*, 70–92.

Livytska, I. (2019). The use of hedging in research articles on applied linguistics. *Journal of Language and Cultural Education, 7*(1), 35–53. https://doi.org/10.2478/jolace-2019-0003

Malyuga, E.N. (2020). Emotive lexis in English-language corporate communication: the linguo-pragmatic aspect. In *Proceedings of the X International Conference WUT,* (pp. 926–931). European Publisher. https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.08.107

Malyuga, E.N., & Orlova, S.N. (2017). *Linguistic pragmatics of intercultural professional and business communication.* Springer.

Malyuga, E.N., & Yermishina, V.E. (2021). The expressive function of colloquialisms in professional discourse: the linguopragmatic aspect. *E3S Web of Conferences, 284*, Article 08012. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202128408012

Mariukhin, A.P. (2010). *Nepriamaia kommunikatsiia v nauchnom diskurse (na materiale russkogo, angliiskogo, nemetskogo iazykov)*

[Indirect communication in scientific discourse (based on Russian, English, German languages)]. (Candidate thesis abstract, Russia, Moscow, Institute of Linguistics RAS).

Markkanen, R., & Schröder, H. (1997). *Hedging and discourse: approaches to the analysis of a pragmatic phenomenon in academic texts.* Cambridge University Press.

Mikolaichik, M.V. (2019). Leksicheskie khedzhi v britanskom i amerikanskom variantakh nauchnogo ekonomicheskogo diskursa: korpusnoe issledovanie [Lexical hedges in the British and American variants of scientific economic discourse: a corpus study]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki, 12*(3), 63–67. https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.3.13

Pastukhova, O.D. (2018). Sposoby vyrazheniia khedzhirovaniia v rossiiskom politicheskom diskurse [Ways of expressing hedging in Russian political discourse]. *Politicheskaia lingvistika, 5*, 95–100.

Pesina, S.A., Pulekha, I.R., & Tandon, P. (2019). Funktsional'nye osobennosti ustoichivykh slovosochetanii kategorii neopredelennosti v angliiskom iazyke [Functional features of stable phrases of the category of uncertainty in the English language]. *Gumanitarno-pedagogicheskie issledovaniia, 3*(1), 66–70.

Shusharina, V.A. (2022). Propozicional'noe hedzhirovanie kak sredstvo modifikacii smysla [Propositional hedging as a means of modifying meaning]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovanija, 1(*92), 392–395. https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-192-392-395

Tikhomirova, A.N. (2020). A pragmatic approach to the analysis of marketing adaptation to Russian national culture. *Professional Discourse & Communication, 2*(2), 31–46. https://doi.org/10.24833/2687-0126-2020-2-2-31-46

Tomalin, B., Malyuga, E.N. (2016). Business language in the global age. *Issues of Applied Linguistics, 24,* 7-18.

Vlasian, G.R., & Petrova, E.M. (2021). Lingvisticheskoe khedzhirovanie kak sredstvo realizatsii strategii vezhlivosti v razgovornom dialoge [Linguistic hedging as a means of implementing politeness strategies in conversational dialogue]. *Kul'tura i tekst, 1*(44), 216–227. https://doi.org/10.37386/2305-4077-2021-1-216-227

УДК 81’42:811.112.2
https://doi.org/10.25076/vpl.45.03
А. И. Горожанов
Московский государственный лингвистический университет
И. А. Гусейнова
Московский государственный лингвистический университет
Д. В. Степанова
Минский государственный лингвистический университет

ИНСТРУМЕНТАРИЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО АНАЛИЗА ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

Рассматриваются особенности создания и апробации инструментария автоматизированного анализа оригинального художественного текста и его перевода для оценки адекватности передачи смыслов в рамках философской категории качества. Материалом исследования служит текст романа Ф. Кафки «Замок» на немецком языке и его перевод на русский язык. В работе применяется метод автоматизированного анализа текста, совмещающего в себе объективный программный и субъективный спекулятивный анализ материала, а также элементы корпусного подхода, в рамках которых используется библиотека Python обработки естественного языка spaCy, обладающая различными функциями для анализа неразмеченных текстовых массивов. Подробно рассматриваются этапы создания метода автоматизированного анализа качественной характеристики оригинального художественного текста и его экстраполяции на текст перевода с учетом формальных различий выбранных языков. Разработанный метод позволяет авторам предусмотреть нормализацию, токенизацию и частотный анализ текстового материала, визуализировать и интерпретировать полученные эмпирические данные, среди которых наиболее релевантными представляются коэффициенты отклонений. Авторы приходят к выводу о том, что использование современных программных инструментов обработки неразмеченных текстов может быть эффективным для выявления различий в восприятии качественной характеристики в тексте оригинала и тексте перевода.

Установленные различия могут быть следствием выбора неточных вариантов перевода. В качестве перспективного направления совершенствования инструментария предлагается работа над повышением точности выходных данных с помощью привлечения новейших программных решений, а также апробация инструментария на материале художественных произведений на других иностранных языках и их переводов в рамках философских категорий качества, пространства и времени.

Ключевые слова: инструментарий автоматизированного анализа, корпусный подход, оценка качества перевода, художественный перевод, интерпретация художественного произведения, роман Ф. Кафки «Замок», Python, библиотека spaCy

UDC 81'42:811.112.2
https://doi.org/10.25076/vpl.45.03

A. I. Gorozhanov
Moscow State Linguistic University
I. A. Guseynova
Moscow State Linguistic University
D. V. Stepanova
Minsk State Linguistic University

TOOLS FOR AUTOMATED ANALYSIS OF FICTION WORK TRANSLATION

The paper describes the features of the creation and approbation of tools for automated analysis of the original fiction text and its translation to assess the adequacy of the transfer of meanings for the philosophical category of quality. The material of the study is a text of the novel by F. Kafka "The Castle" in German and its translation into Russian. A method of automated text analysis is applied, which combines objective programmatic and subjective speculative analysis, as well as elements of the corpus approach, for which the spaCy natural language processing Python library is used, which has various functions for analyzing unmarked-up text arrays. The stages of creating a method for automated analysis of the qualitative characteristics of the original fiction text and its extrapolation to the translated text are considered in detail, taking into account the formal differences in the selected

languages. The developed method allows the authors to provide for the normalization, tokenization and frequency analysis of textual material, to visualize and interpret the obtained empirical data, among which the deviation coefficients seem to be the most relevant. The authors come to the conclusion that the use of modern software tools for processing unmarked-up texts can be effective in identifying differences in the perception of a qualitative characteristic in the original text and the translated text. The established differences may be the result of the choice of inaccurate translation options. As a promising direction for improving the tools, it is proposed to work on improving the accuracy of the output data by involving the latest software solutions, as well as approbation of the tools on the material of fiction works in other foreign languages and their translations within the philosophical categories of quality, space and time.

Keywords: tools for automated analysis, corpus approach, translation quality assessment, fiction work translation, fiction work interpretation, F. Kafka's novel "The Castle", Python, spaCy library

Введение

В настоящее время прикладная (компьютерная) лингвистика как никогда ранее имеет право претендовать на звание образца среди междисциплинарных областей знаний. Опираясь на математический аппарат и программирование, с одной стороны, и фундаментальные знания в области лингвистики, а также знание нескольких современных языков, с другой, прикладной лингвист призван решать сложные задачи, сопряженные с такими ключевыми, или сквозными, технологиями, как большие данные, искусственный интеллект, интернет вещей, машинное обучение и пр. (Auffarth, 2020; Carrier, 2017; Karsdorp, Kestemont, & Riddell, 2021, Малюга, 2009).

Однако не следует считать, что прикладная лингвистика служит сегодня исключительно утилитарным целям информационного общества. «Классическая» лингвистика также может использовать все достижения прикладной науки – даже в таких традиционно творческих областях, как интерпретация художественного текста и художественный перевод.

Целью настоящего исследования является создание и апробация инструментария автоматизированного компаративного анализа

оригинального художественного текста и его перевода, который бы помог оценить последний на предмет его соответствия оригиналу в рамках философской категории качества. Такая комплексная цель может быть достигнута только при решении ряда частных задач, а именно:

– создания метода автоматизированного анализа качественной характеристики оригинального художественного текста;

– экстраполяции этого метода на текст перевода, с учётом формальных различий исходного языка и языка перевода;

– визуализации полученных данных;

– интерпретации полученных данных с целью формулирования конкретных предложений для повышения уровня точности перевода.

Необходимость создания подобного инструментария объясняется очевидной потребностью в создании переводов высокого качества, поскольку качество перевода «является фундаментальной категорией теории перевода, ибо качество перевода фактически составляет ее истинный и единственный предмет» (Семко, 2005, с. 36). Традиционный метод анализа качества перевода путем сопоставления перевода и оригинала экспертом не признается сегодня всеми исследователями как достаточный; также в предметно-специальной литературе отмечается, что критерии оценки качества художественного перевода представляют особую сложность (Сдобников, 2015, с. 31, 59–62). Далее, исследователи отмечают, что «каждый [художественный] перевод – индивидуальное прочтение, индивидуальная интерпретация, то есть продукт субъективного познания оригинала конкретным переводчиком, и в этом смысле он субъективен» (Рябко, 2020, с. 137).

В целом, проблема качества перевода активно рассматривалась и продолжает рассматриваться в России и за рубежом (Waard & Nida, 1986; Швейцер, 1988; Комиссаров, 1990; Gorlée, 1994; Fawcett, 2003; Гак 2003; Гарбовский, 2004; Welnitzova, Jakubickova, & Králik, 2021; Полякова, 2022; Томалин & Малюга, 2016). Не углубляясь в детали отдельных теоретических концепций – поскольку это потребовало бы отдельного обстоятельного исследования, – заключим, что отсутствие какого-либо универсального

объективного метода оценки качества перевода художественного произведения подкрепляет актуальность нашей работы.

Новизну работы подчеркивает тот факт, что в нем применяются новейшие программные средства: язык программирования Python 3 с использованием популярной библиотеки обработки естественного языка spaCy, что является на сегодня стандартом для исследований такого рода (Ayre et al., 2021; Jugran et al., 2021; Okhapkin et al., 2021).

Материал и методы исследования

В качестве материала исследования был выбран оригинальный текст романа Ф. Кафки «Замок» и текст одного из его переводов на русский язык. Это обусловлено тем, что ранее нами была подготовлена определенная теоретико-практическая база в ходе прикладного исследования по автоматизированной интерпретации оригинального текста художественного произведения, материалом для которого и послужил указанный роман писателя-экспрессиониста (Горожанов, Гусейнова, 2021; Gorozhanov & Guseynova, 2020). Таким образом, настоящее исследование вписывается в более широкий контекст ряда научно-исследовательских работ, осуществление которых планируется продолжать и далее.

Методами настоящего исследования послужили автоматический (частотный) анализ текста, интерпретационный (мысленный) анализ текста, что в совокупности можно назвать автоматизированным анализом, т. е. анализом, совмещающим в себе объективный программный и субъективный спекулятивный анализ материала. Далее, в текущем исследовании широко применяется корпусный подход. Это находит свое отражение в том, что текст художественного произведения и его перевод рассматриваются как одноязычные сбалансированные неразмеченные корпусы в отдельности, и как параллельный двуязычный сбалансированный неразмеченный корпус в совокупности (Горожанов, Степанова, 2022, с. 205). В рамки корпусного подхода вписывается также и использование библиотеки spaCy, которая позволяет применять указанный подход для неразмеченных текстовых массивов, что, по нашему мнению, дает право говорить об использовании в исследовании spaCy-метода, что нисколько не противоречит общему определению

метода как совокупности приемов для достижения цели, поскольку, во-первых, технически любая программная библиотека содержит в себе различные функции (директивы, команды) для исполнения конкретных задач, а во-вторых, дифференцирует применение различных программных библиотек, которые представлены сегодня набором из минимум нескольких десятков вариантов, так что потенциально возможен не только spaCy-метод, но и NLTK-метод, Stanza-метод, Apache OpenNLP-метод и др.

Ход исследования и его результаты

Для решения первой задачи исследования были привлечены эмпирические данные, полученные в ходе предшествующей работы по определению пространственно-качественных характеристик оригинального текста романа Ф. Кафки «Замок». Это исследование, которое в значительной мере сформировало контекст настоящей работы, позволило выделить качественные характеристики локаций повествования как в целом для всего произведения, так и по каждой из его 20-ти глав.

Решение первой задачи (создания метода автоматизированного анализа качественной характеристики оригинального художественного текста) заключалось в следующем. Текст романа был нормализован, т. е. программно трансформирован в перечень отдельных словоформ, приведенных к написанию с маленькой буквы и разделенных пробелом. При этом все знаки препинания были удалены. Например, текст «Es war spät abends, als K. ankam. Das Dorf lag in tiefem Schnee.» превратился в текст «es war spät abends als k. ankam das dorf lag in tiefem schnee». Таким способом была получена 109191 словоформа. Далее из них программно были отобраны уникальные словоформы, что дало в результате 10939 единиц (токенов). Важно отметить, что речь здесь идет о формальном анализе и под уникальной словоформой подразумевается не начальная форма слова (например, инфинитив для глагола), а отличающаяся от других последовательность символов, поэтому «komm», «kam» и «kommt» считались тремя уникальными словоформами.

Затем уникальные единицы были отсортированы по частотности их употребления. Как и предполагалось, в начале списка оказались артикли, местоимения, частицы и предлоги:
und : 2927

die : 2443
sie : 2106
nicht : 1967
der : 1963
es : 1856
er : 1812
zu : 1674
ich : 1349
das : 1235
aber : 1211 и т. д.

После ручной правки в этом списке были оставлены только существительные, «лидерами» среди которых явились следующие:
k : 1205
frieda : 420
klamm : 366
barnabas : 246
wirtin : 204
schloß : 173
gehilfen : 170
herr : 150
amalia : 132
arbeit : 116
olga : 112
zimmer : 108
tür : 108
lehrer : 106
landvermesser : 102

Далее из полученного списка существительных были отобраны обозначения локаций романа, которые упоминаются более десяти раз, после чего фокус исследования был перенаправлен к словоформам (прилагательным и наречиям), наиболее обще характеризующим качества этих локаций. Был составлен следующий частотный список:
groß : 118
gut / besser : 81
jung : 53
alt : 52
still : 47

neu : 38
offen : 34
ruhig : 34
ernst : 30
richtig : 29
frei : 22
leise : 22
voll : 21
böse : 20
gleichgültig : 20
unrecht : 16
wahr : 16
klar : 16
traurig : 14
unglücklich : 14
schwer : 13
leer : 12
unsicher : 11
klein : 11
dunkel : 11
schlimm : 10
kräftig : 10
kurz : 10

Ключевым моментом является дальнейшее разделение этих словоформ на условно «положительные» и «отрицательные», которое было произведено вручную на основании экспертной интерпретации усредненных коннотаций этих лексических единиц в языке в целом (см. таблицу 1):

Таблица 1

+	–
groß : 118	alt : 52
gut / besser : 81	böse : 20
jung : 53	gleichgültig : 20
still : 47	unrecht : 16
neu : 38	traurig : 14
offen : 34	unglücklich : 14
ruhig : 34	schwer : 13
ernst : 30	leer : 12

richtig : 29 frei : 22 leise : 22 voll : 21 wahr : 16 klar : 16 kräftig : 10	unsicher : 11 klein : 11 dunkel : 11 schlimm : 10 kurz : 10
Итого: 571	Итого: 214

Отношение «положительных» и «отрицательных» качественных характеристик составило так называемый «коэффициент положительных характеристик» $N_{pos/neg}$. Здесь $N_{pos/neg}$ = 571 / 214 = 2,67. Мы не будем приводить подробную интерпретацию этого показателя, поскольку в рамках настоящего исследования это не является релевантным. Тем не менее, то, что коэффициент положительных характеристик превышает значение «2», говорит скорее о позитивном восприятии пространства читателем, чем о негативном (Горожанов, Гусейнова, 2021, с. 31–32).

Затем текст романа был разделен на главы. Для каждой главы был рассчитан $N_{pos/neg}$. Например, для первой главы распределение «положительных» и «отрицательных» качественных характеристик принимает следующий вид (см. таблицу 2):

Таблица 2

+	–
jung : 14 gut / besser : 14 frei : 12 voll : 10 groß : 10 offen : 10 still : 9 wahr : 7 leise : 5 ruhig : 5 neu : 4 richtig : 2 klar : 2 ernst : 1	alt : 24 klein : 9 leer : 3 kurz : 3 unsicher : 2 dunkel : 1 schwer : 1 traurig : 1
Итого: 105	Итого: 44

При этом $N_{pos/neg}1 = 2{,}386$.

Приведем подобные данные для всех глав романа (см. таблицу 3):

Таблица 3

Глава	$\mathbf{N_{pos/neg}}$
1	2,386
2	1,302
3	1,25
4	1,244
5	1,698
6	1,684
7	1,172
8	1,655
9	2,533
10	1,55
11	2,2
12	1,444
13	1,957
14	1,815
15	1,693
16	1,2
17	2
18	1,622
19	2,026
20	1,741
Среднее арифметическое (μ)	1,7

Здесь важен показатель среднего арифметического μ из всех коэффициентов положительных характеристик. Он равен 1,7, и его не следует путать с $N_{pos/neg} = 2{,}67$ (для всего романа).

Заключительным шагом для решения первой задачи исследования является расчет еще одного коэффициента $Ndev_{pos/neg}$, который представляет собой частное от деления $N_{pos/neg}$ конкретной главы на среднее арифметическое μ. Коэффициент $Ndev_{pos/neg}$ призван показать, является ли глава более или менее положительной / отрицательной в качественном отношении на общем фоне восприятия качественных характеристик пространства романа. В результате получается следующая таблица (см. таблицу 4):

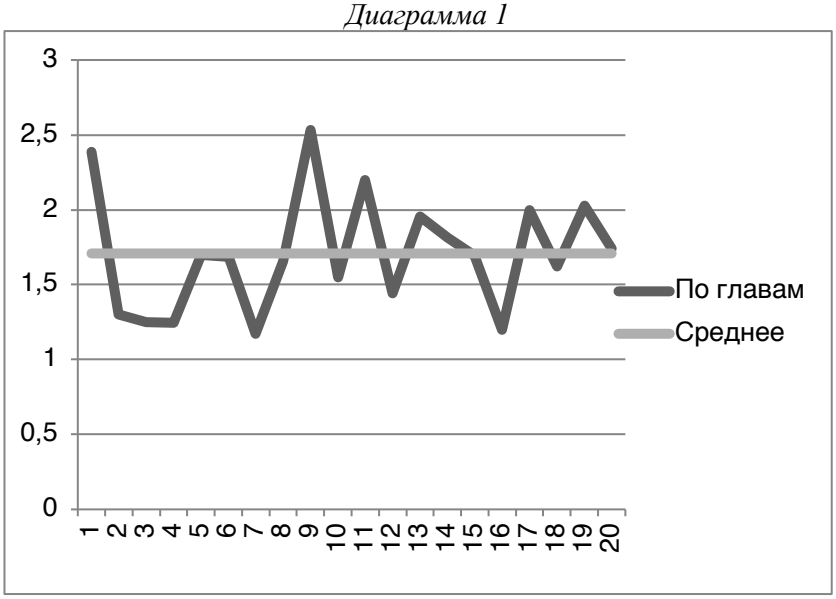
Таблица 4

Глава	**$Ndev_{pos/neg}$**
1	1,404
2	0,766
3	0,735
4	0,732
5	0,999
6	0,991
7	0,69
8	0,974
9	1,49
10	0,912
11	1,294
12	0,85
13	1,151
14	1,068
15	0,996
16	0,706
17	1,176
18	0,954
19	1,192
20	1,024

При коэффициенте $Ndev_{pos/neg} > 1$ восприятие представляется скорее позитивным, $Ndev_{pos/neg} < 1$ скорее негативным.

Полученные результаты удобно представить в виде диаграммы, на которой по оси X отложены главы романа, а по оси Y значения $N_{pos/neg}$ (см. диаграмму 1):

Диаграмма 1



Мысленная субъективная интерпретация содержания глав романа подкрепляет достоверность полученных данных. Так, первая и девятая главы показаны как наиболее позитивные. В самом деле, в первой главе главный герой только приходит в деревню, он чувствует себя внутренне свободным и уверен в том, что его работа будет востребована. В девятой, самой «позитивной» главе романа, К. находится на господском постоялом дворе, что уже говорит об «элитности» локации. Он проявляет твердость характера, уклоняется от допроса, покидает локацию по собственной воле. Самыми частотными качественными характеристиками здесь являются «richtig» и «frei».

Своеобразное «дно» образуют главы 7 и 16. В седьмой главе К. беседует с деревенским учителем. Тот предлагает ему работу при школе. К. уже живет с Фридой, у него образовалось некое подобие семьи, и хочется приемлемо обустроить совместный быт. Ради ночлега К. соглашается на предложение учителя, ведь устроиться землемером никак не получается. Главный герой унижается перед всеми: учителем, старостой, хозяйкой постоялого двора «У моста».

В главе 16 Фрида уходит от К. к его бывшему подмастерью. Несмотря на отсутствие экспрессии в репликах главного героя, глава производит крайне гнетущее впечатление. К. остается один.

Интересны и нейтральные показатели – например, в главах 5, 6 и 18. Пятая глава разворачивается в доме старосты деревни. В ней К. как будто «зависает» в неопределенности: он не может быть принят на работу в качестве землемера, но в тоже время ему и не отказано полностью в занятости. Фактически нет повода воспринимать что-то хорошо или плохо. В следующей главе происходит беседа К. с хозяйкой постоялого двора «У моста». События не имеют непосредственного отношения к персонажу, глава является скорее «вставочной», что и объясняет нейтральность характеристик. Восемнадцатая глава протекает на господском постоялом дворе. К. видится с Фридой, которая снова работает за барной стойкой. После разговора с Фридой, в котором она снова упрекает К., тот случайно встречает секретаря Бюргеля. Их беседа касается бюрократических порядков в деревне и замке. Эти события мало влияют как на судьбу главного героя, так и на сюжет романа в целом.

Заключим, что решение первой задачи исследования состоялось, поскольку был найден и апробирован метод качественной характеристики художественного текста, предусматривающий нормализацию, токенизацию и частотный анализ текстового материала.

