

**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 3 (47)

Москва

2022

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)
Доллерун 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.47>**

© 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 3 (47)

Moscow