Для решения второй задачи работы (экстраполяции созданного метода на текст перевода, с учётом формальных различий исходного языка и языка перевода) мы обратились к переводу романа «Замок» на русский язык. Сразу оговоримся, что здесь и далее, мы ни в коей мере не преследуем цель критики профессионально выполненного перевода романа. Русский текст используется нами с нейтральных позиций ученого и исключительно в качестве материала исследования. В этой связи мы не упоминаем имени переводчика. Любые наши оценки и мнения относительно улучшения качества конкретно взятого перевода нисколько не умаляют его достоинств.

Нам предстояло разбить текст на главы, определить набор качественных характеристик (прилагательные и наречия), которые бы соответствовали качественным характеристикам оригинального

немецкоязычного текста и на основании этого рассчитать коэффициент положительных характеристик для каждой главы текста перевода.

Для каждой из «положительных» и «отрицательных» характеристик на немецком языке (см. таблицу 1) мы подобрали наиболее частотные переводческие соответствия из русского языка, опираясь на основные прямые значения лексических единиц. Параллельно была произведена нормализация, токенизация и частотный анализ русского текста, и если какая-то лексическая единица из предлагаемых в качестве соответствий для немецких лексических единиц не встречалась в этом частотном списке, то она не включалась в перечень. Например, в русском тексте не встретилась форма «ново», поэтому она не была зафиксирована в группе «neu». В результате получились следующие соответствия:

groß : больший, большой
gut / besser : хороший, хорошо
jung : молодой
still : спокойный, спокойно
neu : новый
offen : открытый, открыто
ruhig : спокойный, спокойно
ernst : серьёзный
richtig : правильный, правый, правильно
frei : свободный, свободно
leise : тихий, тихо
voll : полный
wahr : явный, настоящий, явно
klar : ясный, понятный, ясно
kräftig : сильный, крепкий, сильно, крепко

и

alt : старый
böse : злой, злобно
gleichgültig : равнодушный, безразличный, равнодушно, безразлично
unrecht : несправедливый, неправильный, несправедливо, неправильно
traurig : грустный, грустно
unglücklich : несчастный

schwer : тяжёлый, трудный, тяжело
leer : пустой, пусто
unsicher : –
klein : маленький, малый, мелкий
dunkel : тёмный
schlimm : плохой, плохо
kurz : короткий, коротко

Поскольку русские прилагательные проявляют более богатую парадигму, чем немецкие, а наречия отличаются по форме от прилагательных, простой поиск по корню слова не представлялся удачным решением. В этой связи мы были вынуждены прибегнуть к использованию библиотеки обработки естественного языка spaCy. Так, частотный список русских словоформ был сгенерирован с применением фильтра по прилагательным и наречиям. Поскольку spaCy официально имеет погрешность на уровне нескольких процентов (spaCy, 2022), в русский список помимо прилагательных и наречий попали некоторые причастия (например, «открыто»).

Для прилагательного «unsicher» прямые соответствия в русском тексте (например, «неуверенный», «неуверенно») не были обнаружены.

Общий коэффициент $N_{pos/neg}$ русского текста составил 781 / 405 = 1,93 (см. таблицу 5):

Таблица 5

+	–
хороший, хорошо : 142	маленький, малый, мелкий : 89
больший, большой : 126	тяжёлый, трудный, тяжело : 75
явный, настоящий, явно : 70	плохой, плохо : 55
молодой : 56	короткий, коротко : 31
ясный, понятный, ясно : 54	старый : 30
правильный, правый, правильно : 51	равнодушный, безразличный, равнодушно, безразлично : 23
новый : 46	несправедливый,
спокойный, спокойно : 46	неправильный, несправедливо,
сильный, крепкий, сильно, крепко : 44	неправильно : 23
	пустой, пусто : 21
полный : 42	несчастный : 17
тихий, тихо : 37	тёмный : 15

свободный, свободно : 29 открытый, открыто : 20 серьёзный : 18	грустный, грустно : 14 злой, злобно : 12
Итого: 781	Итого: 405

Далее были определены значения коэффициентов $N_{pos/neg}$ для каждой главы русского текста и среднее арифметическое μ (см. Таблицу 6):

Таблица 6

Глава	**$N_{pos/neg}$**
1	2,261
2	1,522
3	1,769
4	2,133
5	1,783
6	1,385
7	1,625
8	1,867
9	4,714
10	1,364
11	3,75
12	1,167
13	1,641
14	3,222
15	2,355
16	1,222
17	1,4
18	1,8
19	1,778
20	1,973
Среднее арифметическое (μ)	2,04

Были определены коэффициенты отклонения $Ndev_{pos/neg}$ (см. Таблицу 7):

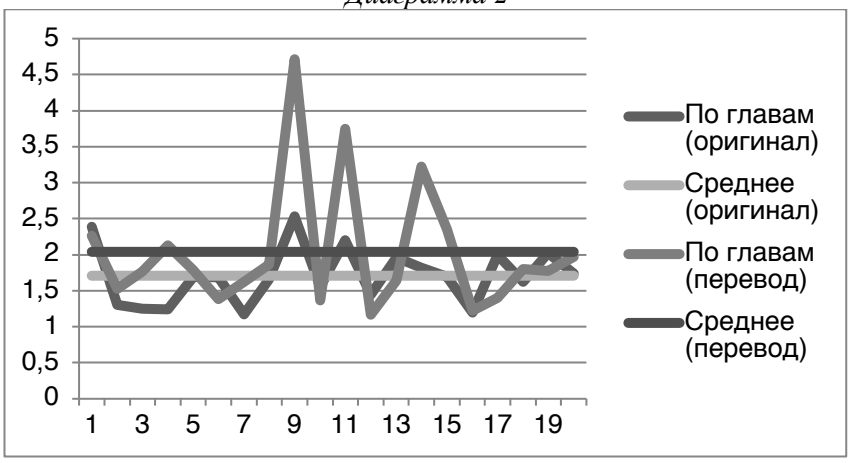
Таблица 7

Глава	**$Ndev_{pos/neg}$**
1	1,11
2	0,747
3	0,869

4	1,047
5	0,875
6	0,68
7	0,798
8	0,916
9	2,314
10	0,669
11	1,841
12	0,573
13	0,806
14	1,582
15	1,156
16	0,6
17	0,687
18	0,884
19	0,873
20	0,969

Решение третьей задачи исследования (визуализации полученных данных) уже было частично исполнено выше (см. диаграмму 1). Наложим данные таблицы 6 на диаграмму 1 (см. диаграмму 2):

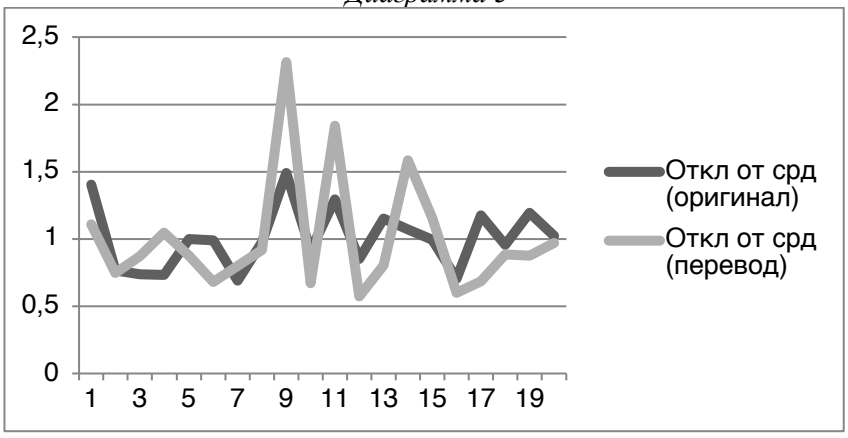
Диаграмма 2



На представленной диаграмме видно, что среднее арифметическое текста перевода лежит выше μ текста оригинала, а кривые коэффициентов положительных характеристик хотя и имеют приблизительно сходный характер, но практически не совпадают. Исключения представляют собой главы 1, 5 и 16.

Еще одним вариантом визуализации полученных данных является наложение друг на друга кривых коэффициентов отклонений $Ndev_{pos/neg}$ оригинала и перевода (см. Диаграмму 3):

Диаграмма 3



Мы подошли к решению последней задачи исследования (интерпретации полученных данных с целью формулирования конкретных предложений для повышения уровня точности перевода). Благодаря реализации трех предыдущих задач мы получили эмпирические данные, из которых наиболее релевантными представляются кривые коэффициентов отклонений $Ndev_{pos/neg}$ оригинала и перевода.

В целом, в рамках нашего исследования любые численные показатели в отдельности не являются достаточно информативными, но приобретают важность при сопоставлении друг с другом. Этот тезис ярко демонстрируют данные диаграмм 2 и 3. Коэффициенты $N_{pos/neg}$ для первых глав оригинального текста и его перевода имеют значения 2,386 и 2,261, соответственно, и практически совпадают. Однако принимая во внимание тот факт, что средние арифметические μ для оригинала и перевода

отличаются в 1,2 раза, факт совпадения восприятия качественных характеристик пространства при прочтении оригинального и переводного текстов подлежит сомнению. Другими словами, среднее арифметическое μ устанавливает для читателя некую нейтраль, от которой и производится эмоциональный отсчет «позитивное / негативное», поэтому для вычисления совпадений корректно будет использовать данные диаграммы 4, согласно которой минимальные различия демонстрируют главы 2, 8, 18 и 20. Пики различий приходятся на главы 9, 11, 14 и 17.

Проанализируем в качестве примера главу 9 оригинального и переводного текста, для того чтобы разобраться в том, что вызвало разницу в значениях коэффициента отклонений $Ndev_{pos/neg}$. и тем самым верифицировать с помощью «классического» мысленного анализа результаты предлагаемого экспериментального метода. Для этого рассмотрим подробно оба протокола анализа главы 9 (см. листинг 1 и 2):

Листинг 1

```
chapter_9.txt
        richtig : 5
        frei : 5
                                alt : 5
        gut : 4
        groß : 3
        neu : 3
        offen : 3
        ruhig : 3
        voll : 3
        wahr : 3
                                kurz : 3
        besser : 2
        ernst : 2
                                gleichgültig : 2
                                leer : 2
                                klein : 2
        jung : 1
        still : 1
                                schwer : 1
        ---------------------------------------
```

38

15

$N_{pos/neg}$ = 2,533
μ = 1,7
$Ndev_{pos/neg}$ = 1,490

Листинг 2

глава09рус.txt
молодой : 13
хороший : 6
больший : 4
спокойно : 2
ясный : 2
пустой : 2
малый : 2
спокойный : 1
правильный : 1
полный : 1
явный : 1
настоящий : 1
понятный : 1
равнодушный : 1
трудный : 1
короткий : 1

33
7
$N_{pos/neg}$ = 4,714
μ = 2,037
$Ndev_{pos/neg}$ = 2,314

При сравнении данных листингов 1 и 2 фиксируется высокая концентрация прилагательного «молодой» в русском тексте при однократном употреблении этой лексемы в тексте оригинала.

Единственное употребление прилагательного «jung» является характеристикой молодого господина Мома (Momus), который является деревенским секретарем Кламма:

Und er riß sich los und ging ins Haus zurück, diesmal nicht an der Mauer entlang, sondern mitten durch den Schnee, traf im Flur den Wirt, der ihn stumm grüßte und auf die Tür des Ausschanks zeigte, folgte dem Wink, weil ihn fror und weil er Menschen sehen wollte, war aber sehr enttäuscht, als er dort an einem Tischchen, das wohl eigens hingestellt worden war, denn sonst begnügte man sich dort mit Fässern, den ***jungen Herrn*** *sitzen und vor ihm – ein für K. bedrückender Anblick – die Wirtin aus dem Brückengasthaus stehen sah*.

В русском варианте это предложение имеет следующий вид:

И он сорвался с места и пошел обратно в дом, но уже не прижимаясь к стенке, а прямо посередине двора, по снегу, встретил в коридоре хозяина, который молча поздоровался с ним и показал ему на вход в буфет; К. туда и пошел, потому что промерз и хотел видеть людей, но он был очень разочарован, когда увидел у специально поставленного столика (обычно все довольствовались бочонками) того самого ***молодого человека****, а перед ним – это особенно расстроило К. – стояла хозяйка постоялого двора «У моста»*.

Дальнейшие употребления прилагательного «молодой» относятся также к Мому: 11 раз «молодой человек» и два раза «молодой господин». В оригинальном тексте мы находим один раз «der junge Herr», 12 раз «der Herr» (без определения).

Получается, что скачок кривой отклонений вызван только переводческим решением «der (junge) Herr» = «молодой человек / господин». Мы не в коем случае не критикуем это решение уважаемого переводчика, но считаем, что такой вариант в значительной степени «размывает» оппозицию «замок – простые люди». Заметим, что сочетание «der junge Mann» (букв. «молодой человек») используется в романе, но ни разу в отношении представителей замковой бюрократии. Указанная оппозиция находит свое отражение и в контексте начала девятой главы:

Pepi aber schien K. überhaupt erst zu bemerken, als er zum Ausschankpult trat und einen Kognak bestellte. K. lehnte dort, drückte die Hand an die Augen und kümmerte sich um nichts. Dann nippte er von dem Kognak und schob ihn zurück, weil er ungenießbar sei. „Alle ***Herren*** *trinken ihn“, sagte Pepi kurz, goß*

*den Rest aus, wusch das Gläschen und stellte es ins Regal. „Die **Herren** haben auch besseren“, sagte K. „Möglich“, sagte Pepi, „ich aber nicht.“ Damit hatte sie K. erledigt und war wieder dem **Herrn** zu Diensten, der aber nichts benötigte und hinter dem sie nur im Bogen immerfort auf und ab ging, mit respektvollen Versuchen, über seine Schultern hinweg einen Blick auf die Papiere zu werfen…*

В приведенном отрывке отчетливо показано, что есть два мира: господа (Herren) и все остальные. У господ лучше напитки. Если кто-то из господ в комнате, то обращать внимание нужно только на него. Пренебрежительный тон в разговоре о господах категорично осуждается.

Выдвинем предположение, что выявленное различие в восприятии качественной характеристики, выраженное скачком на диаграмме, является следствием выбранного варианта перевода «молодой человек» вместо, на наш взгляд, более подходящего эквивалента «господин».

Дискуссия и заключение

В целом задачи исследования были решены и цель работы достигнута. Как и в любой исследовательской деятельности, а тем более если она носит прикладной характер, важно определить уровень достоверности получаемых результатов. В нашем случае, поскольку мы используем процедуры формального анализа в отношении трудно формализуемых смыслов художественного текста, необходимо понимать величину неизбежно возникающей погрешности. В дальнейшем, в ходе развития предлагаемого метода исключение «слабых мест» позволит скорректировать метод в сторону повышения точности данных на выходе.

В рамках решения первой задачи исследования погрешности появляются на стадии поиска заданных словоформ. Для нас очевидно, что использование spaCy-метода позволит значительно увеличить точность результата. В частности, при простом поиске последовательности символов «frei» мы получим словоформы «**frei**lich» или «Dor**frei**se», которые не имеют никакого отношения к семе «свобода». Библиотека spaCy способна осуществлять поиск по начальный форме, каким-либо другим грамматическим формам и сортировку по частям речи, пусть, как мы отмечали выше, и с некоторой погрешностью. Важно, что для каждого языка,

заложенного в базы данных библиотеки, имеется свой набор сортировок, свойственных этому языку. Также достоверность результата зависит от выбора единиц, характеризующих качественные характеристики, хотя если речь идет о том, чтобы сопоставить в дальнейшем эти единицы с их переводными вариантами, сам выбор уже уходит на второй план, уступая место точности выбора потенциальных переводных вариантов.

При экстраполяции метода на другие языки точность данных будет зависеть от профессионализма исследователя, от того, насколько глубоко он понимает языки, с которыми работает. В нашем случае переключение с немецкого языка на русский было достаточно простым, поскольку оба языка принадлежат одной языковой семье и поскольку мы опирались на части речи – прилагательные и наречия, – имеющиеся в обоих языках. Но если бы исследовательская задача заключалась в том, чтобы оценить адекватность перевода средств категории определенности / неопределенности (артиклей), то это потребовало бы несравнимо больших усилий.

Визуализация данных – самая простая, техническая, задача, в которой трудно совершить ошибку. Работа исследователя здесь будет заключаться в том, чтобы выбрать максимально наглядный способ представления данных.

Чрезвычайно трудной является последняя задача, т. к. она требует от исследователя помимо отличного знания касающихся языков и развитых переводческих умений еще и глубокого понимания оригинального текста художественного произведения. Соответственно, погрешности будут вызваны в этом случае субъективными факторами.

Заключим, что созданный в результате настоящего исследования инструментарий, при правильном его применении, может оказать специалисту существенную помощь при оценке своего собственного или чужого перевода. Безусловно, не следует считать предлагаемые программы частью программного обеспечения для осуществления автоматического перевода, хотя работа и вносит определенный вклад в теорию машинного перевода. Качественная характеристика, рассмотренная нами, не ограничивает возможности созданного метода. Представляется, что сходным образом можно работать практически с любой философской

категорией, если исследователь сумеет формализовать набор языковых средств, которые ее отражают.

В перспективе планируется апробировать инструментарий на материале англоязычных художественных произведений и их переводов на русский язык, комплексно рассмотреть категорию качества, а также категории пространства и времени.

Литература

1. Гак В. Г., Григорьев Б. Б. Теория и практика перевода. Французский язык. – М.: Интердиалект+, 2003.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода. – М.: МГУ, 2004.
3. Горожанов А. И., Гусейнова И. А. Прикладные аспекты анализа и интерпретации текстов (на материале немецкого и русского языков). – Казань: Бук, 2021.
4. Горожанов А. И., Степанова Д. В. Интерпретация художественного произведения: корпусный подход // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2022. – Т. 15. – № 1. – С. 203–208. – DOI 10.30853/phil20220020.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 1990.
6. Малюга Е.Н. К вопросу об обучении иностранным языкам с использованием новых информационных технологий // Вопросы прикладной лингвистики. – 2009. – № 1. – С. 91-95.
7. Полякова Н. В. Оценка качества письменного перевода: проблема поиска эффективных стандартов, критериев и параметров // Вестник ТГПУ. – 2022. – № 1(219). – С. 54- 64. – DOI 10.23951/1609-624X-2022-1-54-64.
8. Рябко Е. И. Оценка качества художественного перевода и его социальной значимости // Индустрия перевода. – Пермь: ПНИПУ, 2020. Т. 1. – С. 133–138.
9. Сдобников В. В. Оценка качества перевода (коммуникативно-функциональный подход): монография. – М.: ФЛИНТА; Наука, 2015.
10. Семко С. А. Лекции по теории перевода // Серия «Язык. Культура. Коммуникация». – Вып. 5. – Н. Новгород: НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2005.

11. Томалин Б., Малюга Е. Н. Деловой язык в век глобализации // Вопросы прикладной лингвистики. – 2016. – № 24. – Pp.7-18.
12. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – М.: Наука, 1988.
13. Auffarth B. Artificial Intelligence with Python Cookbook: Proven recipes for applying AI algorithms and deep learning techniques using TensorFlow 2.x and PyTorch 1.6. – Birmingham: Packt Publishing Ltd., 2020.
14. Ayre K., Bittar A., Kam J., Verma S., Howard L. M., Dutta R. Developing a natural language processing tool to identify perinatal self-harm in electronic healthcare records // PLoS ONE. – 2021. – No. 16(8). DOI: 10.1371/journal.pone.0253809.
15. Carrier M. Automated Speech Recognition in language learning: Potential models, benefits and impact // Training, Language and Culture. – 2017. – №1(1). – C. 46-61. doi: 10.29366/2017tlc.1.1.3
16. Fawcett P. Translation and Language. Linguistic Theories Explained. – Manchester, UK & Northampton, MA: St. Jerome Publishing, 2003.
17. Gorlée, D. Semiotics and the Problems of Translation (With Specific Reference to the Semiotics of Charles S. Peirce). – Amsterdam-Atlanta, 1994.
18. Gorozhanov A. I., Guseynova I. A. Programming for specific purposes in linguistics: A new challenge for the humanitarian curricula. Training, Language and Culture. – 2020. – №4(4). – Pp. 23-38. Doi: 10.22363/2521-442X-2020-4-4-23-38
19. Jugran S., Kumar A., Tyagi B. S., Anand V. Extractive automatic text summarization using SpaCy in python NLP // 2021 International Conference on Advance Computing and Innovative Technologies in Engineering, ICACITE 2021. – Pp. 582–585. DOI: 10.1109/ICACITE51222.2021.9404712.
20. Karsdorp, F., Kestemont, M., Riddell, A. Humanities Data Analysis: Case Studies with Python. – Princeton University Press, 2021.
21. Okhapkin, V. P., Okhapkina, E. P., Iskhakova, A. O., Iskhakov A. Y. Constructing of Semantically Dependent Patterns Based on SpaCy and StanfordNLP Libraries // Communications in Computer and Information Science (in books). – 2021. – Vol. 1395 CCIS. – Pp. 500–512. DOI: 10.1007/978-981-16-1480-4_45.

22. spaCy // Russian Model. URL: https://spacy.io/models/ru (дата обращения: 15.03.2022).
23. Waard, J. de & Nida, E. A. From One Language to Another (Functional Equivalence in Bible Translating). – Nashville: Thomas Nelson Publishers, 1986.
24. Welnitzova, K., Jakubickova, B., Králik, R. Human-Computer Interaction in Translation Activity: Fluency of Machine Translation // RUDN Journal of Psychology and Pedagogics. – 2021. – Vol. 18. – No 1. – P. 217-234. – DOI 10.22363/2313-1683-2021-18-1-217-234.

References

Auffarth, B. (2020). *Artificial Intelligence with Python Cookbook: Proven recipes for applying AI algorithms and deep learning techniques using TensorFlow 2.x and PyTorch 1.6.* Birmingham: Packt Publishing Ltd.

Ayre, K., Bittar, A., Kam, J., Verma, S., Howard, L. M., & Dutta R. (2021). Developing a natural language processing tool to identify perinatal self-harm in electronic healthcare records. *PLoS ONE, 16*(8). DOI: 10.1371/journal.pone.0253809.

Carrier, M. (2017). Automated Speech Recognition in language learning: Potential models, benefits and impact. *Training, Language and Culture, 1(*1), 46-61. doi: 10.29366/2017tlc.1.1.3

Fawcett, P. (2003). *Translation and Language. Linguistic Theories Explained.* Manchester, UK & Northampton, MA: St. Jerome Publishing.

Gak, V. G. & Grigoriev, B. B. (2003). *Theory and practice of translation. French.* Moscow: Interdialect+.

Garbovsky, N. K. (2004). *Theory of translation.* Moscow: MSU.

Gorlée, D. (1994). *Semiotics and the Problems of Translation (With Specific Reference to the Semiotics of Charles S. Peirce).* Amsterdam-Atlanta.

Gorozhanov, A. I. & Guseynova, I. A. (2021). *Applied aspects of text analysis and interpretation (on the material of German and Russian languages).* Kazan: Buk. 208 p. ISBN 978-5-00118-759-2.

Gorozhanov, A. I. & Stepanova, D. V. (2022). Interpretation of a work of art: corpus approach. *Philological Sciences. Questions of theory and practice, 15*(1), 203–208. DOI 10.30853/phil20220020.

Gorozhanov, A. I., & Guseynova, I. A. (2020). Programming for specific purposes in linguistics: A new challenge for the humanitarian curricula. *Training, Language and Culture, 4*(4), 23-38. Doi: 10.22363/2521-442X-2020-4-4-23-38

Jugran, S., Kumar, A., Tyagi, B. S., & Anand, V. (2021). Extractive automatic text summarization using SpaCy in python NLP. In *2021 International Conference on Advance Computing and Innovative Technologies in Engineering, ICACITE 2021, (pp. 582–585).* DOI: 10.1109/ICACITE51222.2021.9404712.

Karsdorp, F., Kestemont, M., & Riddell, A. (2021). *Humanities Data Analysis: Case Studies with Python.* Princeton University Press. ISBN 978-0-691-20033-0.

Komissarov, V. N. (1990). *Theory of translation (linguistic aspects).* Moscow: Vysshaja shkola.

Malyuga, E.N. (2009). On the issue of teaching foreign languages using new information technologies. *Issues of Applied linguistics, 1*, 91-95.

Okhapkin, V. P., Okhapkina, E. P., Iskhakova, A. O., & Iskhakov, A. Y. (2021). Constructing of Semantically Dependent Patterns Based on SpaCy and StanfordNLP Libraries. In *Communications in Computer and Information Science (in books)*. Vol. 1395 CCIS. Pp. 500–512. DOI: 10.1007/978-981-16-1480-4_45.

Polyakova, N. V. (2022). Evaluation of the quality of written translation: the problem of finding effective standards, criteria and parameters. *Vestnik of TSPU, 1*(219), 54–64. DOI 10.23951/1609-624X-2022-1-54-64.

Ryabko, E. I. (2020). Evaluation of the quality of literary translation and its social significance. *Translation Industry, 1,* 133–138.

Schweitzer, A. D. (1988). *Translation theory: status, problems, aspects.* Moscow: Nauka.

Sdobnikov, V. V. (2015). *Evaluation of translation quality (communicative-functional approach): monograph.* Moscow: FLINTA; Nauka.

Semko, S. A. (2005). Lectures on the theory of translation. In *Series "Language. Culture. Communication".* Iss. 5. Nizhny Novgorod: NSLU after N. A. Dobrolyubov.

spaCy Russian Model. (2022). URL: https://spacy.io/models/ru (accessed on 15.03.2022).

Tomalin, B., Malyuga, E.N. (2016). Business language in the global age. *Issues of Applied Linguistics, 24,* 7-18.

Waard, J. de & Nida, E. A. (1986). *From One Language to Another (Functional Equivalence in Bible Translating).* Nashville: Thomas Nelson Publishers.

Welnitzova, K., Jakubickova, B., & Králik, R. (2021). Human-Computer Interaction in Translation Activity: Fluency of Machine Translation. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics, 18(1),* 217-234. DOI 10.22363/2313-1683-2021-18-1-217-234.

УДК 32.019.52, 323.234
https://doi.org/10.25076/vpl.45.04

Н. К. Радина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского
А. В. Козлова
Харман

ТОНАЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ ПЕТИЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ CHANGE.ORG)

В статье представлены результаты анализа тональности русскоязычных электронных петиций с международной онлайн-платформы Change.org. Эмпирическую базу исследования составили 22450 петиций на русском языке, размещенных на интернет-ресурсе Change.org с 2012 по 2016 г. В статье сравниваются тональности популярных и победивших петиций. Исследователи ранее использовали анализ тональности электронных петиций на английском и французском языках, который показал, что успех петиции связан с лексикой, имеющей положительный оттенок. Данное исследование доказывает, что современный контекст российских политических отношений требует более сложного подхода при выборе эмоциональной окраски для того или иного текста. Было высказано предположение, что сложная лингвистическая стратегия для выявления тональности текста электронной петиции обусловлена экстралингвистическим контекстом, а также социальными и

политическими причинами. Сравнительный анализ настроений популярных и победивших петиций на материале русскоязычного сегмента негосударственного интернет-ресурса Change.org выявил коммуникативный конфликт между интернет-пользователями и представителями политической и бизнес-элит (адресатами петиций). Коммуникативный конфликт проявляется в ориентации представителей власти и бизнеса на положительную окраску текста петиций, а пользователей Интернета на ярко выраженную эмоциональность и отрицательную окраску текста петиций. В этом коммуникативном конфликте обнаруживаются связи настроений и публичных действий, характерные для коммуникативной культуры российского общества.

Ключевые слова: анализ тональности, эмотивность, электронные петиции, онлайн-петиции, цифровая коммуникация, Change.org

УДК 32.019.52, 323.234
https://doi.org/10.25076/vpl.45.04

N.K. Radina
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod - National Research University
A.V. Kozlova
Harman

TEXT SENTIMENT AS A FACTOR OF ELECTRONIC PETITION SUCCESS (ON THE DATA COLLECTED FROM CHANGE.ORG)

The article presents the results of a sentiment analysis of Russian-language electronic petitions from the international online platform Change.org. The empirical base of the study is 22450 petitions in Russian posted on the online resource Change.org (2012 – 2016). In the article the sentiment of popular and victorious petitions is being compared. The researchers have previously employed sentiment analysis of English and French electronic petitions, which has shown the success of the petition to be associated with the vocabulary that has a positive connotation. This study proves that the modern context of Russian

political relations requires a more sophisticated approach while selecting the sentiment for a certain text. It has been suggested that a complex linguistic strategy for discovering electronic petition text sentiment is due to the extralinguistic context as well as social and political reasons. A comparative sentiment analysis of popular and victorious petitions on the material of the Russian segment of the non-governmental Internet resource Change.org revealed a communicative conflict between Internet users and representatives of political and business elites (addressees of petitions). The communicative conflict is manifested in the orientation of representatives of power and business towards a positive sentiment of petitions text, and in the orientation of Internet users towards a pronounced emotionality and negative sentiment of petitions text. This communicative conflict reveals the connections of sentiment and public actions typical of a communicative culture of Russian society.

Keywords: emotiveness, sentiment analysis, electronic petitions, online petitions, digital communication, Change.org

Introduction

The study of the text sentiment is one of the urgent problems of modern political communication. In the context of the active intervention of digital communication in political reality, the 'linguistic turn' has been recognized and now reveals the textual form of digital social (including political) phenomena. It is necessary to search for concepts and tools in order to move from awareness and reflection of digital field problems to real research practice.

The impact of text in digital communication is particularly significant in the context of the political field. Since the role of digital communication increases and political practice requires the use of tools to analyse and evaluate the 'textual nature' of digital fields, the sentiment is the most obvious linguistic factor that determines the impact in digital communication and requires studying. How to create a text with the sentiment that will guarantee readers support? How to construct a text that will allow its readers to show solidarity and vote for the political and civic attitudes? Are the rules for creating such texts universal for each culture or do they have specifics related, for example, to the political values of society and/or the specifics of political communication? The affecting potential of the text sentiment, therefore, is especially

significant for the preparation of petitions, manifestos, appeals, etc., i.e. political documents that directly address the motivational sphere of civil society representatives.

Obviously, the mobilizing potential of a text is associated with both linguistic and extralinguistic factors. One of the most influential linguistic components of the impact is sentiment (affective content, evaluative value) of a text. Therefore, the identification of the emotive potential of petition texts (especially those petitions that have been successful, productive) is an important condition in studying the influence of petitions on the political and civic social activity.

Material and methods

The theoretical and methodological basis of the study is the research in the field of categories of emotion and evaluation (E.M. Wolf, N.D. Arutyunova, V.I. Shakhovsky, U.A. Fomina, T. Matveeva and others), research in the field of political communication and political participation (I.A. Bykov, M.S. Vershinin, A.N. Marinovich, A.V. Sokolov, J. VanDijk and others), the developments in the field of sentiment analysis (Pazelskaya & Solovev, 2011; Turney, 2002).

The aim of the study is to characterize the sentiment space of online petition texts to identify linguistic determinants of the success of the petition activity of Russian civil activists.

The empirical base is 22450 petitions in Russian, collected from the Change.org from 2012 to 2016, where 918 petitions have the status of 'victory'. The international digital platform Change.org is one of the most popular digital petition sites among Russians, also operating in 196 countries in 14 languages. Voting results for electronic petitions on the Change.org platform have no legal force. Nevertheless, due to the reaction of the public accompanying the vote, Change.org petitions are not only considered by their addressees, but also quite often have a positive outcome.

Given the specifics of the Change.org, in this study we call a petition a *winner* (i.e., successful) if the petition`s author assigned it a 'victory' status based on its influence on the solution of the problem articulated in the petition. A petition can even be victorious, gaining, for example, only 200 votes. Petitions that received a great response among citizens and collected a large number of signatures on the Internet platform (more than 5000 signatures) will be called *popular* in this study.

At the preparatory stage of the study, standard text preprocessing was carried out: tokenization; lemmatization (i.e. reducing word forms to dictionary form) using the pymorphy library (Korobov, 2015); stop words (so-called 'noise' words, for example, interjections, conjunctions or pronouns, etc.) were deleted using the replenished collection of stop words from the NLTK library (Bird et al., 2009).

Using the Phrases module of the Gensim library, collocations were identified: i.e. tokens used together more often than expected were combined based on the normalized measure of Pointwise Mutual Information (1) and measure by Mikolov et al. (2013) (2).

$$nPMI(w_a, w_b) = ln\frac{p(w_a w_b)}{p(w_a)p(w_b)} / -ln\left(p(w_a w_b)\right) \quad (1)$$

where $p(w) = \frac{count(w)}{count(W)}$.

$$score(w_a, w_b) = \frac{count(w_a, w_b) - \delta}{count(w_a)count(w_b)} \quad (2)$$

where δ: a coefficient used to prevent the extraction of many combinations consisting of low-frequency words.

This step made it possible to extract such combinations at the tokenization stage as *detskii sad*, *sankt peterburg*, *pravookhranitel'nyi organ*, *kul'turnoe nasledie*, *smertnaia kazn'*, *naselennyi punkt,* etc. In addition, named entities (Natasha, 2019) (persons, organizations, and locations) were extracted from the texts, for example: *Dagestan*, *UFMS*, *Krasnoselsky district*, *Ministry of Internal Affairs*, *V.V. Putin*, *Vladimir Ulyanov*, *State Duma*, etc.

At the next stage, a tool was prepared for sentiment analysis of texts, and a thematic analysis of a collection of texts was carried out. The BigARTM library was used for thematic modeling (Vorontsov, 2014), based on the theory of additive regularization of thematic models. In order to identify the key evaluative words for a particular group/subgroup of petitions (for example, at the stage of comparing successful and unsuccessful petitions), the log-likelihood function was

used (Rayson & Garside, 2000), calculated based on contingency tables according to the formula (3).

$$-2ln\lambda = 2\sum_i O_i \, ln\left(\frac{O_i}{E_i}\right) \qquad (3)$$

where *O*: actually observed values.
E: the expected values.

This measure makes it possible to find statistically significant differences between two text corpora (or parts of one corpus).

In order to identify key evaluative words and sentiment markers for a particular group/subgroup of petitions, the log likelihood function was used (Raysonet al., 2000), which was counted based on contingency tables.

E-petition as a form of political communication

An electronic petition is a petition posted as a text on any segment of the Internet, usually on a specialized portal, and collecting votes in support of an issue also using Internet technologies. In sociology, petitions are identified through the group character of civic participation and the form of writing (Kosykh, 2017), in political science – through asymmetric communication between individuals / groups and the institution (Golbraykh, 2016), in the field of law – through the group nature of the appeal in the context of citizenship focused on public authorities, with an emphasis on the requirement to adopt or cancel a normative / non-normative decision (Skryabina, 2006).

Petition studies are generally descriptive, which is typical of the initial stage of the problem study (Davydova & Goncharova, 2015; Chugunov, 2017). Only a few studies claim analysis, for example, by discussing the effectiveness of electronic petitions (Jho & Song, 2015; Riehm et al., 2014) or by studying their use as an instrument of political protest (Berg, 2017).

From the point of view of the theoretical framework, the study of online petitions in the political sciences is based on three key approaches. Petitions are being studied:

– as a form of direct democracy (Rudenko, 2003; Kreiss, 2015);
– as digital political participation (Radina & Belyashova, 2021; Reid, 2014; Stewart et al., 2013);

– as a form of e-democracy and e-government realization (Chugunov, 2017; 2015).

The nature of theorizing in research on electronic petitions is determined by work with empiricism. So, if statistics on online petitions are analysed (for example, the dynamics of filing online petitions, etc.), authors usually refer to the theoretical field of electronic / digital democracy (Sociological analysis, 2014). If the research design focuses on the concept of e-government, an important part in solving the scientific problems of such a study is the analysis of government feedback with citizens (Lindner & Riehm, 2009). The theoretical framework of direct democracy contributes to the study of the characteristics of political influence and the *legislative initiative* of electronic petitions (Sreejith et al., 2012).

Theorizing the problem of using electronic petitions in the format of digital political participation allows us to pay attention to the psychological components of political activity, namely, motivation, the reasons for the creation and support by the population of one or another electronic petition (Sheppard, 2014). Since according to the definition of digital political participation (Theocharis, 2015), participation in petition activity is voluntary, it is the motivation for creating a petition at the individual level that reveals the deprived needs of individuals, and at the group level – the unresolved socio-economic and political problems of communities supporting petitions.

Therefore, for political science, the study of the emotional potential of a petition is most significant if you study the electronic petition in the context of digital political participation.

Studying the sentiment of electronic petitions texts

Analysing the problem of electronic petitions in the context of the theory of argumentation (petitions are considered as persuasive texts that have lexical and semantic features through which influence is organized, success and recognition are achieved), foreign linguists rely on quantitative methods, computational linguistics (Subramanian et al., 2018).

Studying the influence potential of electronic petitions, researchers generally recognize the role of emotiveness in the success of petitions. Traditionally, the success of online petitions is considered in the context of the presence of positive vocabulary and vocabulary-related moral and cognitive elements in the texts (Elnoshokaty et al., 2016). In addition,

when determining the factors of petitions popularity, in addition to sentiment, some other lexical (for example, repeatability of words, informativeness and novelty of the text, etc.) and semantic (for example, thematic) features of the text are also listed (Hagen et al., 2016).

Since the presented empiricism represents non-Russian linguistic and social reality, the question of the role of electronic petitions emotionality (in Russian and in the context of Russian reality) in achieving success remains open. The practice of Russian linguistic studies of electronic petitions is concentrated in the field of studying the epistolary-media personality (Kuryanovich, 2015) and in the field of electronic petition genre specifics (Pupkova, 2010). In some studies, the analysis is close to practice, generally, in the format of a description and statement of some structural and thematic features of texts of electronic petitions (Dubrovskaya, 2017), however, this does not explain the success factors of real online petition texts.

Topic modeling of petitions texts

For topic modeling of online petitions texts we rely on the BigARTM library (Vorontsov, 2014), which implements the theory of additive regularization of topic models (ARTM) and allows applying regularization to models so that they satisfy the required criteria.

The following metrics were used to assess quality: perplexity, sparsity of the matrix Φ (SparsityPhiScore), sparsity of the matrix Φ (SparsityThetaScore), which at the end of training reached values of 0.98 and 0.93, respectively. According to the matrix of the topic word Φ, we got the top 30 words for each topic, and based on this top, the names were assigned to the topics.

According to the results of the topic analysis, 46 groups were identified: Internet; Zoos, circuses, dolphinariums; Sport; Education; Football; Territorial issues and borders, development of natural territories; Crime; Support for large families; Transport; Ecology and environment protection; Banks and cash transactions; Housing and communal services; Culture and science; Spiritual and cultural values; Animal abuse; The Great Patriotic War; Computer games, e-sports; Public transport; Family and family policy; Government agencies for children; Shared construction, unfinished construction; Narcotic substances; Building; Housing problem; City recreation areas; International relations and interaction; Nature and nature management; Historical monuments, historical heritage; Medicine and healthcare;

Law, administrative violations; Politics and governance, nationalism; Pensions and benefits; Courts; Concerts, TV shows; Taxation; Housing stock; Cars; Real estate, land tenure; Local administration, local government; Elections, representative power; Television; Ambulance; Trade and consumption; Serious felonies; Social assistance and protection; Electronic services and payments.

The largest topics are *Cruelty to animals* (5% of the total array of texts), *Transport* (3.9%), *Football* (4.5%), *Historical monuments* (4%). The least represented topics are *Narcotic substances* (0.2%), *Territorial issues and borders* (0.8%), *Support for large families* (0.6%).

Sentiment lexicon acquisition and preparation of a sentiment analysis algorithm for petitions

Sentiment is often understood as the emotional-evaluative attitude of the author of the text to an object, expressed in the text (Pazelskaya & Solovev, 2011). The sentiment of a document is often determined on a binary scale. In this study, for each petition, both a general positive and a general negative sentiment were obtained.

In addition, the analysis uses the strength (intensity) of the expressed sentiment. The structure and specificity of petitions allows us to consider them as a source (concentration) of political opinions, which, in turn, makes petitions an object for sentiment analysis.

In this study sentiment analysis based on rules and dictionaries (rule-based sentiment analysis) was used. It involves the search for affective and evaluative lexicon in texts based on dictionaries compiled by experts or automatically obtained in accordance with pre-formulated rules for combining words annotated with their semantic orientation or emotion class, negations, intensification, etc. (Thelwall et al., 2010). A general assessment of the text is obtained by summing the sentiment of individual words according to the rules.

To analyse the sentiment of the petitions, two lists of affective and evaluative words were used. List No. 1 (Sentimental:…, 2019) contains 7640 words and their sentiment ratings taking into account the intensity on a scale from -5 to 5 (for example, *dangerous* with a rating of -5, *unsurpassed* with a rating of 5). List No. 2 is based on data from the Dictionary of evaluative words and expressions of the Russian language *RuSentiLex* (Dictionary…, 2017) version of 2017 (Lukashevich & Levchik, 2016).

Sentiment and evaluation expression in the texts of popular petitions

A petition as a genre is characterized by many evaluative and affective vocabulary since it serves as a mean of evaluative description and expresses the author`s subjective opinion (protest, rejection, hope, indignation, etc.) regarding any socially significant situation. A petition represents an example of persuasive communication, as the author of the petition aims to convince the reader that a specific issue exists and needs to be solved. The author encourages the reader to express support by signing the petition (Stepanova, 2016). In this context, the goal of persuasive communication is to change the recipient's attitude to a specific idea, situation by referring to his emotions, emotional reactions, positive or negative associations and memories. The proof of the success of such communication (the effectiveness of the author`s intention to persuade or convince) can be equalled to signing of the petition by the recipient.

To answer the question of the linguistic impact of the petitions texts, such features as sentiment and sentiment intensity of popular petitions were studied, i.e. petitions that gathered more than 5 thousand signatures and thus received the greatest support among users of the Internet portal (according to statistics, only 17% of popular petitions were successful, that is, they received the status of 'victory'). Obviously, the petition can contain both negative and positive sentiment, while among all the petitions only a small percentage gain many signatures. So, for only seven topics the percentage of popular petitions is more than 10: Zoos, circuses, dolphinariums (28% of all petitions on this topic are popular), Cruelty to animals (18%), Narcotic substances (16%), Social assistance and protection (14%), Territorial issues and borders, development of natural territories (13%), Culture and science (12%), Ecology and environmental protection (11%).

The smallest percentage of popular petitions comprises the topics Banks and cash transactions (1.2%), Support for large families (1.25%), Computer games, e-sports (1.3%), Football (2%), Housing issue (2%), Housing and Public Utilities (2.4%), Sport (2.5%).

Petitions with a predominant negative sentiment are most common for almost all topics except for topics such as Culture and Science, The Great Patriotic War and Military Operations, Historical Monuments and

Historical Heritage, Sport, Social Assistance and Protection, Pensions, benefits.

Two subjects contain exclusively negative petitions: Narcotic substances and Housing stock. The topic Support for large families is extremely positive. The negative sentiment in popular petitions is more intense than the positive. For example, the average intensity of the positive sentiment of popular petitions is 54, the negative – 71, while the maximum value of the positive intensity is 514, and the negative – 1530 (Figure 2).

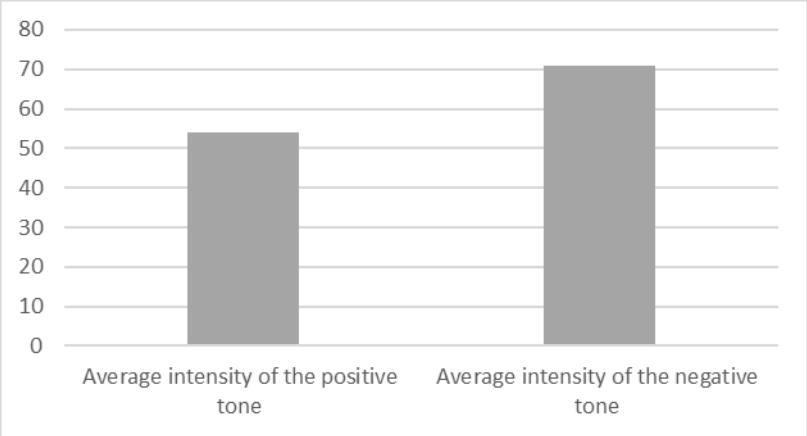


Figure 2. The sentiment of popular petitions

The number of signatures has a weak positive correlation with the intensity of the positive sentiment (0.25) and a slightly more pronounced, but still weak, positive correlation with the intensity of the negative sentiment of the petitions (0.35). Most often, support for voting is received by petitions aimed at protecting animals: the most frequent topic for popular petitions is the topic Cruelty to animals (14.4%), followed by the closely related topic Zoos, circuses, dolphinariums (6.1%); moreover, both topics mainly contain petitions with a prevailing negative sentiment. In the topic Historical Monuments, Historical Heritage (4.1%), petitions with a positive dominant sentiment significantly prevail.

Petitions with a prevailing negative sentiment are most common for almost all topics, except for topics related to cultural-historical and

moral-spiritual values or with the help for socially unprotected categories of citizens. Petitions that have a greater sentiment (primarily negative) tend to receive great support among users.

Key features of the victorious petitions

According to the rules of the Change.org Internet portal, the status of 'victory' is assigned by the author of the petition when the petition entails any specific change in reality, even if the solution to the problem has taken on a slightly different form than the one sought by the author of the petition. The fact of the resolution of the raised problem (i.e. the real effectiveness of the petition) is not checked on the site. It also means that the resolution of a real problem cannot be unambiguously considered a consequence of a specific petition existence.

In the collection of texts used in this study about eight hundred petitions received the status of the winner, that is, they had, in the opinion of their authors, practical effect. Two groups of petitions can be distinguished among them: effective petitions, which received a high number of signatures ('convincing victory'), and effective petitions, which did not receive widespread support from citizens, but had practical effect ('conditional victory').

In general, only 4.2% of all petitions published on the platform had the status of 'victory' at the time of data collection. The largest share among the total number of winning petitions is made by the petitions with the topics *education* (6.2%), *transport* (4.6%), *public transport* (4.5%), *culture and science* (4.4%), *Internet* (5.5%), *television* (3.8%), *cruelty to animals* (3.9%). The smallest number of winning petitions are among the topics *support for large families*, *concerts and television shows*, *courts*, *housing*, *cars*, *real estate and land tenure*.

Let us consider in more detail the relationship between the type of dominant sentiment expressed in a text of a petition and the possibility of its victory. According to the table, the victorious petitions more often have a dominant positive sentiment (379 out of 813), slightly less negative (321 out of 813 petitions), even more rarely mixed (113 out of 813), while petitions with a negative dominant sentiment prevail among non-victorious petitions (Table 1).

Table 1

Contingency of observed values: 'victory' is the dominant type of sentiment

	Non-victorious	Victorious	Total
Dominant sentiment polarity: Mixed	1825	113	1938
Dominant sentiment polarity: Negative	6757	321	7078
Dominant sentiment polarity: Positive	5176	379	5555
Total	13758	813	14571

Pearson's chi-2 agreement criterion (with the number of degrees of freedom equal to two and the criterion value equal to 31.18) is 1.69, which allows us to conclude that there is a statistically significant relationship between the factor (type of sentiment) and the response (petition status). Consequently, petitions with a dominant positive sentiment more often become victorious (Figure 3).

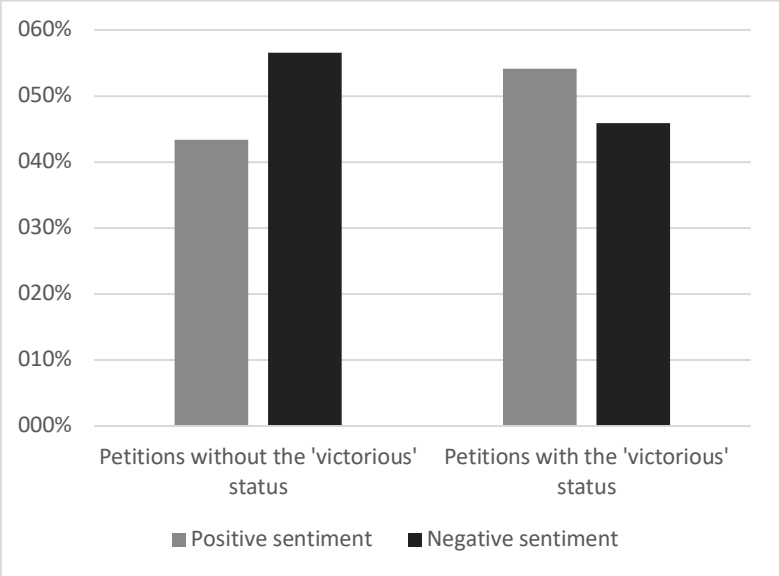


Figure 3. Negative and positive sentiment of victorious and non-victorious online petitions

Many winning petitions with a dominant positive sentiment are dedicated to a rather narrow problem or a specific situation. The following petitions can be cited as examples: *Install a monument to Saints Peter and Fevronia in Komsomolsk-on-Amur* (66 signatures), *Save Moscow House of Romance* (1962 signatures), *Help raise money for the operation of the 7-year-old Gulnara!* (6 signatures).

Frequency analysis of the winning petitions lexicon allowed us to highlight a number of focal aspects. The authors of the winning petitions often go further than criticizing the current situation and appeals to support the initiative, but also offer concrete ways to resolve the situation. Such suggestions for improvement and descriptions of the future order determine the presence of a positive sentiment in the conclusions of many victorious petitions.

The authors of the victorious petitions turn to spiritual and cultural values shared by the majority of Russian citizens: history and culture, patriotism, traditions; compassion and philanthropy, family (one of the most frequent words), love, fidelity; orthodoxy (as a system of values). For example: *Saints Peter and Fevronia are the history of Russia, its tradition, this is our view of the family, love and loyalty.*

Positive vocabulary is also used in appeals, which are generally characteristic of the petition as a genre. Such calls contain verbs with the semantics of active action and a positive component of meaning (help, develop), verbs of activity to achieve the goal (fight, achieve), verbs with the semantics of opposition (persevere, resist, etc.). The evaluative vocabulary used in the winning petitions was ranked using a measure of log likelihood. Among the most characteristic, key words for the winning petitions are the following:

• Among the vocabulary with a positive component of meaning, the following groups stand out: spiritual and cultural values (beautiful, honest, kind, active, pure, humane, orthodox, independent, caring, healthy, free, fair, responsibility, health, justice), general positive characteristics (confident, great, full-fledged, worthy, unique, legal, necessary), active action verbs (help, achieve, develop); etiquette words are much more frequent for winning petitions (in comparison with non-winning petitions): please, dear, thank you, hello.

• The negative evaluative and emotive vocabulary can be divided into the following groups: thematic group ‘crime, violation of the law’ (criminal, violation, crime, illegal, guilty, punishment, murder), active action verbs (deceive, destroy, prohibit, kill, violate, force, deprive), verbs with passive semantics (suffer, die), financial/property subjects (fines, corruption, deprivation, damage, duty, absence), thematic groups ‘cruel communication with animals’ (cruel, homeless),’medicine’ (illness, death). There is also a group of nouns related to the characteristic of the negative activities of officials, government bodies and other organizations: bullying, mistake, inaction, arbitrariness, violence, refusal, threat, regret, complaint, prohibition. For example: *Help break the circle of bureaucratic arbitrariness!*; *Give a legal assessment of the actions or inactions of all officials*.

The analysis of the winning petitions showed that they are usually devoted to a specific situation; winning petitions, unlike the popular ones (supported by voting), are statistically significantly more likely to have a dominant positive sentiment. Consequently, the linguistic factor (at the level of text sentiment) can influence the effectiveness of the petition.

Discussion

The evaluative lexicon and presence of verbal communication strategies, which rely, inter alia, on expressiveness and sentiment, are recognized as integral attributes of a petition as a genre. In a comparative analysis of the petitions, it was found that mixed and positive dominant sentiment polarities often accompany unpopular (with less support for votes) petitions, whereas negative sentiment is more characteristic of highly supported petitions. The connection between the popularity and sentiment intensity of a petition is also significant: popular petitions often have the total intensity and the intensity of the dominant sentiment at least of a medium degree. It turns out that authors of popular petitions rely heavily on negative sentiment and pronounced emotiveness. This fact is not consistent with the results of foreign linguists who carried out sentiment analysis on the material of English or French petitions in other countries and proved the productivity of positive vocabulary for petitions popularity (Elnoshokaty et al., 2016; Hagen et al., 2016). On the Change.org Russian-speaking segment, which is geographically connected with Russia, the positive sentiment is not characteristic of the popular, but of the winning petitions, which were supported by representatives of government or business.

These results allow us to formulate ‘the paradox of the emotional impact of online petitions’ based on the Change.org Russian-language segment:

• if you create a petition focused on support from government and business (obtaining the status of ‘victory’), it is necessary to design a text with a dominant positive sentiment;

• however, if you create a petition focused on obtaining a significant number of votes in support of the petition (without a focus on the status of ‘victory’), you must design a text with a pronounced emotiveness and negative sentiment.

We believe that there is not a linguistic, but a socio-political phenomenon that combines multidirectional trends behind this paradox: the alienation of ‘people’ (petition authors) from ‘power’ (hence the intensity and negativity of asymmetric communication in relation to all instances with power, which it has already been stated earlier in psychological studies (Radina & Koskina, 2017)) and the need to be recognized and approved by their ‘voters’ on the part of the authorities, without which it is difficult to imagine democratic forms of government. Consequently, the revealed linguistic paradox problematizes the actual conflict in the sphere of Russian political communication.

For digital political participation this fact is of particular importance, since online and offline forms of political communication are connected even when these connections are not obvious. Can the political behaviour described by Russian classicist A.S. Pushkin as ‘the people keep silence’ (tragedy *Boris Godunov*, 1831) in the modern digital world mean that people are actually silent, but put *likes* to explosive negative texts addressed to the authorities, preferring to express anger rather than formulate a polite request? From the point of view of digital political participation, this form of behaviour is destructive, since it does not allow to achieve the desired result (recipients often support positive petitions) but allows users who vote for emotional negative petitions to express anger, contempt, hatred, and prefer emotional discharge.

Conclusion

The electronic petitions filed on Change.org possess unique information for researchers. The recipients of the petitions posted on Change.org, a non-governmental Internet platform, are not supposed to obligatorily fulfil the requirements of the petitioners, even in cases of significant support by online voting. The addressees of the petitions fulfil

the requests and requirements of the petitioners, guided by other grounds (not necessarily the number of votes in support of the petitions). As a result, researchers can analyse two text bases: firstly, texts of popular petitions, which received a significant number of votes in support of online users, and secondly, texts of victorious petitions that were executed by recipients (representatives of government or business). Such a comparison reveals the sentiment logic of public actions typical of a particular culture. A comparative sentiment analysis of popular and victorious petitions on the material of the Russian-language segment of the non-governmental Internet resource Change.org, territorially connected with Russia, revealed a communicative conflict between Internet users (the people) who create electronic petitions and vote for them, and representatives of political and business elites to whom digital appeals are directed.

The communicative conflict is manifested in the orientation of representatives of power and business towards a positive sentiment of upstream appeals, and in the orientation of Internet users (the people) towards a pronounced emotionality and negative sentiment of upstream appeals.

Литература

Barats C., Dister A., Gambette Ph., Leblanc J.-M., Peres M. Analyser des pétitions en ligne: Potentialités et limites d'un dispositifd'études pluridisciplinaires // JADT-2016: 13èmes Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles. – 2016. http://lexicometrica.univ-paris3.fr/jadt/jadt2016/01-ACTES/83043/83043.pdf

Berg J. The dark side of e-petitions? Exploring anonymous signaturesë // Paper prepared for the D: CE Conference in Abo, Finland (May 27–29). – 2017. – https://doi.org/10.5210/fm.v22i2.6001

Bird S., Loper E., Klein E. *Natural language processing with Python* [Электронный ресурс]. – O'Reilly Media Inc. – 2009. – Режим доступа: http: //www.datascienceassn.org/sites/default/files/Natural%20Language%20Processing%20with%20Python.pdf

Chugunov A.V. Electronic participation of citizens in public administration. – St. Petersburg: University ITMO. – 2017.

Davydova M. L., Goncharova A.A. Problems and prospects for the implementation of the Russian Public Initiative Project [Электронный ресурс] // Bulletin of Volgograd State University. Series 5 – Jurisprudence. – 2015. – N2(27). – Pp. 58-67. – Режим доступа https://j.jvolsu.com/index.php/ru/component/attachments/download/1059

Dictionary of assessment words and expressions of the Russian language RuCentiLex [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.labinform.ru/pub/rusentilex/index.htm

Dubrovskaya T.V. The genre of online petitions in the context of feminist discourse // Speech Genres. – 2017. – №1(15). – С. 111-117. https://doi.org/10.18500/2311-0740-2017-1-15-111-117

Elnoshokaty A. S., Deng, S., Kwak, D. H. Success factors of online petitions: Evidence from Change.org // 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) 1979–1985. – 2016. https://doi.org/10.1109/HICSS.2016.249

Golbraykh V. B. Environmental public initiatives on the Internet as a new practice of political participation // Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science. – 2016. – №4 (36). – Pp. 340-450. https://doi.org/10.17223/1998863X/36/34

Hagen L., Harrison T. M., Uzuner Ö., May W., Fake T., Katragadda S. E-petition popularity: Do linguistic and semantic factors matter? // Government Information Quarterly. – 2016. – №33. – Pp. 783-795. https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.07.006

Jho, W., Song, K. J. Institutional and technological determinants of civil e-Participation: Solo or duet? // Government Information Quarterly. – 2015. – №32. – Pp. 488-495. http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2015.09.003

Korobov M. Morphological analyzer and generator for Russian and Ukrainian languages // Analysis of Images, Social Networks and Texts 542 of Communications in Computer and Information Science / под ред. Khachay M.Y., Konstantinova N., Panchenko, A., Ignatov D.I., Labunets V.G. – Springer International Publishing. – 2015. – Pp. 320-332. https://arxiv.org/pdf/1503.07283.pdf

Kosykh E.V. The Internet petition as a method of civil resistance in modern Russia // Russian science and education today: problems and prospects. – 2017. – №2 (15). – Pp. 28-29.

Kreiss K. D. The Problem of Citizens: E-Democracy for Actually Existing Democracy // Social Media + Society. – 2015. – July–December. – Pp. 1-11. https://doi.org/10.1177/2056305115616151

Kuryanovich A. V. Epistolary linguistic personality in the context of mass media communication: the experience of sociolinguistic analysis of discursive properties (based on online petitions) // Bulletin of Tomsk State Pedagogical University. – 2015. – №9 (162). – Pp. 34-41. https://vestnik.tspu.edu.ru/files/vestnik/PDF/articles/kuryanovich_a._v._34_41_9_162_2015.pdf

Lindner R., Riehm U. Electronic Petitions and Institutional Modernization // JeDEM. – 2009. – №1(1). – Pp. 1-11. https://jedem.org/index.php/jedem/article/view/3

Lukashevich N.V., Levchik A.V. Creation of a vocabulary of assessment words of the Russian language // Open Semantic Technologies for Intelligent Systems (OSTIS-2016): materials of the VI international scientific and technical conference. – Minsk: BGUIR. – 2016. – Pp. 377-382.

Mikolov T., Sutskever I., Chen K., Corrado G.S., Dean J. Distributed representations of words and phrases and their compositionality // Advances in neural information processing systems. – 2013. – Pp. 3111-3119. https://papers.nips.cc/paper/2013/file/9aa42b31882ec039965f3c4923ce901b-Paper.pdf

Natasha (library for searching and retrieving named entities) [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://github.com/natasha/natasha

Pazelskaya A. G., Solovev A. N. The method of determining emotions in texts in Russian // Computer Linguistics and Intelligent Technology: A Collection of Scientific Articles. – №10(17). – Moscow: Russian State Humanitarian University Publishing House, 2011. – Pp. 510-522.

Pupkova A.V. Petition as a genre of French environmental discourse // Bulletin of Moscow State Linguistic University. – 2010. – №10. – Pp. 33-45.

Radina N., Belyashova D. Digital Political Participation of Western and Eastern Parts of Germany Residents (based on Change.org Online

Petitions) // Changing Societies and Personalities. – 2021. – №5 (1). – Pp. 63-82. https://doi.org/10.15826/csp.2021.5.1.122

Radina N., Koskina M. Power, Attraction and Reference in the Macro-Level Social Relations: 'Closed Group' and 'Closed Society' (on the psychology of the 'Soviet' and the 'post-Soviet person') // Psychology in Russia: State of the Art. – 2017. – №1. – Pp. 117-129. https://doi.org/10.11621/pir.2017.0109

Rayson P., Garside R. Comparing corpora using frequency profiling [Электронный ресурс] // Proceedings of the workshop on Comparing Corpora, held in conjunction with the 38th annual meeting of the Association for Computational Linguistics. – Hong Kong. – 2000. – Режим доступа: http://ucrel.lancs.ac.uk/people/paul/publications/rg_acl2000.pdf

Reid L. E-petitions a Viable Tool for Increasing Citizen Participation in Our Parliamentary Institutions [Электронный ресурс] // Canadian Parlamentary Review. – 2014. – №3. – Pp. 4-8. – Режим доступа: http://www.revparl.ca/37/4/37n4e_14_Reid.pdf

Riehm R., Böhle K., Lindner R. Electronic petitioning and modernization of petitioning systems in Europe. – Berlin: TAB, 2014.

Rudenko V. N. The methodology of studying the institutions of direct democracy in modern society // Jurisprudence. – 2003. – №4. – Pp. 38-51.

Sentimental: a simple dictionary-based sentiment analysis system with Russian language support [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://github.com/text-machine-lab/sentimental

Sheppard J. Online petitions in Australia: Information, opportunity and gender // Australian Journal of Political Science. – 2014. – №50(3). – Pp. 480-495. https://doi.org/10.1080/10361146.2015.1049512

Skryabina M.V. Collective appeals in the Russian Federation // Legal thought. – 2006. – №5. – Pp. 32-38.

Sociological analysis of the experience of using modern technologies of electronic democracy (portals of public appeals / petitions and open voting) [Электронный ресурс] // Final comprehensive analytical report. – Moscow: ZIRCON. – 2014. – Режим доступа: http://www.zircon.ru/upload/iblock/3a1/Sociologicheskij _analiz_opyta_ispolzovanij a_ sovremennyhtehnologij _jelektronnoj_demokratii.pdf

Sreejith A., Vigneswara Ilavarasan P., Gupta M.P. Citizen participation and effectiveness of e-petition: Sutharyakeralam – India, Transforming Government // People, Process and Policy. – 2012. – №6 (4). – Pp. 392-403. https://doi.org/10.1108/17506161211267536

Stepanova N.B. Online petition as a new genre of Internet communication // Language in various areas of communication: proceedings of the II International Scientific Conference. – Chita: Transbaikal State University. – 2016. – Pp. 138-141.

Stewart K. M., Cuddy A., Silongan M. Electronic petitions: A proposal to enhance democratic participation // Canadian Parliamentary Review 9. – 2013. – https://www.canlii.org/en/commentary/doc/2013CanLIIDocs366

Subramanian S., Baldwin T., Cohn T. Content-based Popularity Prediction of Online Petitions Using a Deep Regression Model // Proceedings of the 56th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Short Papers). – 2018. – Pp. 182-188. https://doi.org/10.18653/v1/P18-2030

Suh J. H., Park Ch. H., Jeon S. H. Applying text and data mining techniques to forecasting the trend of petitions filed to e-People // Expert Systems with Applications. – 2010. – №37 (10). – Pp. 7255-7268. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.04.002

Thelwall M., Buckley K., Paltoglou G., Cai D., Kappas, A. Sentiment strength detection in short informal text // Journal of the American Society for Information Science and Technology. – 2010. – №61(12). – Pp. 2544-2558. https://doi.org/10.1002/asi.21416

Theocharis Y. The Conceptualization of Digitally Networked Participation // Social Media + Society. – 2015. – July-December, Pp. 1-14. – https://doi.org/10.1177/2056305115610140

Turney P.D. Thumbs Up or Thumbs Down? Semantic Orientation Applied to Unsupervised Classification of Reviews // Proceedings of the 40th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. Philadelphia. – 2002. – Pp. 417-424. https://www.aclweb.org/anthology/P02-1053.pdf

Vorontsov K.V. Additive Regularization for Topic Models of Text Collections // Doklady Mathematics. – Pleiades Publishing, Ltd., 2014. – №89 (3). – Pp. 301-304. https://doi.org/10.1134/S1064562414020185

References

Barats, C., Dister, A., Gambette, Ph., Leblanc, J.-M. & Peres, M. (2016). Analyser des pétitions en ligne: Potentialités et limites d'un dispositifd'études pluridisciplinaires. In *JADT-2016: 13èmes Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles*. http://lexicometrica.univ-paris3.fr/jadt/jadt2016/01-ACTES/83043/83043.pdf (In French)

Berg, J. (2017). The dark side of e-petitions? Exploring anonymous signatures. In *Paper prepared for the D: CE Conference in Abo, Finland (May 27–29)*. https://doi.org/10.5210/fm.v22i2.6001

Bird, S., Loper, E. & Klein, E. (2009). *Natural language processing with python*. O'Reilly Media Inc. http://www.datascienceassn.org/sites/default/files/Natural%20Language%20Processing%20with%20Python.pdf

Chugunov, A.V. (2017). *Electronic participation of citizens in public administration*. St. Petersburg: University ITMO.

Davydova, M. L. & Goncharova, A.A. (2015). Problems and prospects for the implementation of the Russian Public Initiative Project. *Bulletin of Volgograd State University. Series 5 – Jurisprudence,* 2 (27), 58-67. https://j.jvolsu.com/index.php/ru/component/attachments/download/1059

Dictionary of assessment words and expressions of the Russian language RuCentiLex (2017). http://www.labinform.ru/pub/rusentilex/index.htm

Dubrovskaya, T. V. (2017). The genre of online petitions in the context of feminist discourse. *Speech Genres*, *1* (15), 111-117. https://doi.org/10.18500/2311-0740-2017-1-15-111-117

Elnoshokaty, A. S., Deng, S. & Kwak, D. H. (2016). Success factors of online petitions: Evidence from Change.org. In *49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, 1979 – 1985. https://doi.org/10.1109/HICSS.2016.249

Golbraykh, V. B. (2016). Environmental public initiatives on the Internet as a new practice of political participation. *Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science*, 4 (36), 340-450. https://doi.org/10.17223/1998863X/36/34

Hagen, L., Harrison, T. M., Uzuner, Ö., May, W., Fake, T. & Katragadda, S. (2016). E-petition popularity: Do linguistic and semantic factors matter? *Government Information Quarterly*, *33*, 783-795. https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.07.006

Jho, W. & Song, K. J. (2015). Institutional and technological determinants of civil e-Participation: Solo or duet? *Government Information Quarterly*, 32, 488-495. http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2015.09.003

Korobov, M. (2015). Morphological analyzer and generator for Russian and Ukrainian languages: In Khachay, M.Y., Konstantinova, N., Panchenko, A., Ignatov, D.I., Labunets, V.G. (eds.) *Analysis of Images, Social Networks and Texts 542 of Communications in Computer and Information Science,* (pp. 320-332). Springer International Publishing. https://arxiv.org/pdf/1503.07283.pdf

Kosykh, E. V. (2017). The Internet petition as a method of civil resistance in modern Russia. *Russian science and education today: problems and prospects*, *2* (15), 28-29.

Kreiss, K. D. (2015). The Problem of Citizens: E-Democracy for Actually Existing Democracy. *Social Media + Society*. *July–December,* 1-11. https://doi.org/10.1177/2056305115616151

Kuryanovich, A. V. (2015). Epistolary linguistic personality in the context of mass media communication: the experience of sociolinguistic analysis of discursive properties (based on online petitions). *Bulletin of Tomsk State Pedagogical University*, *9* (162), 34-41. https://vestnik.tspu.edu.ru/files/vestnik/PDF/articles/kuryanovich_a._v._34_41_9_162_2015.pdf

Lindner, R. & Riehm, U. (2009). Electronic Petitions and Institutional Modernization. *JeDEM, 1* (1): 1-11. https://jedem.org/index.php/jedem/article/view/3

Lukashevich, N. V. & Levchik, A. V. (2016). Creation of a vocabulary of assessment words of the Russian language. In *Open Semantic Technologies for Intelligent Systems (OSTIS-2016): materials of the VI international scientific and technical conference*. Minsk: BGUIR, 377-382.

Mikolov, T., Sutskever, I., Chen, K., Corrado, G.S. & Dean, J. (2013). Distributed representations of words and phrases and their compositionality. In *Advances in neural information processing*

systems, 3111-3119. https://papers.nips.cc/paper/2013/file/9aa42b31882ec039965f3c4923ce901b-Paper.pdf

Natasha (library for searching and retrieving named entities). https://github.com/natasha/natasha

Pazelskaya, A. G. & Solovev, A. N. (2011). The method of determining emotions in texts in Russian: In *Computer Linguistics and Intelligent Technology: A Collection of Scientific Articles*, *10* (17). Moscow: Russian State Humanitarian University Publishing House, 510-522.

Pupkova, A.V. (2010). Petition as a genre of French environmental discourse. *Bulletin of Moscow State Linguistic University*, *10*, 33-45.

Radina, N. & Belyashova, D. (2021). Digital Political Participation of Western and Eastern Parts of Germany Residents (based on Change.org Online Petitions). *Changing Societies and Personalitie*s, *5* (1), 63-82. https://doi.org/10.15826/csp.2021.5.1.122

Radina, N. & Koskina, M. (2017). Power, Attraction and Reference in the Macro-Level Social Relations: 'Closed Group' and 'Closed Society' (on the psychology of the 'Soviet' and the 'post-Soviet person'). *Psychology in Russia: State of the Art*, *1,* 117-129. https://doi.org/10.11621/pir.2017.0109

Rayson, P. & Garside R. (2000). Comparing corpora using frequency profiling. In *Proceedings of the workshop on Comparing Corpora, held in conjunction with the 38th annual meeting of the Association for Computational Linguistics*. Hong Kong. http://ucrel.lancs.ac.uk/people/paul/publications/rg_acl2000.pdf

Reid, L. (2014). E-petitions a Viable Tool for Increasing Citizen Participation in Our Parliamentary Institutions. *Canadian Parlamentary Review*, *3*, 4-8. http://www.revparl.ca/37/4/37n4e_14_Reid.pdf

Riehm, R., Böhle, K. & Lindner, R. (2014). *Electronic petitioning and modernization of petitioning systems in Europe.* Berlin: TAB.

Rudenko, V. N. (2003). The methodology of studying the institutions of direct democracy in modern society. *Jurisprudence*, *4*, 38-51.

Sentimental: a simple dictionary-based sentiment analysis system with Russian language support. https://github.com/text-machine-lab/sentimental

Sheppard, J. (2014). Online petitions in Australia: Information, opportunity and gender. *Australian Journal of Political Science*, 50(3), 480-495. https://doi.org/10.1080/10361146.2015.1049512

Skryabina, M. V. (2006). Collective ap – peals in the Russian Federation. *Legal thought*, 5, 32-38.

Sociological analysis of the experience of using modern technologies of electronic democracy (portals of public appeals / petitions and open voting) (2014). In *Final comprehensive analytical report*. Moscow: ZIRCON. http://www.zircon.ru/upload/iblock/3a1/Sociologicheskij_analiz_opyta_ispolzovanij a_ sovremennyhtehnologij _jelektronnoj_demokratii.pdf

Sreejith, A., Vigneswara Ilavarasan, P. & Gupta, M.P. (2012). Citizen participation and effectiveness of e-petition: Sutharyakeralam – India, Transforming Government. *People, Process and Policy*, 6 (4), 392-403. https://doi.org/10.1108/17506161211267536

Stepanova, N. B. (2016). Online petition as a new genre of Internet communication. In *Language in various areas of communication: proceedings of the II International Scientific Conference*. Chita: Transbaikal State University, 138-141.

Stewart, K. M., Cuddy A. & Silongan M. (2013). Electronic petitions: A proposal to enhance democratic participation. *Canadian Parliamentary Review* 9. https://www.canlii.org/en/commentary/doc/2013CanLIIDocs366

Subramanian, S., Baldwin, T. & Cohn, T. (2018). Content-based Popularity Prediction of Online Petitions Using a Deep Regression Model. In *Proceedings of the 56th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Short Papers)*, 182-188. https://doi.org/10.18653/v1/P18-2030

Suh, J. H., Park, Ch. H. & Jeon, S. H. (2010). Applying text and data mining techniques to forecasting the trend of petitions filed to e-People. *Expert Systems with Applications*, *37* (10), 7255-7268. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.04.002

Thelwall, M., Buckley, K., Paltoglou, G., Cai, D. & Kappas, A. (2010). Sentiment strength detection in short informal text. *Journal of the*

American Society for Information Science and Technology, *61*(12), 2544-2558. https://doi.org/10.1002/asi.21416

Theocharis, Y. (2015). The Conceptualization of Digitally Networked Participation. *Social Media + Society*. July-December, 1-14. https://doi.org/10.1177/2056305115610140

Turney, P.D. (2002). Thumbs Up or Thumbs Down? Semantic Orientation Applied to Unsupervised Classification of Reviews. In *Proceedings of the 40th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics,* (pp. 417-424). Philadelphia. https://www.aclweb.org/anthology/P02-1053.pdf

Vorontsov, K. V. (2014). Additive Regularization for Topic Models of Text Collections. *Doklady Mathematics*, *89* (3), 301-304. https://doi.org/10.1134/S1064562414020185

УДК 81.111
https://doi.org/10.25076/vpl.45.05
С.Н. Попова, Т.А. Лукьянова
Российский университет дружбы народов

СИНТАКСИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ И ЕЕ ПРИМЕРЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассматривается проявление авторской оценки в рамках синтаксиса экономического дискурса. Обсуждается вовлечение автора в газетные и публицистические тексты экономической направленности с помощью различных языковых средств на разных уровнях языковой системы и подчеркивается, что одним из этих средств является выразительность, которая может быть представлена через категорию модальности. Подчеркивается, что именно синтаксический уровень позволяет автору имплицитно выразить более яркое проявление авторской оценки, являясь способом показать свое отношение к высказыванию, не обязательно в буквальной форме испытываемого биологического чувства, чтобы снять с себя чрезмерную ответственность и предотвратить возможные негативные последствия выражения своего собственного мнения. Важной целью исследования является выявление и классификация синтаксических средств, используемых в экономическом дискурсе,

выражающих авторскую субъективную оценку на примере статей журнала the Economist. Исследовательский подход смешанного метода со сбором теоретической информации и семантическим, дедуктивным и количественным анализами собранных данных позволяет продемонстрировать классификацию синтаксических средств, несущих авторскую оценку. В результате представляется возможным выделить девять средств синтаксической модальности. Результаты, полученные в ходе исследования, представляют практическую ценность для дальнейшего исследования экономического дискурса и способствуют развитию гипотезы о его оценочной составляющей, опровергая суждение о том, что язык текстов экономической направленности можно считать полностью лишенным субъективной составляющей.

Ключевые слова: экономический дискурс, оценочность, авторская вовлеченность, синтаксическая модальность, имплицитность

UDC 81.111
https://doi.org/10.25076/vpl.45.05
S.N. Popova, T.A. Lukianova
RUDN University

SYNTACTIC MODALITY AND ITS EXAMPLES IN ECONOMIC DISCOURSE

The research is devoted to the analysis of the author's assessment realization through the syntax in the framework of the economic discourse. The author's involvement in newspaper and journalistic texts of economic orientation is implied with the help of various linguistic means at different levels of the language system and one of these means is expressiveness that can be represented through the category of modality. It is precisely the syntactic level that allows an author to implicitly express a more vivid manifestation of the author's assessment, being a way to show his or her attitude to the statement, not necessarily in its literal form of an experienced biological feeling to decline excessive responsibility and prevent possible negative aftermath of expressing his or her own opinion. The research aims at identifying

syntactic means used in economic discourse that express the author's subjective evaluation in the framework of articles from the Economist magazine. The mixed-method research approach with theoretical information collection and semantic deductive and quantitative analysis of the data collected allowed us to demonstrate the classification of syntactic means carrying the author's assessment. As a result, nine means of syntactic modality were distinguished. These results would help in the further research of economic discourse and contribute to the development of the hypothesis about its evaluative component, denying the judgment that the language of economics can be considered purely objective.

Keywords: economic discourse, evaluation, author's involvement, syntactic modality, implicitness

Introduction

The linguistics of the 21st century deals with such a diverse and multifaceted phenomenon as discourse. Linguists are actively showing their interest in the study of its theoretical and applied nature, the ratio of both linguistic and extralinguistic factors, as well as various discursive types. Some linguists equate concepts of discourse and text, others argue that text is the end product of discourse as a speech process. Some scholars distinguish between written and oral forms of the two concepts. Nowadays, the linguistic society asserts the hypothesis of text and discourse being dissimilar, although many definitions of these concepts can be provided one through another.

Being a variety of institutional discourse, economic discourse is a specialized cliched kind of communication between people who may not know each other, but are to communicate, often within the framework of an institutional arrangement in accordance with the norms of this arrangement (Karasik, 2016).

Considering the diverse character of discourse research and the fact that discourse analysis aroused scientific interest not that long ago, it is important to point to the fact that to the present a huge amount of work has been executed in the field of discourse research and analysis. However, despite a large number of its investigation, it is still impracticable to come up with its one generally accepted notion. Neither it is possible to confirm the constitution of a holistic discourse theory. This is potentially the reason that contributed to the wide popularity

acquired by this term in recent decades as different understandings successfully serve different conceptual needs and modify more traditional ideas about speech, text, dialogue, style and even about language. Discourse is a multidimensional and multi-valued concept. This is a linguistic representation of reality, a linguistic code of life. Everything that happens in the history of mankind, nation, people, society and its various spheres: medicine, politics, religion, economics, and so on, has its reflection in language (Yevtushina, Kovalskaya, 2014).

Theoretical background

The development of both internal and external economic relations and the emergence of new economic issues generates a need to describe the patterns and specifics of the essence of economic discourse (Malyuga & Chernysheva, 2017). It is obvious that economic discourse intends primarily to highlight the state of affairs in the economic field by providing objective facts (Chertousova, 2016). By its goal-setting orientation, this category of material does not imply the author's interference in the informative sphere, that is, distortion or refraction of the facts. On the other hand, economic discourse has certain practical aims, which are impossible to be implemented without the use of linguistic means and techniques that allow to attract the society and have the necessary impact on the course of communication. That is why it is worth noting the significant role of the author's intervention in the content of the discourse of economics.

The language of economic discourse is closely linked to the processes of rapid human society development, it quickly adopts them and thereby has a constant influence on human thoughts and ideas. It is in the language of economic discourse that reflects new tendencies in modern linguistics (Dyakonova, 2021).

It is generally believed that the language of economics is characterized by an extremely objective character, even in economically oriented articles (Razhina, 2021). On the one hand, economic discourse implies strictly regimented interaction in the professional field, excluding any degree of personal involvement. On the other hand, it has certain objectives, which are impossible to achieve without the use of linguistic means and speech technics that allow you to attract the target audience and have the necessary impact on the course of communication (Arutyunyan, 2017).

At present, linguists started to put emphasis on the study of the emotional component of economic discourse within any language system levels. For instance, E. Y. Vyguzova states that the economic situation in the framework of this discursive type created and viewed by its participant always passes through his or her consciousness and is realized in linguistic structures expressing evaluation. At the same time, the author always expects that his assessment will be decoded in accordance with a socially approved axiological standard. Compared to the written and nonspontaneous type of speech, economic discourse "filters out" emotions, that is, the addressee of the discourse tries to exclude them. In this case, emotionality is generally disguised in the semantic structure of discursive words (Vyguzova, 2014).

E. N. Malyuga emphasizes that due to the crisis escalation, there is an increasing tendency to use various linguistic means to mitigate the negative impact of possible ramifications in the economic polemics (Malyuga, 2014). In most cases, economists evaluate economic processes, make recommendations for the prevention of violations, provide analytical information and conclusions on the results of financial measures (Pestova, 2018).

In the economic environment, along with the actual assessment, the implicit evaluation expressed through the use of linguistic means and speech techniques is also of great importance. This linguistic assessment can be expressed through the category of modality, which has been studied amid a great number of linguists (E. V. Paducheva, M. N. Kozhina, I. A. Skripak, E. V. Perevezentseva, Y. Y. Pospelova, J. L. Bybee, S. Fleischman, V. V. Pestova, L. A. Gadzhiyeva, O. M. Kutyayeva and others).

Due to the versatility of the language system, modality can be expressed in various ways: morphologically, lexically, syntactically, intonationally (Lebedeva & Orlova, 2019).

According to L. Babenko emotive lexis and phraseological constructions comprise the core of expressing the author’s assessment, as they take part in the creation of a linguistic picture of feelings (Babenko, 1989). Adhering to the same point of view, N. Krasavsky believes that the linguistic representation of emotions is carried out mainly by lexical and phraseological turns (Krasavsky, 2008).

As it has already been known, one of the principal means of expressing modality at the semantic level is the Subjunctive Mood

alongside with modal verbs of various modal meanings: necessity, possibility, prohibition, obligation, permission, recommendation and others. Concerning modal verbs, it is this particular type of verbs that enables to show the author's attitude to an action or its assessment without implying any action. In our opinion, these means of expressing modality in economic discourse has been studied at a sufficiently high level by various linguists to analyze it in great detail. Nevertheless, we consider this method to be integral while studying the modality of the economic discourse. The prospect of our research development undoubtedly implies that modal verbs will form an integral part of our further studies. The scientific interest of our work will be focused on the syntactic component that reveals the manifestation of modality in the language of economic resources.

It is necessary to pay attention to the syntactic constructions of economic discourse, which is still not the principal object for studies due to the extensive study of the lexical level because of its relatively high degree of expressing the author's interference. However, they are the form for expressing the relevant content, as well as a means of adequate presentation of information and realization of communication (Napalkova, 2016).

Undoubtedly, the language of economic discourse is characterized by the abundant use of subject-oriented economic vocabulary, in particular, economic terms (Zaykova, 2017). It is necessary to produce the proper effect, influence the addressee and encourage him to take certain actions (Tomalin & Malyuga, 2016).

Nevertheless, the study of modality from the syntactic level deserves to be paid heed. Despite the fact that the language of economic discourse does not have a direct vivid emotional coloring, it is through the syntax that we have a more vivid manifestation of a “hidden”, implicit author’s assessment, which has become a popular subject of research (Sidelnikova, 2017).

Material and methods

Material of the research is represented by the examples of syntactic means derived from the English-language Economist articles dealing with present world economic issues. The study was conducted with the help of mixed-method research approach with theoretical information collection and semantic deductive and quantitative analysis of the data collected.

Study and results

Having examined various sources the cross-cutting subject, we found that nowadays the problem of studying the expression of author's interference in the economic discourse is indeed acquiring more importance. After analyzing the sources that form the basis of our work, we have identified the following most frequent syntactic means of expressing the author's assessment at the syntactic level. In order to demonstrate the connection of the theoretical basis for the research topic with the practical significance of the research and to show the relevance of the use of these syntactic means reviewed and analyzed the language data derived from the Economist weekly newspaper dated April 2021. We have identified the following syntactic means:

1) Interrogative structures

Studying the specifics of syntactic modality expression in economically oriented discourse sources, most linguists, who take this issue under consideration (namely, E. N. Malyuga, T. V. Napalkova, E. Y. Vyguzova) emphasize the use of interrogative forms, especially rhetorical questions, dividing questions and the question-answer complex, that attempt to prioritize a specific topic. In addition to simple information request, they also perform a phatic function, allowing to soften categorical statements inherent in opposite the editorial pages and contribute to ensuring further flow of communication (Malyuga & McCarthy, 2021). S. D. Pogorelova also mentions the peculiarity of conversion usage at the level of sentences, that is, precisely the usage of affirmative sentences as interrogative ones (Pogorelova, 2011).

2) The usage of emphatic sentences with “do, does, did’’ auxiliary verbs (Pogorelova, 2011):

Despite the pseudo-informal nature of this linguistic means, it can be frequently used even in the context of pressing economic issues to emphasize the significance of a certain event or process in the economy in source texts.

3) Inversion

Direct word order is considered a conventional characteristic of the English language. However, it is precisely the precedence of various parts of the sentence to the subject that is another characteristic trait of newspaper and journalistic styles, be it an economically oriented article or any others. According to Y.A. Nikitina, the two types of inversion are common for the language of economic discourse:

3.1) Syntactic adverbial inversion that accentuates the subject, with the adverbial modifier in the anteposition (Nikitina, 2016):

3.2.) Inversion with a part of the predicate or a compound predicate before the noun to give additional coloring to the utterance (Nikitina, 2016).

The works of T. Napalkova are of particular significance, as for her the opportunity to trace the manifestation of the author's assessment in economic discourse prompts consideration of its syntactic features, since they are precisely the means for expressing the relevant content, as well as a means of expressing the function of the influence of mass media, the correct presentation of information and the implementation of communication. in this regard, she emphasizes the importance of the following syntactic means for involving the reader in the economic environment (Napalkova, 2016):

Elliptical sentences:

It is generally accepted that ellipsis is supposed to simultaneously perform several functions. The usage of this syntactic means consists in the contextual or situational omission of certain elements of the utterance, which can be restored with the help of further contextual analysis, herein logical and semantic perception of the information in the utterance is not distorted. Not only ellipsis contributes to syntactic compression by increasing the informativeness of the remaining language units, but also to enhance the impact or match a specific style (Dyakonova, 2021).

After a thorough research of articles on economics derived from the Economist, we did not manage to find any ‘traditional examples of ellipsis, with the omission of either a subject or an object of the sentence. Neither it was found within the rest articles, highlighting different areas of life, for example, politics, ecology, culture, or in headings together with subheadings, although they are considered to have sufficient expressiveness being one of the most vivid features of editorials. This may indicate that the economic discourse has a sufficiently redundant nature of presentation, excluding the possibility of removing any details from the statement.

However, we were able to find several examples, containing the omission of nouns, that can easily be restored without the loss of the initial meaning. They can, probably, be regarded as too colloquial, though still perform the expressive function, enabling the author to

update the statement and focus on the development of the problem, depending on which noun was omitted:

4) Fragmentation and parcellation;

Parcellation and fragmentation consist in the deliberate positional allocation a single syntactic structure members in order to actualize them. Their role is to simplify and to align complex syntactic constructions, elaborate economic discourse according to the compositional plan, which helps to highlight certain details or essential elements of the utterance (Napalkova, 2016).

5) Parenthetic referencing, that is, the usage of the two sources by the same author, that encompass both parenthesis and display the modal meanings of the utterance and its evaluation (Napalkova, 2016). Particularly, if the source is an interview that is so common for the Economist, it includes the person's name in the introductory clause with no parenthesis.

It is crucial to emphasize that all the examples found in the course of our research illustrate the modality expressed not solely with the help of independent syntactic structures but in combination with lexical means. In this case, we observe an enhanced expression of implicit evaluation in the context of economics.

6) Inserted constructions that add additional clarifying information to the parts of the main statement (Napalkova, 2016). Although the clarification of information cannot be regarded as a pure manifestation of the emotive component, it is the author's intention to explain the specific part of the statement, his personal desire to highlight exactly that part of the information that, in his opinion, deserves more attention.

7) Quotation that enables to preserve the form and content of the utterance and, thus, convey the original addressee's attitude to the issue or phenomenon (Napalkova, 2016).

8) Direct speech, distinguished from the whole text to focus on the selected specific elements of the message, to update, strengthen its expressiveness and semantic significance (Napalkova, 2016).

In order to justify the results of our research, to establish the solid base for their usage and make it possible to expand our research to further studies of the modality manifestation in the language of economics, we provide various examples of the usage of stated syntactic methods in the Economist articles in the table below:

Table 1: Syntactic means of expressing modality in the economic discourse

Interrogative structures	To want to defend voting rights, which are central to democracy, is only natural. But that leads ineluctably to the next test – over support for, say, new federal voting laws, reform of the Supreme Court and boycotts of China over human rights abuses in Xinjang. *If CEOS claim that their companies are moral actors, will they be consistent?* In this example we observe the use of the rhetoric question as the final sentence closing the paragraph and providing no direct response, i.e., having an open ending, that gives the reader space for reflection, literally giving him the opportunity to form his own opinion regarding the issue. As for the author's involvement, the author stresses the role and process of interaction between Chinese business and politics amid the human rights fighting. In Europe unemployment among people with tertiary education is marginally higher than it was before the pandemic, but a lot higher among high-school dropouts. *Will vaccines allow poorer folk to find work again-or might they find it hard for years to come?* In this example we also observe the use of the rhetoric question at the end of the paragraph with the author's attention focused on the problem of high unemployment as a side effect of the

	coronavirus. Although, despite its ubiquity, the author still accentuates people who drop out of school, who, in his opinion, are more likely exposed to deal with the aftermath of the virus impact on a long-term perspective.
Emphatic sentences with "do, does, did" auxiliary verbs	If the demand *does* end up shifting permanently to less-crowded places, the pace of housebuilding may even pick up. In this example, the author uses an auxiliary verb "does" to express his opinion about the impact of demand on the housing construction pace. Not only *does* the OSC support economic growth, it balances public health and livelihoods, and strengthens Malaysia's position as a competitive and preferred investment destination within Asia. In this example the author uses the auxiliary verb "does" to put special importance on the role of the OSC going beyond the economic sector.
Syntactic adverbial inversion	*In January*, it said it would raise its capital expenditure to $25bn in 2021, up from $17bn in 2020. In this example the author uses the adverbial inversion put before the subject with the reference to January 2021 in order to stress that it was the company's decision to raise its capital precisely next year due to some key factors.

	Last year 1,837 pubs closed across Britain, according to CGA, a consultancy—an increase of 85% on the previous year. In this example the author uses the adverbial modifier with the reference to 2020 to stress that the previous year was exactly the starting point of the coronavirus spread that affected the catering industry, precisely pubs functioning in Britain.
Inversion with a part of the predicate or a compound predicate before the noun to give additional coloring to the utterance	*Neither is there much evidence* that lending standards are slipping, either among banks or among the non-bank lenders that make up a growing share of mortgage origination in America. In this example the author uses the predicate inversion with "there is" construction to express his attitude towards the pseudo decline of lending standards in America amid banks as well as non-bank lenders. Oddly, the researchers say they are not even trying to study whether the events lead to more infections, but only whether participants follow social distancing rules. *Neither do they explain* the risk model used to assess the danger of holding big events during a pandemic. In this example the author uses the predicate inversion coming before the subject in order to stress the importance of studying the risk model assessing events holding during the pandemic that still lacks the researchers' attention.

Elliptical sentences	That figure, the strongest *[one/figure]* since August, reflects the state of the economy in the first half of March, when the surveys took place. In this example the use of the noun ellipsis helps the author not only to avoid repetition, but to focus his attention on the special figure, which happened to be the strongest, according to him, in the first half of March regarding the economic sector. Yet two factors could spoil the party. One *[factor]* relates to economic "scarring". In this example the author uses the noun ellipsis that helps to focus precisely on the two factors and to single out one of them in order to explain its entity, which obviously deserves special attention.
Fragmentation and parcellation	The pandemic has not just sharpened Canada's zeal to import foreign talent. *It is also changing the government's idea of what talent means.* In this example the author uses parcellation in the second sentence in order to stress the author's intentions to show the importance of talent and talented people on the governmental level after the coronavirus impact. The SPAC trend is a giant experiment with a different way to take firms public. *And it is also a test of the firms involved, most of which have either been hidden away in private markers for years, or are so nascent that they are more concepts than companies.*

	In this example the author uses parcellation in the second sentence in order to highlight the author's special attitude to the importance of the SPAC's particular functions.
Parenthetic referencing	A blithe reference to governments in Bangladesh boosting economic growth "mainly by getting out of the way" and simplifying labour laws conceals the grim reality for the country's garment workers *("From rags to stitches", March 27th).* The ethereal transience and beauty of Japan's cherry blossoms have long inspired poets and writers *("As the seasons defy norms", April 10th).*
Inserted constructions	Mubadala, *a sovereign fund of Abu Dhabi*, one of the seven United Arab Emirates (UAE), went on a spending spree in 2020. Both Mr Suthers, *a Republican, and Lauren McLean, Boise's Democratic mayor*, say their cities have become more liberal as they have economically grown.
Quotation	In New Zealand the finance minister has asked the central bank to "*consider the impact on housing"* in its monetary-policy decisions. In this example the author uses inserted construction put in inverted commas as the reference to the finance minister's personal attitude to the role of the impact on housing in the central bank's monetary-policy decisions. Vowing to finish *"the fight against Covid"*, Ms Freeland outlined C$101bn

	($81bn) in new spending, including a national childcare programme. In this example the author uses inserted construction put in inverted commas as the reference to Canada's Deputy Prime Minister and Minister of Finance words regarding her personal attitude to the actions against the coronavirus.
Direct speech	Some economists are alarmed. *"The rents that we enjoyed for the last 20 years will never come back," a former finance minister, Alexei Kudrin, wrote last year. "That's a huge challenge for all of economic policy."* In this example the author uses dialogical communication with the reference to the former finance minister's comments to highlight the significance of the rent payment increase. As Jeremy Hamon, head of group finance for the UK engineering company Primetals, explains: *"You can't have good risk management without good cash-management."* In this example the author uses dialogical communication with the reference to head of group finance for the UK engineering company's words to strengthen the expressiveness regarding his attitude to the issue of good risk management.

Conclusion

In this paper we have studied the realization of expressive constituent of economic discourse that is represented through the category of modality at its syntactic level. We have also identified and examined syntactic means used in economic discourse to express the author's subjective evaluation in the framework of articles from the Economist. The main results are formulated in the theses below:

1) It has been thought for a long time that due to its practical goals aimed at the implementation of professional communication, objective presentation with the state of affairs in the field of economics, data or statistics, language of economic discourse should not involve any of the author's personal views on the subject of narration.

After having conducted the consistent and holistic research the data we have obtained illustrates that the implementation of these objectives is impossible without the usage of linguistic means that attract the target audience, influence it through putting forward various ideas, focusing primarily on specific ideas, retaining the audience. This is exactly what contributes to the emergence of the "emotional" reaction.

2) As we can see from the listed examples obtained in the course of our research "emotional" reaction in this case is not necessarily realized in its literal form of an experienced feeling, biologically embedded in a person (for example, fear, anger, surprise, dissatisfaction and others) in response to what is being experienced, but also in subsequent actions and deeds. What is more, modality in this case may act as the author's attempt to attract the readership's attention to some specific problems, so that it can also be regarded as his personal stance on some issues being more relevant and pressing in comparison with others.

3) The author's involvement in newspaper and journalistic texts of economic orientation is implied with the help of various linguistic means at different levels of the language system and one of these means is expressiveness that can be represented through the category of modality.

4) As stated before, the author's involvement in economic discourse, as in any other discursive type, can be manifested at different levels of the language system (Chekulai & Prokhorova, 2019). Despite of the most studied and generally accepted theory implying that the presence of the author's assessment is most clearly traced at the lexical

level, it is precisely the syntactic level that allows an author to express a more vivid manifestation of an implicit author's assessment, though not so evident, but, nevertheless, being a more devious and skillful way to show his or her attitude to the statement and thus decline excessive responsibility and prevent possible negative aftermath of expressing his or her own opinion.

5) Our research conducted with the help of mixed-method research approach with theoretical information collection and semantic deductive and quantitative analysis of the data collected allowed us to provide the following classification of syntactic means which represent the author's assessment in the economic discourse:

- interrogative structures;
- emphatic sentences with "do, does, did" auxiliary verbs;
- inversion subdivided into the syntactic adverbial inversion and inversion with a part of the predicate or a compound predicate before the noun;
- elliptical sentences
- fragmentation and parcellation
- parenthetic referencing;
- inserted constructions;
- quotation;
- direct speech.

All these syntactic means serve not only to convey economic information to the audience. Through the author's evaluation, they serve as effective means of influencing the fulfillment of communicative goals of every economic journal, that is, involving the target audience to study and be involved in the issues of the economic environment and affect their perception of what is being read. They also contribute to the fulfillment of the financial goal of every economic journal, that is, the increase of sales. The prospect of our research development includes the possibility of analyzing more explicit syntactic ways that express the author's evaluation, such as modal verbs and the Subjunctive Mood.

It is also worth noting that the results of our research show that despite the presence of an emotional component in what appears to be serious language of economics, all the found manifestations of the author's modality through the syntactic constructions, the language of economic discourse cannot be considered too colloquial or subjective, as any

author must still stick to the principle regulations of publishing houses, although the Economist makes it is possible to exclude any kind of responsibility by omitting personal data of an author.

Литература

1. Арутюнян Л. А. Функциональные особенности экономического медиатекста // Вестник ТГГПУ. – 2017. №2 (48). – С. 6–10.

2. Бабенко Л. Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. – Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989.

3. Выгузова Е. Ю., Теплякова Е. К. Специфика языковой оценки в экономическом дискурсе // Вестник ТГТУ. – 2014. – №3. – С. 615–620.

4. Зайкова И. В. Английский экономический дискурс в переводоведении // Актуальные вопросы лингвистики и дидактики: междисциплинарный подход в гуманитарных и социальных науках (CILDIAH-2018). – 2018. – Волгоград: EDP Sciences. – P. 01214.

5. Дьяконова С. А. Эллипсис слов, определяемых инфинитивом в постатрибутивной позиции, на материале журналов The Economist и WCO News // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – №2. – С. 432–439.

6. Евтушина Т. А., Ковальская Н. А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования // Вестник ЧелГУ. – 2014. – №6 (335). – С. 42–46.

7. Карасик В. И. О типах дискурса Текст. / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 6–10.

8. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: монография. – М.: Гнозис, 2008.

9. Малюга Е. Н. Лингвокультурная специфика профессионального англоязычного экономического дискурса // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. – 2014. – № 2 (22). – С. 33–40. (0,691).

10. Малюга Е.Н., Чернышева М.В. Вербальные средства выражения юмора в американском экономическом дискурсе // Вопросы прикладной лингвистики. – 2017. – № 26. – Pp.89-98.

11. Напалкова Т. В. Синтаксические особенности текстов современного популярного экономического дискурса (на материале британской и американской публицистики) // Огарёв-Online. – 2016. – №6 (71). – С. 1–4.

12. Никитина Ю. А. Стилистическая инверсия в газетных и публицистических текстах экономической тематики // БГЖ. – 2016. – №4 (17). – С. 100–102.

13. Пестова В. В. Средства выражения имплицитной оценки в дискурсе аудита на английском и русском языках (на материале международных конференций в сфере государственного внешнего финансового контроля) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. –2018. – №7–2 (85). – С. 372–376.

14. Погорелова С. Д. Лингвистические средства выражения оценки глобального экономического кризиса / С. Д. Погорелова, А. С. Яковлева. Текст: непосредственный // Актуальные вопросы филологических наук: материалы I Международной научной конференции (г. Чита, ноябрь 2011 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2011. – С. 107–109.

15. Ражина В. А. Собственно лингвистические и социально-культурные особенности современного англоязычного экономического дискурса // Гуманитарные и социальные науки. 2021. №2, с. 139–144.

16. Сидельникова Е. А. Газетно-публицистический экономический дискурс как самостоятельный тип дискурса // Гуманитарные и юридические исследования. 2017. – С. 198–202.

17. Томалин Б., Малюга Е. Н. Деловой язык в век глобализации // Вопросы прикладной лингвистики. – 2016. – № 24. – Pp.7-18.

18. Чертоусова, С. В. Экономический медиа-дискурс и его характеристики // Эволюция и трансформация дискурсов: сборник научных статей. – Самара: Самарский государственный университет, 2016. – С. 145–152.

19. Chekulai I.V., Prokhorova O.N. On the problem of ontology and terminology of statusoriented types of discourse in modern linguistic discourology // Professional Discourse & Communication. – 2019. – N1(1). – Pp. 21-35. https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-1-21-35

20. Lebedeva I. S., Orlova S. N. Semantics and pragmatics of the double modal ‘might could’ // Training, Language and Culture. – 2019. – N3(2). – Pp. 71-84. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.5

21. Malyuga E.N., McCarthy M. “No” and “net” as response tokens in English and Russian business discourse: in search of a functional equivalence // Russian Journal of Linguistics. – 2021. – Vol. 25. – № 2. – Pp. 391-416.

22. The Economist April 10th – 16th, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economist.com/weeklyedition/2021-04-10;

23. The Economist April 17 – 23rd, 2021[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economist.com/weeklyedition/2021-04-17;

24. The Economist April 24th – 30th, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://www.economist.com/weeklyedition/2021-04-24;

25. The Economist May 1st – 7th, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economist.com/weeklyedition/2021-05-01.

26. Vouillemin D. Business cultural training in a globalised economy // Training, Language and Culture. – 2020. – N4(1). – Pp. 33-43. Doi: 10.22363/2521-442X-2020-4-1-33-43

References

Arutyunyan, L.A. (2017). Funkcional'nye osobennosti jekonomicheskogo mediateksta [Functional peculiarities of economic media texts]. *Tatar State University of Humanities and Education Bulletin*, *2*, 6 – 10.

Babenko, L.G. (1989). *Leksicheskie sredstva oboznachenija jemocij v russkom jazyke [Lexical means of emotion designation in the Russian language]*. Ural University Publishing House.

Chekulai, I.V., & Prokhorova, O.N. (2019). On the problem of ontology and terminology of statusoriented types of discourse in modern linguistic discourology. *Professional Discourse & Communication, 1*(1), 21-35. https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-1-21-35

Chertousova, S.V. (2016). Ekonomicheskii media-diskurs i ego kharakteristiki [Economic Media discourse and its Distinctive

Features]. In *Evolution and transformation of Discourse*, (pp. 145 – 152). Samara State University.

Dyakonova, S.A. (2021). Jellipsis slov, opredeljaemyh infinitivom v postatributivnoj pozicii, na materiale zhurnalov The Economist i WCO News [Discovered in "The Economist" and "WCO News" Ellipsis of Words Attributed by Infinitive]. *Philology. Theory & Practice, 2,* 433 – 439.

Karasik, V. I. (2016). Diskursologiia kak napravlenie kommunikativnoi lingvistiki [The discourse studies as the direction of the communicative linguistics]. In *Aktualnye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki, 1*, 6 – 10.

Krasavsky, N. A. (2008) *Jemocionalnye koncepty v nemeckoj i russkoj lingvokulturah [Emotional concepts in German and Russian linguocultures: monograph]*. Moscow: Gnosis.

Lebedeva, I. S., & Orlova, S. N. (2019). Semantics and pragmatics of the double modal 'might could'. *Training, Language and Culture, 3*(2), 71-84. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.5

Malyuga, E.N. (2014). Lingvokulturnaja specifika professional'nogo anglojazychnogo jekonomicheskogo diskursa [Linguacultural specifics of professional English-speaking economic discourse]. *Scientific Herald of the Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering, Modern linguistic and methodological-didactic research, 2,* 33 – 40.

Malyuga, E.N., & Chernysheva, M.V. (2017). Verbal means of expressing humor in American economic discourse. *Issues of Applied Linguistics, 26*, 89-98.

Malyuga, E.N., & McCarthy, M. (2021). "No" and "net" as response tokens in English and Russian business discourse: in search of a functional equivalence. *Russian Journal of Linguistics, 25*(2). Pp. 391-416.

Napalkova, T.V. (2016). Sintaksicheskie osobennosti tekstov sovremennogo populyarnogo ekonomicheskogo diskursa (na materiale britanskoj i amerikanskoj publicistiki) [Syntactic features of texts of modern popular economic discourse (based on the material of British and American journalism)]. *Ogaryov-Online, 6* (71), 1–4.

Nikitina, Y.A. (2016). Stilisticheskaja inversija v gazetnyh i publicisticheskih tekstah jekonomicheskoj tematiki [Stylistic

inversion in newspaper and publicist texts on economics]. *Baltic Humanitarian Journal, 4,* 100 – 102.

Pestova, V.V. (2018). Sredstva vyrazhenija implicitnoj ocenki v diskurse audita na anglijskom i russkom jazykah (na materiale mezhdunarodnyh konferencij v sfere gosudarstvennogo vneshnego finansovogo kontrolja) [Means to express explicit evaluation in English and Russian audit discourse (by the material of conference in the sphere of external state financial control)]. *Philology. Theory & Practice, 7-2,* 372 – 376.

Pogorelova, S.D., Yakovleva, A.S. (2011). Lingvisticheskie sredstva vyrazhenija ocenki globalnogo jekonomicheskogo krizisa [Linguistic means of expressing the assessment of the global economic crisis]. In *Young Scientist Publishing House*, (pp. 107 – 109).

Razhina, V.A. (2021). Sobstvenno lingvisticheskie i socialno-kulturnye osobennosti sovremennogo anglojazychnogo jekonomicheskogo diskursa [Linguistic and socio-cultural peculiarities of modern English-language economic discourse]. *Gumanitarnye i socialnye nauki, 2*, 139 – 144.

Sidelnikova, E. A. (2017). Gazetno-publitsisticheskii ekonomicheskii diskurs kak samostoiatelnyi tip diskursa [Journalistic discourse as a special type of discourse]. *Gumanitarnye i iuridicheskie issledovaniia*, *2*, 198 – 202;

Tomalin, B., & Malyuga, E.N. (2016). Business language in the global age. *Issues of Applied Linguistics, 24,* 7-18.

The Economist April 10th – 16th, 2021 Retreived from: https://www.economist.com/weeklyedition/2021-04-10 (Accessed 25.01.2022);

The Economist April 17 – 23rd, 2021 Retreived from: https://www.economist.com/weeklyedition/2021-04-17 (Accessed 25.01.2022);

The Economist April 24th – 30th, 2021 Retreived from: https://www.economist.com/weeklyedition/2021-04-24 (Accessed 25.01.2022);

The Economist May 1st – 7th, 2021 Retreived from: https://www.economist.com/weeklyedition/2021-05-01 (Accessed 25.01.2022);

Vouillemin, D. (2020). Business cultural training in a globalised economy. *Training, Language and Culture, 4*(1), 33-43. Doi: 10.22363/2521-442X-2020-4-1-33-43

Vyguzova, E.Y., & Teplyakova, E.K. (2014). Specifika yazykovoj ocenki v ekonomicheskom diskurse [Features of linguistic evaluation in economic discourse]. *Tambov State Technical University Journal, 3,* 615 – 620.

Yevtushina, T.A., & Kovalskaya, N.A. (2014). Jekonomicheskij diskurs kak obekt lingvisticheskogo issledovanija [The economic discourse as object of linguistic research]. *Chelyabinsk State University Journal, 6,* 42 – 46;

Zaikova, I.V. (2018). English Economic Discourse in Translation Studies. In *Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences (CILDIAH-2018),* (p. 01214) Volgograd: EDP Sciences.

УДК 811
https://doi.org/10.25076/vpl.45.06
А.В. Радюк
Д.Н. Умерова
Российский университет дружбы народов

РЕЧЕВЫЕ ТАКТИКИ В БИЗНЕС ДИСКУРСЕ: ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СУГГЕСТИИ В ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ

Целью данной статьи является потребность выявления общих принципов и элементов суггестивного воздействиях для повышения эффективности проведения бизнес-переговоров и возможности защиты от манипулятивного поведения. Статья посвящена речевым суггестивным тактикам как наиболее сильным инструментам коммуникации и воздействия на реципиента. Исследование направлено на выявление общих языковых особенностей произвольного речевого воздействия, проводимого с целью повлиять на собеседника в бизнес-переговорах как одном из главных элементов современного бизнес континуума.

В статье освещается лингвопрагматическая значимость современного бизнес дискурса, предлагается определение бизнес

переговоров и приводится структурная классификация переговоров на основе нескольких моделей, изучаются когнитивные и эмоционально-мотивационные факторы. Также в статье рассказывается об основных характеристиках суггестивного воздействия, ее механизмах и формах проявления. Изучены суггестивные индукторы, ориентированные на субдоминантное восприятие и вызывающие у реципиента трансовое состояние.

Исследование выполнено на основе скриптов реальных бизнес переговоров. В результате анализа записей выявлены восемь основных речевых тактик суггестии: информационная избыточность, формирование псевдологичности с помощью пресуппозиции, эксплицитного и имплицитного каузативов, активация доминирующего канала восприятия, отсылка к псевдопропущенному действию, формирование установки на продолжение, скрытые указания и обобщенный референтный индекс.

Автор соотносит выявленные речевые тактики со структурной моделью деловых переговоров и приходит к выводу, что существует определенная зависимость и механизм распределения используемых тактик в зависимости от этапа переговорного процесса. Только в отношении одной суггестивной речевой тактики не выявлено специфичного характера, остальные тактики были задействованы переговорщиками в утвержденной и повторяющейся последовательности.

Результаты, которые были получены в ходе данного исследования, могут быть использованы для повышения эффективности деловых переговоров, а также для защиты от манипулятивного поведения со стороны их участников.

Ключевые слова: бизнес дискурс, деловые переговоры, речевые тактики, суггестивное воздействие, лингвопрагматический анализ

UDC 811
https://doi.org/10.25076/vpl.45.06
A.V. Radyuk
D.N. Umerova
RUDN University

SPEECH TACTICS IN BUSINESS DISCOURSE: LINGUISTIC FEATURES OF THE SUGGESTION IN BUSINESS NEGOTIATIONS

To improve the efficiency of business negotiations and the possibility of protection from manipulative behavior, there is a need to identify general principles and elements of suggestive influence. The article is devoted to speech suggestive tactics as the most powerful tools of communication and influence on the recipient. The study is aimed at identifying common linguistic features of voluntary speech influence, carried out in order to influence the interlocutor in business negotiations as one of the main elements of the modern business continuum.

The article highlights the linguopragmatic significance of modern business discourse, proposes a definition of business negotiations and provides a structural classification of negotiations based on several models, studies cognitive and emotional-motivational factors. The article also describes the main characteristics of suggestive influence, its mechanisms and forms of implementation. Suggestive inductors focused on subdominant perception have been studied.

The study was based on scripts of real business negotiations. As a result of the analysis of the recordings, eight main speech tactics of suggestion were identified: informational redundancy, the formation of pseudologicality with the help of presupposition, explicit and implicit causatives, the activation of the dominant perceptual channel, the reference to a pseudo-omitted action, the formation of a continuation setting, hidden indications, and a generalized referential index.

The author correlates the identified speech tactics with the structural model of business negotiations and comes to the conclusion that there is a certain dependence and a mechanism for distributing the tactics used depending on the stage of the negotiation process. Only in relation to one suggestive speech tactic no specific character was revealed, the rest of the tactics were used by the negotiators in an approved and repetitive sequence.

The results that were obtained in the course of this study can be used to improve the efficiency of business negotiations, as well as to protect against manipulative behavior on the part of their participants.

Keywords: business discourse, business negotiations, speech tactics, suggestive influence, linguo-pragmatic analysis

Введение

В настоящее время бизнес дискурсу в лингвистике посвящено особенное внимание. В целом, ускоренное информационно-технологическое развитие общества приводит ко все большему междисциплинарному взаимодействию отдельных областей знания и активно стимулирует появление новых дисциплин на стыке разных наук. Если говорить о лингвистических исследованиях, то можно привести такие примеры, как политическая лингвистика (Ells, 2004), судебная лингвистика (Mattia, 2006), военная лингвистика (Kruzel, 2008), этнолингвистика (Kindell & Lewis, 2000), спортивная лингвистика (Soccerlingua, 2005), медицинская лингвистика (Aronson, 2007) и т.д. Это довольно специализированные области лингвистического знания, и касаются они конкретных дисциплин. Напротив, бизнес, на наш взгляд, это более универсальная сфера человеческой деятельности. Несмотря на это, дискурс делового общения подразумевает наличие специфических коммуникативных и, в частности, речевых механизмов, особенных свойств, которые нуждаются в лингвистическом анализе.

Многими исследователями было отмечено, что у каждого делового текста существуют значимые отличия от других видов текста (будь то публицистический, художественный или научный) (Малюга, 2019). Бизнес дискурс подразумевает наличие совершенно особенных коммуникативных, лексических, жанрово-стилистических, синтаксических, лингвопрагматических, наглядно-графическиех и других признаков. Некоторые ученые-лингвисты отмечают необходимость формирования отдельной дисциплины бизнес-лингвистики в рамках прикладной лингвистики, а также развитие ее научного аппарата и методологии.

Можно говорить о том, что бизнес-дискурс в лингвистике относится к исследованию специфических языковых механизмов и явлений в деловом континууме, а также предлагает возможности для изучения используемых в бизнес деятельности языковых ресурсов, вербальных и экстралингвистических факторов делового общения.

Одним из значимых явлений в деловом общении является суггестивное воздействие. Особенный акцент делается на

использовании суггестии в сфере рекламы, в медиаресурсах и политике. Однако в области бизнес общения суггестия также активно задействована в такой форме деловой коммуникации как бизнес-переговоры.

Основополагающим понятием в рассмотрении феномена переговоров можно смело назвать принятие решения, которое предполагает утверждение обязательств сторон переговоров перед друг другом. То, что решение принято, означает, что участники договариваются о том, что и в какие сроки должно быть сделано, а также какая из сторон за что отвечает.

Суггестивные тактики и стратегии, используемые какой-то из сторон переговоров, могут оказывать значимое влияние на принятие решения другой стороны. Порой они используются участниками процесса непроизвольно, но существует множество примеров обратного, когда переговорщики сознательно применяют суггестию в своей речи и невербальных проявлениях для того, чтобы повлиять на оппонента. Некоторые из этих тактик и стратегий могут быть так же отнесены к манипулятивным приемам, зная о природе которых, можно эффективно выстраивать защитную линию поведения и речевую стратегию.

Основная цель данной статьи выявить суггестивные тактики, которые используются участниками переговоров, и установить их взаимосвязь с этапами переговорного процесса.

Основными методами нашего исследования стали лингвопрагматический анализ и праксиматический метод.

Материалами послужили аудиозаписи четырех реальных деловых переговоров общей длительностью 8,5 часов. Материалы были предоставлены в частном порядке с полным сохранением конфиденциальности.

Прагмалингвистические механизмы суггестии

Суггестия, или гипноз, представляет собой способ воздействия, под которым понимается целенаправленное неаргументированное воздействие на человека или группу людей с целью изменения их состояния или отношения к чему-либо и создания предрасположенности к определённым действиям (Сидоренко, 2002, Böttger & Költzsch, 2021). Как правило, суггестия осуществляется посредством вербальных речевых средств (Korableva & Alyoshina, 2019), но существует ряд случаев, когда

внушение осуществляется невербально, на основе сочетания сенсорного воздействия и эмоционального состояния собеседника. Например, для создании так называемого суггестивного якоря в презентации нового продукта часто используются образы, вызывающие позитивные ощущения у зрителей, которые сочетают с образом или символом товара или компании. При этом субъект воздействия (тот, кто осуществляет суггестию) называется суггестор, а объект воздействия (тот, на кого направлено действие суггестии) – внушаемый.

Стоит отметить, что история использования внушения насчитывает тысячелетия. Еще жрецы Древней Месопотамии практиковали гипнотические практики, которые использовались в религиозных обрядах. В наше время применение суггестии можно заметить также в СМИ, рекламе, моде, торговле, политике. В лечебных целях гипноз широко применяется в психотерапии для коррекции психического состояния пациентов, и даже при проведении операция для обезболивания в случае, если пациента нельзя обезболить медицинскими препаратами по какой-то причине. В экспериментальной и популярной психологии суггестия используется как способ целенаправленного изменения эмоционального состояния, для усиления мотивации, для создания позитивных установок личности и замены негативных.

Суггестия предполагает использование различных вербальных и невербальных средств. К последним относятся особая интонация, мимика, жесты, поза и т.д.

Если классифицировать сценарии действия при речевом суггестивном воздействии, то можно выделить два варианта: суггестивная стратегия и суггестивная тактика.

Суггестивная стратегия – это многовариантный сценарий речевого воздействия, цель которого внушить реализацию определенных установок, в которых заинтересован суггестор.

Суггестивная тактика – это конкретные действия и шаги, выраженные в вербальных и невебальных средствах, и необходимые для осуществления суггестивной стратегии.

Суггестивные тактики предполагают создание определенного эмоционального фона в сознании внушаемого. В результате этого процесса подсознание воспринимает последующие установки без критического оценивания.

Д.Н. Узнадзе определяет установку как внутренний поведенческий паттерн, возникающий под влиянием конкретной потребности и под воздействием окружающей среды. Организм мобилизует все необходимые ресурсы для выполнения установки (Узнадзе, 2014).

Такое описание установки схоже с описанием И.П. Павлова, согласно исследованиям которого в коре головного мозга могут возникать очаги возбуждения. За счет того, что в них концентрируется возбуждение нейронов, осуществляется внушение. По сути, суггестия в этом контексте представляет собой процесс установления нейронной связи, формирование условного рефлекса. В каких-то случаях этот рефлекс быстро затухает, в других - может активироваться каждый раз при появлении нужного раздражителя (Павлов, 2007). К тому же, сформируется и зафиксируется ли установка во время суггестивного воздействия, во многом зависит от внутреннего состояния организма (Эриксон, 2013).

В настоящее время природу суггестивного воздействия связывают с работой так называемых "зеркальных нейронов" (которые, возможно, также связаны с возможность понимать и изучать языки). Эти клетки функционируют как нейронный механизм эмпатии, посредством чего люди понимают друг друга, наблюдая за чужим поведением и сопоставляя с собой (Siegel, 2006). Неоценимый вклад в развитие идеи зеркальных нейронов внесли два наших соотечественника – И.П. Павлов и К.И. Платонов. К слову, последний рассматривал слово как физиологический и терапевтический фактор, что представляет определенный интерес в рамках изучения языковых особенностей суггестии.

Существует и так называемая концепция зон раппорта, согласно которой во время гипноза активируются особые участки мозга - «зоны раппорта». По сути, этот процесс заключается в том, что при получении незнакомых психосоциальных сигналов человеческий мозг начинает дополнительный синтез белка, что тесно взаимосвязано с активацией цикла экспрессии генов и такой характеристикой мозга, как пластичность (Hilgard, 1977; Rossi, 2002-2005).

В литературе под авторством М.Эриксона и его постоянных соавторов Шейлы Росси и Эрнста Росси (поскольку сам Эриксон

публиковал только ряд статей, а основные его идеи были изложены после его смерти благодаря его ученикам) часто встречается упоминание таких явлений, как автоматизмы сознания, диссоциация и бессознательное (впрочем последнее в психологии хорошо известно еще благодаря вкладу сторонников психоанализа). Если анализировать эти идеи с точки зрения достижений современной психофизиологии, то можно заметить схожесть вышеупомянутых феноменов с работой зеркальной нейронной системы при осуществлении процессов эмпатии (поставить себя на место другого и сделать это не задумываясь, на автоматизме, - присутствует и диссоциация, и автоматизм, и бессознательное).

Так, согласно Э.Росси и К.Росси, если М.Эриксон встречал пациента, который с трудом поддавался суггестии (гипнозу), он мог вовлекать в процесс других пациентов, которые, напротив, были легко внушаемы. Первый пациент наблюдал за трансом со стороны, и в результате сам погружался в нужное состояние.

По сути, для облегчения гипнотической индукции пациентов с высоким уровнем сопротивления Эриксон задействовал их зеркальные нейронные системы. Такие методы Эриксоновского гипноза как левитация руки и передача сигналов бессознательного с помощью пальцев также можно соотнести с автоматической, прямой активацией намерения посредством двигательной системы организма. Какого-либо явного вмешательства сознания здесь не происходит. Таким образом, можно говорить о том, что при суггестии задействуются идеомоторная, идеосенсорная и идеодинамическая системы головного мозга (Cheek, 1994).

Говоря об этом, нельзя не упомянуть рекламу, так как в ней наиболее широко применяются суггестивные тактики (Romanova & Smirnova, 2019). Существует большое количество исследований на тему подсознательных сообщений в рекламе и влияние этих сообщений на сознание покупателя. Так, было проведено обширное исследование (Hussin & Bassam, 2013), в котором ученые выявили множество примеров использования подсознательного контента на примере рекламы известных брендов.

В области делового общения суггестия применяется повсеместно, начиная от процесса установления первого делового

контакта, когда суггестия может быть использована для формирования благоприятного первого впечатления и создания предпосылок для дальнейшего воздействия, и заканчивая этапом завершения переговоров.

Деловые переговоры в контексте экономического дискурса: структура, стили, общие механизмы воздействия

Переговоры представляют собой коммуникативный процесс, в который вовлечены две и более сторон, и целью которого является достижение соглашения, подкрепляемого договором. При этом все стороны переговоров имеют равные возможности влиять на процесс принятия решения и преследуют свои цели.

Как и всякий процесс, переговоры имеют свою структуру, на основе которой в них можно выделить несколько этапов. Разные авторы предлагают свои модели хода переговоров. Мы бы хотели рассмотреть несколько из них, заложившие основу для многих последующих представлений в этой области.

Первая модель носит название процессуальной и принадлежит авторству Филиппа Гулливера (Gulliver, 1979), который провел сравнительный анализ переговоров в Америке и в африканских племенах с целью выявить отличия. Тем не менее, в результате долгих наблюдений автор пришел к выводу, что, независимо от локализации, любой процесс переговоров имеет примерно одну и ту же структуру и в нем можно выделить три основных этапа, куда входит еще несколько подэтапов:

Вводная фаза:

- Поиск арены. На этом этапе участники переговоров приходят к выводу о существовании проблемы и договариваются о встрече, призванной помочь найти решение. При этом одна из сторон может не стремиться к переговорам, так как ее полностью устраивает сложившееся положение дел. Ведение переговоров на своей территории может выступать преимуществом для одной из сторон, поэтому часто участники процесса выбирают местом встречи нейтральную территорию.

- Формирование повестки дня и определение проблемы. На этом этапе определяются вопросы для обсуждения. Нередко случается так, что первоначальный список вопросов сильно видоизменяется в дальнейшем ходе переговоров, или список настолько расширяется, что в результате сложно вести разговор о чем-то конкретном.

Фаза решения проблем:

- Обозначение списка вопросов для обсуждения. Эта стадия часто сопровождается высоким психоэмоциональным напряжением участников переговоров, так как стороны встречаются лицом и лицу. При этом участники испытывают серьезный стресс, уровень ситуативной тревожности также довольно высокий, из-за чего у одной или нескольких сторон может возникать бессознательная враждебность по отношению к конкуренту. В этот момент особое влияние может оказывать риторика участников, призванная морально воздействовать на оппонента и заставить его пойти на уступки раньше времени.

- Сужение списка вопросов для обсуждения. Здесь уровень враждебности, как правило, снижается и стороны переходят к менее эмоциональному обсуждению своих позиций. Вопросы, выдвинутые для обсуждения, детализируются, выносятся первые предложения, который отвечают интересам всех сторон.

Ф. Гулливер также приводит классификацию стратегий, используемых участниками на этом этапе:

1. Последовательное рассмотрение. Эта стратегия помогает сделать процесс более упорядоченным, но одновременно может сопровождаться риском получения одной из сторон преимущества в виде исключения из списка каких-то рассматриваемых вопросов, невыгодных для нее.

2. Ранжирование вопросов по степени значимости. Таким образом, сначала рассматриваются пункты, признанные участниками наиболее важными, а уже затем те, которые имеют меньшее значение. Но так как процесс переговоров подразумевает активную динамику, степень значимости тех или иных вопросов так же может меняться по ходу переговорного процесса.

3. Сведение всех пунктов обсуждения к одному объективному критерию. При выборе этой стратегии определяется какая-то одна цель (например, получить наибольшую прибыль в течение одного года), и все вопросы, не отвечающие этой цели, из обсуждения исключаются. Стоит отметить, что выбор цели должен быть обоюдным.

4. Переход от простого к сложному. Сначала решаются те вопросы, которые по общему суждению вызывают наименьшее количество разногласий, а в последнюю очередь - самые сложные.

Таким образом достигается большая ясность к концу переговорного процесса относительно ожиданий и интересов сторон в проблеме поиска решения в сложных вопросах.

5. Торг. Одна сторона соглашается пойти на уступки в решении какого-то вопроса при условии того, что другая сторона идет навстречу относительно другого пункта. При этом стратегия не гарантирует того, что другой участник переговоров также решится на уступку, поэтому в ее использовании необходимо предварительно оценить, в каких пунктах обсуждения оппонент готов изменить свою позицию.

Но вернемся к рассмотрению этапов переговорного процесса, следующий из которых включает включает в себя этапы:

- Подготовка к финальному торгу. На этом этапе участники переговоров разрешают остающиеся разногласия, изучают возможности достижения компромисса и делают попытки сформулировать конкретное решение. Если предлагаемое решение устраивает другую сторону, переговоры переходят к финальному этапу.

Фаза завершения:

- Финальные торги. Оговариваются окончательные условия заключаемого соглашения, стороны охотно идут на уступки.

- Ритуализация и исполнение. Переговорный процесс завершается ритуальным подтверждением (например, рукопожатием и деловым ужином, чтобы отпраздновать сделку) и реализацией соглашения.

Гулливер подчеркивает, что предложенная трехфазная модель необязательно исполняется в таком порядке. В процессе переговоров нередко можно встретить отклонение от темы и ступор на моменте перехода от одного этапа к следующему, из-за чего весь процесс может откатиться к начальной стадии.

Модель Гулливера была во многом основана на работе Энн Дуглас (Douglas, 1962), которая предложила свою модель переговоров, состоящую из трех стадий:

1. Формирование области переговоров. На этом этапе стороны процесса заявляют о своей позиции в будущих переговорах. Возможно возникновение личных противоречий, что затрудняет переговоры и делает их деструктивными.

2. Прощупывание переговорного диапазона. На этом этапе оппоненты исследуют, какие вопросы вызывают наименьшее сопротивление у другой стороны и относительно каких пунктов с наибольшей вероятностью может быть достигнуто соглашение.

3. Эскалация принятия решения. В ходе этой стадии стороны пытаются найти решение и заключить соглашение с возможностью добиться еще более выгодных условий.

Колин Роуз (Rose, 1987) впоследствии модифицировал идею Дуглас и предложил шестиступенчатую модель переговоров. Для ее создания он использовал свою концепцию желаний. На ее основании Роуз представил структуру переговоров с точки зрения желаний участников и поиска возможности обмена желаемым:

1. Подготовка. Каждая из сторон спрашивает себя, чего она хочет от переговоров добиться.

2. Обсуждение. Фокус внимания смещается на интересы оппонента.

3. Предложение. Определяется, какие из этих желаний могут быть предметов торга.

4. Торг. Определяется, какие желания будут предметом торга.

5. Соглашение.

6. Реализация.

Стоит отметить, что среди когнитивных и коммуникативных особенностей переговоров важную роль играет не только умение логически и стратегически мыслить, но и эмоциональная компетенция переговорщика.

Марк МакКормак (MacCormack, 1997), рассматривая проблему создания хороших межличностных отношений в бизнесе, предлагает использовать понятие так называемых эмоциональных сигналов. Это отражения эмоциональных реакций, своеобразные эмоциональные послания, как сознательные, так и бессознательные, адресованные другому человеку. Особое значение в области эмоциональных сигналов играет язык тела – мимика, жесты, проксемика и др. Переговорщики, которые владеют знаниями о языке тела, стараются избегать негативных сигналов и концентрироваться на тех, которые вызывают у собеседника расположение. Таким образом, производится воздействие через экстралингвистические механизмы коммуникации.

Также на процесс ведения переговоров может оказывать влияние коммуникационный стиль переговорщика. Так, Рубин и Браун (Rubin & Brown, 1975) выделяют четыре основных стиля, которые, по их мнению, чаще всего встречаются в процессе делового общения во время переговоров:

1. Конкурирующий. Используя этот стиль общения, переговорщик делает упор на воздействие с помощью силы, а не сотрудничества с другой стороной. Это довольно агрессивный стиль, которому свойственно стремление доминировать и использовать любые средства ради достижения цели. При этом переговорщик с агрессивным стилем может активно выдвигать ультиматумы, использовать манипулятивные приемы с тем, чтобы запугать и подавить собеседника, и редко идти на уступки.

2. Избегающий. Переговорщик, демонстрирующий этот стиль переговоров, концентрируется на процедуальной части и оттягивает принятие решения, при этом избегают вступления в открытый конфликт.

3. Адаптирующийся. Переговорщик сфокусирован на установлении дружественной атмосферы, проявляет гибкость в обсуждении предложений и принятии решений.

4. Сотрудничающий. Переговорщики, используя этот стиль коммуникации, проявляют высокий уровень рациональности, склонность к сотрудничеству и работе в команде. Стремятся искать решение сообща, время поиска при этом играет второстепенное значение.

Среди основополагающих факторов переговоров нельзя не упомянуть понятия желания и интереса. В основе желания, согласно модели Роуза, лежит интерес, который оказывает на желание существенное влияние.

Но что автор подразумевает под интересом? Интересы – это причины, по которым человек чего-то желает. Подавленные эмоции и другие явления бессознательного, страхи, ожидания, психологические потребности. На наш взгляд, все перечисленное в контексте побудительного стимула для возникновения желания, можно объединить одним словом - мотивация. Поэтому все, что согласуется с этой мотивацией, воспринимается как желанное, а все, что противоречит ей – как то, чего следует избегать.

Как отмечает Роуз, предназначение желаний - обеспечить соблюдение интересов, при этом один интерес (или одна мотивация) может становиться источником возникновения нескольких желаний. И напротив, из одного интереса может появляться несколько смежных желаний (например, потребность в признании может достигаться одновременно через повышение и через установление хороших отношений в коллективе).

Таким образом, еще в самом начале переговорного процесса (на стадии подготовки) у каждого из участников формируется целая мотивационная система, состоящая из нескольких уровней желаний и несколько уровней интересов, которые или совпадают с желаниями и интересами другой стороны, или противоречат ей.

С этой концепцией тесно перекликается идея так называемого позиционного торга в переговорах. Уолтон и Маккерси (Walton & McKersie, 1965) изучили проблему решения вопроса о повышении заработной платы во время трудовых переговоров и выявили, что участники чаще всего склонны занимать не одну, а сразу несколько позиций в ходе переговорных торгов. Такой позиционный диапазон является, по сути, разноуровневой системой интересов, описанной Роузом. Когда переговорщик осознает, что выбранная линия не работает, и оппонент не желает идти на уступки в отношении ее, он может изменить сформированное предложение на альтернативное, или запасное.

Другим важным коммуникативным фактором в переговорах является сила, которая является центральным понятием моделей С.Бакары и Е.Лоулера (Bacharach & Lawler, 1984) и затрагивается в концепциях Аткинсона (Atkinson, 1990) и Левинсона (Levinson, 1966). Последний определяет силу как способность оказать на другого человека такое влияние, чтобы он совершил что-то ему несвойственное или чтобы он не совершил что-то, что сделал бы в другой ситуации.

Р.Д. Льюис (Lewis, 1996), однако, дополняет это определение, включая в него способность оказывать противодействие силе оппонента или ограничить ее воздействие. Мы находим эту модель весьма близкой понятиям силы действия и противодействия в механике и считаем такое дополнение закономерным и значимым.

В вопросе рассмотрения понятия силы следует учитывать и то, что природа воздействия силы, которой обладают стороны

переговоров, такова, что затрагивается не только непосредственно поведение того, на кого сила направлена, но и его установки, интересы, желания, ожидания, страхи. В свою очередь, когда происходит изменение мотивации, корректируется и поведение, потому что, как уже было сказано, именно желания лежат в основе действий в переговорном процессе. Таким образом, влияние силы не ограничивается только поверхностными колебаниями, а включает в себя изменения в глубинных структурах человеческого поведения.

Эти изменения далеко не всегда могут быть осознаны, тем более в активном коммуникативном процессе, когда внимание смещено на оппонентов, а не сосредоточено на рефлексии. Поэтому можно вести речь о во многом бессознательном восприятии силы в процессе переговоров. Конечно же, сила проявляется не только на переговорах, но и в любом аспекте делового общения. Например, работник становится свидетелем нарушения этического кодекса компании, к тому же нарушителем является его конкурент на должность руководителя отдела. У работника появляется желание сообщить об этом руководству, при этом им руководит два мотива – обеспечить выполнение этических нормативов (предположим, что этот сотрудник обладает развитым чувством справедливости) и повысить свои шансы на карьерный рост. Однако он обдумывает варианты дальнейшего развития ситуации и приходит к выводу, что его собственная репутация в коллективе в итоге пострадает и его отношения с коллегами будут нарушены. Как результат, сотрудник вынужденно выбирает стратегию избегания и принимает решение промолчать об инциденте. В данном случае со стороны коллектива не оказывается явного воздействия (все происходит только в размышлениях сотрудника о перспективах), при этом скрытая сила коллектива заставляет сотрудника принять не отвечающее его интересам решение.

Подобное воздействие происходит и во время переговоров. Участники процесса используют доступные им речевые стратегии и тактики с целью ослабить силу оппонента и усилить свою собственную.

Как мы упомянули немного ранее, понятие силы является основополагающим в концепции Сэмюэля Бакары и Эдварда Лоулера, которые связали это явление с такими понятиями, как

зависимость и заинтересованность. При этом зависимость является степенью выраженности заинтересованности в самих переговорных отношениях участников переговоров. Зависимость не является константной величиной. В зависимости от разных условий и разных обстоятельств она меняется, как и переменная в математической функции (что, на наш взгляд, является довольно подходящей метафорой для объяснения сути понятия зависимости в переговорах).

С.Бакара и Е.Лоулер при описании зависимости выделяют два основных ее параметра, которые оказывают объективное и субъективное воздействие на ее выраженность: может ли участник переговоров получить желаемый результат посредством других источников и насколько выражена, собственно, его заинтересованность в этом результате.

А вот Дж. Аткинсон высказывает другое мнение относительно факторов, влияющих на выраженность воздействия силы в процессе переговоров. По его мнению, главную роль играют не столько личность переговорщика и вышеописанные параметры зависимости, а предложение, которое одна сторона выдвигает другой. Именно через его призму, считает Аткинсон, формируется линия поведения второго переговорщика, так как он склонен принимать или отвергать решение на основе выбора наименее рискованной в конкретной ситуации стратегии.

Большой интерес представляет формула силы, составленная Левинсоном. Ее можно выразить следующим образом:

Сила стороны А = Издержки и потери стороны Б в случае отказа от предложения/Издержки и потери стороны Б в случае принятия предложения. Как видно, это согласуется с мнением Аткинсона о выборе наименее рискованной линии поведения.

Таким образом, можно говорить о том, что все используемые в процессе переговоров речевые тактики и стратегии могут оказывать суггестивное воздействие только при условии того, что сформированы определенные условия, затрагивающие как когнитивную, так и эмоционально-мотивационную сферы оппонентов.

Проблема выбора речевых суггестивных тактик в зависимости от этапа переговорного процесса и используемого коммуникативного стиля

Мы тщательно изучили скрипты четырех деловых переговоров и определили основные виды речевых суггестивных тактик, которые используют участники переговоров. Также после проведенного анализа мы выявили для каждой такой тактики, на каком этапе переговорного процесса она, как правило, используется. В качестве базовой модели структуры переговоров мы использовали описанную ранее модель Дж. Гулливера.

Всего мы определили 8 видов речевых тактик суггестии, которые применялись участниками переговоров:

1. Информационная избыточность. Эта тактика представляет собой намеренную перегрузку собственной речи дополнительной и не несущей особой смысловой нагрузки информацией. Переговорщик, использующий данную тактику, составляет предложения с большим количеством дополнений, причастных и деепричастных оборотов, с обильным перечислением каких-либо деталей или эпитетов. Так как человеческое восприятие способно пропускать через себя ограниченное количество элементов, то такая тактика создает эффект когнитивной ошеломленности, и в результате снижает уровень критической оценки поступающей информации. Рассмотрим конкретный пример:

«Сегодня с утра у нас уже было обсуждение, которое затронуло несколько важных, обстоятельных, требующих срочного вмешательства тем, которые, что нужно отметить здесь в особенности, так как не было достигнуто соглашения ранее относительно предмета нашего разговора, следует оговорить в самом скором времени с тем, чтобы более конкретно, детально, подробно подойти к поиску решения».

Как можно убедиться, всего одно предложение состоит из нескольких придаточных, содержит в себе близкие по значению эпитеты, которые утяжеляют речь и делают ее сложно доступной для понимания.

Чаще всего такая тактика используется на этапе финальных торгов и этапе подготовки к ним. Некоторые участники переговоров, скрипты которых мы изучили, также применяли этот прием во время обсуждения списка вопросов, предназначенных для разрешения. Однако результатом стало лишь затруднение хода переговоров и обострение эмоционального состояния оппонентов,

поэтому участники в скором времени переключились на другие, более успешные, тактики.

2. Активация доминирующего канала восприятия. Есть люди, которые легче воспринимают информацию на слух, есть те, кому больше подходит наглядный, визуальный материал, а есть и такие, кто лучше всего усваивает новое через ощущения. Использование слов с отсылкой к определенной сенсорной системе помогает усилить восприятие человека, а иногда и его расположение к собеседнику. Например, для визуала может использоваться фраза: "Как вы видите, здесь...", для аудиала - "Как вы только что услышали...", а для кинестета - "У вас тоже возникает ощущение, что..." и т. д.

В исследованных нами скриптах переговоров мы заметили, что было несколько участников, которые в течение приветствия и этикетных фраз смогли определить сенсорный канал собеседников и перестроили собственную речь в соответствии с ним. Таким образом, эта тактика начинает активно использоваться уже на начальных этапах переговоров. В ходе обсуждения вопросов для рассмотрения те же участники иногда переставали контролировать свою речь относительно задействуемого канала восприятия собеседника, но, когда переговоры переходили к этапу подготовки к финальному торгу, снова возвращались к этой тактике.

3. Отсылка к псевдопропущенному действию. Например, фраза "теперь вы можете расслабиться еще больше", хотя до этого речи о расслаблении вообще не шло. Высказывание предполагает, что процесс расслабления уже происходит.

В изученном материале переговоров мы обнаружили следующие подобные отсылки:

«Наконец, можно еще больше убедиться в том, что это решение отвечает вашим интересам в той же мере, что и нашей компании».

Эта тактика использовалась участниками переговоров преимущественно на этапе торгов и уже после принятия решения, в качестве своеобразной ратификации.

4. Скрытые указания. Определенные слова в речи суггестора могут выделяться интонационно, паузами, темпом и тембром, и таким образом служить сигналом к реагированию для

внушаемого. может быть использована особенность бессознательного не воспринимать частицу "не".

Например:

"Вы можете не согласиться с этой идеей…"

Частица отрицания в этой конструкции сознанием не усваивается, поэтому подсознание внушаемого воспринимает ее как: "Вы можете согласиться".

Мы не имели возможности определить, в каких случаях эта тактика использовалась сознательно, а в каких — произвольно. Тем не менее, ее применение можно было отметить в ходе всего переговорного процесса, на каждом их его этапов.

5. Обобщенный референтный индекс (Generalized Referential Index). Эта речевая тактика представляет собой отсылку к абстрактному лицу для проведения внушения. Другим предметам или людям приписывается желательная реакция, которую внушаемый автоматически переносит на себя.

Например:"Любой бы подумал, что...", "В этой ситуации человек может ощутить..." и т.д.

Данная речевая тактика использовалась переговорщиками в основном на этапах обозначения списка вопросов и их сужения, однако в одном из скриптов участники переговоров активно применяли ее также на этапе финального торга.

6. Трюизмы. Переговорщики чаще всего реализовывали эту тактику в виде риторических вопросов или очевидных утверждений, вызывающих желание согласиться.

Например:

«Нас здесь только восемь человек».

Или:

«Сегодня безветренная погода, не так ли?»

Трюизмы используются преимущественно на начальном этапе переговоров, когда происходит приветственная часть и начало обсуждения повестки дня. Смысл использования этой речевой тактики в том, что она снижает критический барьер собеседника и настраивает его на большую предрасположенность к сотрудничеству по отношению к оппоненту. Это происходит за счет того, что в случае получения положительного ответа несколько раз подряд, суггестор может вызвать во внушаемом чувство согласия и по другим, более неоднозначным вопросам.

7. Создание псевдологичности текста. Имплицитный и эксплицитный каузативы. Пресуппозиция.

Имплицитный каузатив (Implied Causative) представляет собой использование сочинительных предложений, как правило, указывающих на определенный промежуток времени.

«Пока мы продолжаем обсуждать наши позиции по данному вопросу, вы можете фиксировать для себя, с чем вы согласны».

В данном примере переговорщик связал процесс обсуждения с процессом поиска точек соприкосновения. Также он использовал пресуппозицию, подразумевая, что его оппонент согласится с чем-то из сказанного, хотя прямого указания делать это от него не поступает.

Эксплицитный каузатив (Cause-Effect) использовался переговорщиками для того, чтобы создать несуществующие причинно-следственные связи. Например:

«Как только закончится перерыв, уверен, это поможет настроиться вам на поиск согласия».

В этом случае переговорщик создал псевдологичную связь между завершением перерыва и предрасположенностью оппонента к кооперативному настрою.

Речевая тактика формирования псевдологичности была чаще всего использована участниками переговоров на этапе подготовки к финальным торгам.

8. Формирование установки на продолжение. Тактика использовалась преимущественно на этапе ритуализации (пожатия руки и заключительных слов) и выглядела следующим образом:

"Надеемся, что наше взаимодействие и сотрудничество также как и у нас оставили у вас приятные впечатления, которые можно будет вспомнить с удовольствием".

Эта речевая тактика относится к завершающим и позволяет сформировать ориентацию на дальнейшую коммуникацию. В этом высказывании есть и установка на то, чтобы впечатления были приятными, и то, что другая сторона будет думать о говорящем с какой-то периодичностью.

Выводы

Мы определили, что исследование бизнес дискурса тесно взаимосвязано с изучением конкретных языковых механизмов, одним из которых является суггестивное речевое воздействие. В

сфере делового общения суггестия активно используется в процессе бизнес-переговоров, так как позволяет оказывать непосредственное влияние на принятие переговорщиками окончательного решения, что в свою очередь предполагает утверждение обязательств сторон переговоров друг перед другом.

Также мы рассмотрели определение суггестии как целенаправленного, неаргументированного воздействия на человека или группу людей с целью изменить их состояние или отношение к чему-либо и создать предрасположенность к определенным действиям. Нами дана классификация суггестивного воздействия, определения суггестивной стратегии и тактики. Выявлено, что суггестивные тактики предполагают создание в сознании внушаемого лица определенного эмоционального фона, в результате чего подсознание без критической оценки воспринимает последующие установки. Подсознание человека принимает только те установки и содержание внушения, которые резонируют с предыдущими установками личности.

Определено, что знание суггестивных тактик и стратегий позволяет эффективно избегать манипулятивного воздействия со стороны оппонента и выстраивать собственную линию поведения.

Мы рассмотрели переговоры как коммуникативный процесс с участием двух и более сторон, целью которого является достижение соглашения, предусмотренного договором. При этом все стороны переговоров имеют равные возможности влиять на процесс принятия решений и преследовать собственные цели.

Нами были изучены несколько классификаций переговорной структуры, среди которых модели Гулливера, Энн Дуглас и Колин Роуз. Также мы проанализировали когнитивные и эмоционально-волевые особенности переговорного процесса. Эмоциональное состояние переговорщиков, их установки и убеждения, эмоциональные сигналы – все это влияет на ход переговоров. Не менее важная роль отводится стилям общения участников.

Показано, что у каждого из участников есть целая мотивационная система, состоящая из нескольких уровней желаний и нескольких уровней интересов, которые либо согласуются с желаниями и интересами другой стороны, либо противоречат им. Это, в свою очередь, влияет на процесс переговоров.

Еще одним центральным понятием в определении феномена переговоров является сила, которую можно определить как влияние на другого человека с тем, чтобы он сделал что-то необычное для него или чтобы он не сделал того, что сделал бы в другой ситуации, а также способность сопротивляться чужая власть.

В результате анализа четырех скриптов деловых переговоров мы определили восемь основных речевых тактик суггестии, которые используются участниками переговоров в ходе переговорного процесса. Нами изучено, как соотносятся предложенные тактики и этапы переговоров согласно модели Дж. Гулливера. Выявлено, что начальным стадиям переговоров больше свойственно использование таких речевых тактик, как трюизмы и активация доминирующего канала восприятия. На стадиях обсуждения вопросов для рассмотрения участники чаще используют тактику обобщенного референтного индекса. При переходе к подготовке к финальным торгами и на этапе финальных торгов переговорщики больше склонны прибегать к тактикам информационной избыточности, а также формирования псевдологичности, что включает в себя использование пресуппозиции, эксплицитного и имплицитного каузативов. Отсылка к псевдопропущенному действию применяется на заключительных стадиях переговоров, так же, как и тактика формирования установки на продолжение. Тактика скрытого указания применяется в равной мере на всех этапах переговорного процесса.

Литература

1. Асадов А.Н., Покровская Н.Н., Косалимова О.А. Культура делового общения. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.
2. Малюга Е.Н. Новые тенденции англоязычного научного дискурса: вопросы актуальности исследования и языковой идентичности // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2019. № 58. С.52-70. DOI: 10.17223/19986645/58/4
3. Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. – СПб.: Речь, 2002.
4. Павлов И.П. Физиология. Избраные труды. – Москва.: Юрайт, 2017.
5. Томалин Б., Малюга Е. Н. Деловой язык в век глобализации // Вопросы прикладной лингвистики. – 2016. – № 24. – Pp.7-18.

6. Узнадзе Д.Н. Философия. Психология. Педагогика. Наука о психической жизни. – Спб.: Смысл, 2014.
7. Эриксон М. Мой голос останется с вами. – М.: Институт общегуманитарных исследований, 2013.
8. Aronson L. Medical Linguistics // Journal of General Internal Medicine. – №22(12). – 2007. – P. 1781.
9. Atkinson G. Negotiate the Best Deal: Techniques that really work. – London: University of Directors, 1990.
10. Bacharach, S.B., Lawler E.J. Bargaining: Power, Tactics and Outcomes. – SF.: Josey Bass, 1984.
11. Bandler D. Neuro-linguistic programming: The complete guide to behavioral psychology and social influence using NLP, covert persuasion, mind control and ethical manipulation. – London: Independently Published, 2019.
12. Böttger H., Költzsch D. Walk'n'Talk: Effects of a communicative strategy // Training, Language and Culture. – 2021. – N5(4). – Pp. 9-21. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-9-21
13. Buchheit C, Schamber, E. Transformational NLP: A new psychology. – Ashland: White Cloud Press, 2017.
14. Cheek D. Hypnosis: The application of ideomotor techniques. – Boston: Allyn & Bacon, 1994.
15. Douglas A. Industrial Peacemaking. – NY.: Columbia University Press, 1962.
16. Erickson M. H. Mind-body communication in hypnosis. – Vol. 3. – New York, 2009.
17. Ells K. Power, Influence, Authority, Friendship - An Extension and Application of Political Linguistics // Annual meeting of the International Communication Association. – New Orleans, 2004.
18. Gee J.P. An introduction to discourse analysis theory and method. – UK: Routledge, 2011.
19. Grinder J., Pucelik F. The origins of neuro linguistic programming. – Bancyfelin: Crown House Publishing, 2012.
20. Gulliver P.H. Disputes and negotiations. A cross-cultural perspective. – NY.: Academic Press, 1979.
21. Hand K. Magic words and language patterns: the hypnotist's essential guide to crafting irresistible suggestions. – Illinois: ReMind, 2017.
22. Hilgard E. R. The problem of divided consciousness: A neodissociation interpretation. In W. E. Edmonston, Conceptual and

investigative approaches to hypnosis and hypnotic phenomena. – Annals of the New York Academy of Sciences, 1997. – Pp. 48-59.
23. Hussin H., Bassam H. Subliminal marketing: an exploratory research in Lebanon // Journal of Business & Management. – 2013.
24. Kindell G., Lewis M. Assessing ethnolinguistic vitality: theory and practice // International Language Assessment Conference. – Dallas, 2000.
25. Korableva E.A., Alyoshina O.I. Expressive syntactic means in English advertisements for the target groups of different ages // Professional Discourse & Communication. – 2019. – N1(2). – Pp. 37-49. https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-2-37-49
26. Kruzel J. Official Responds to Congressional Findings on Military Linguistics. – American Forces Press Service News, 2008.
27. Levinson H.M. Determing Forces in Collective Wage Bargaining. – NY.: Jogn Wiley, 1966.
28. Lewis R.D. When cultures collide: Managing Successfully across cultures. – London: Nicholas Brealey, 1996.
29. McCormack M.H. On negotiating. – Newstar Pr., 1997.
30. Mattia H. Comparative Legal Linguistics. – Ashgate Publishing, 2006.
31. Miller G. A., Johnson-Laird P. N. Language and perception. – Cambridge: Cambridge University Press, 2014.
32. Rose C. Negotiate and win. – Melbourne: Lothian P., 1987.
33. Rossi, E. The psychobiology of gene expression: neuroscience and neurogenesis in therapeutic hypnosis and the healing arts. – New York: W. W. Norton Professional Books, 2002.
34. Rossi, E. Prospects for exploring the molecular-genomic foundations oftherapeutic hypnosis with DNA microarrays // American Journal of ClinicalHypnosis. – N48(2-3). – 2005. – Pp. 165-182.
35. Rubin J.Z., Brown B.R. The social psychology of bargaining and negotiating. – London: Academic Press, 1975.
36. Siegel D.J. An Interpersonal Neurobiology Approach to Psychotherapy: Awareness, Mirror Neurons, and Neural Plasticity in the Development of Well-Being. – Psychiatric Annals, 2006.
37. Soccerlingua. – European Sports Linguistics Academy, 2005.
38. Pluwak A. Towards application of speech act theory to opinion mining // Cognitive Studies. – 2016. – N16. – Pp. 33-36.

39. Romanova I. D., Smirnova, I. V. Persuasive techniques in advertising. Training, Language and Culture. – 2019. – N3(2). – Pp. 55-70. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.4
40. Walton R.E., McKersie R.B. A Behavioral Theory of Labor Negotiation. – NY.; McGrow Hill, 1965.

References

Aronson, L. (2007). Medical Linguistics. *Journal of General Internal Medicine*, 22(12), 1781.

Asadov, A.N., Pokrovskaja, N.N. & Kosalimova, O.A. (2010). *Kul'tura delovogo obshhenija [The culture of business communication]*. SPb.: SPbGUJeF.

Atkinson, G. (1990). *Negotiate the Best Deal: Techniques that really work*. London: University of Directors.

Bacharach, S.B., & Lawler, E.J. (1984). *Bargaining: Power, Tactics and Outcomes.* SF.: Josey Bass.

Bandler, D. (2019). *Neuro-linguistic programming: The complete guide to behavioral psychology and social influence using NLP, covert* persuasion, mind control and ethical manipulation. London: Independently Published.

Böttger, H., & Költzsch, D. (2021). Walk'n'Talk: Effects of a communicative strategy. *Training, Language and Culture, 5(*4), 9-21. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-9-21

Buchheit, C., & Schamber, E. (2017). *Transformational NLP: A new psychology.* Ashland: White Cloud Press.

Cheek, D. (1994). *Hypnosis: The application of ideomotor techniques.* Boston: Allyn & Bacon.

Douglas, A. (1962). *Industrial Peacemaking.* NY.: Columbia University Press.

Ells, K. (2004). *Power, Influence, Authority, Friendship - An Extension and Application of Political Linguistics.* In: Annual meeting of the International Communication Association, New Orleans.

Erickson, M. H. (2009). *Mind-body communication in hypnosis.* Vol. 3. New York.

Erikson, M. (2013). *Moj golos ostanetsja s vami [My voice will stay with you].* M.: Institut obshhegumanitarnyh issledovanij.

Gee, J.P. (2011). *An introduction to discourse analysis theory and method.* UK: Routledge.

Grinder, J., & Pucelik, F. (2012). *The origins of neuro linguistic programming*. Bancyfelin: Crown House Publishing.
Gulliver P.H. (1979). *Disputes and negotiations.A cross-cultural perspective.* NY.: Academic Press.
Hand, K. (2017). *Magic words and language patterns: the hypnotist's essential guide to crafting irresistible suggestions.* Illinois: ReMind.
Hilgard, E. R. (1997). The problem of divided consciousness: A neodissociation interpretation. In W. E. Edmonston, *Conceptual and investigative approaches to hypnosis and hypnotic phenomena,* (pp. 48-59). Annals of the New York Academy of Sciences.
Hussin, H. & Bassam, H. (2013). *Subliminal marketing: an exploratory research in Lebanon.* Journal of Business & Management.
Kindell, G.& Lewis, M. (2000). Assessing ethnolinguistic vitality: theory and practice. In *International Language Assessment Conference Proceedings.* Dallas.
Korableva, E.A., & Alyoshina, O.I. (2019). Expressive syntactic means in English advertisements for the target groups of different ages. *Professional Discourse & Communication, 1*(2), 37-49. https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-2-37-49
Kruzel, J. (2008). *Official Responds to Congressional Findings on Military Linguistics.* American Forces Press Service News.
Levinson, H.M. (1966). *Determing Forces in Collective Wage Bargaining.* NY.: Jogn Wiley.
Lewis, R.D. (1996). *When cultures collide: Managing Successfully across cultures.* London: Nicholas Brealey.
Malyuga, E.N. (2020). Emergent Trends in English Scientific Discourse: Issues of Research Relevance and Linguistic Identity. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta Filologiya-Tomsk State University Journal of Philology,* 52-70 ,58. DOI: 10.17223/19986645/58/4
Mattia, H. (2006). *Comparative Legal Linguistics.* Ashgate Publishing.
McCormack, M.H. (1997). *On negotiating.* Newstar Pr.
Miller, G. A., & Johnson-Laird, P. N. (2014). *Language and perception.* Cambridge: Cambridge University Press.
Pavlov, I.P. (2017). *Fiziologija. Izbranye Trudy [Physiology. Selected works].* Moskva.: Jurajt.
Pluwak, A. (2016). Towards application of speech act theory to opinion mining. *Cognitive Studies*, *16*, 33-36.

Romanova, I. D., & Smirnova, I. V. (2019). Persuasive techniques in advertising. *Training, Language and Culture, 3*(2), 55-70. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.4

Rose C. (1987). *Negotiate and win.* Melbourne: Lothian P.

Rossi, E. (2002). *The psychobiology of gene expression: neuroscience and neurogenesis in therapeutic hypnosis and the healing arts.* New York: W. W. Norton Professional Books.

Rossi, E. (2005). Prospects for exploring the molecular-genomic foundations oftherapeutic hypnosis with DNA microarrays. *American Journal of ClinicalHypnosis*, *48*(2-3), 165-182.

Rubin, J.Z. & Brown, B.R. (1975). T*he social psychology of bargaining and negotiating.* London: Academic Press.

Sidorenko, E. V. (2002). *Trening vlijanija i protivostojanija vlijaniju [Training of influence and resistance to influence]*. SPb.: Rech.

Siegel, D.J. (2006). *An Interpersonal Neurobiology Approach to Psychotherapy: Awareness, Mirror Neurons, and Neural Plasticity in the Development of Well-Being.* Psychiatric Annals.

Soccerlingua. (2005). European Sports Linguistics Academy.

Tomalin, B., & Malyuga, E.N. (2016). Business language in the global age. *Issues of Applied Linguistics, 24,* 7-18.

Uznadze, D.N. (2014). *Filosofija. Psihologija. Pedagogika. Nauka o psihicheskoj zhizni [Philosophy. Psychology. Pedagogy].* Spb.: Smysl.

Walton R.E. & McKersie R.B. (1965). *A Behavioral Theory of Labor Negotiation.* NY.; McGrow Hill.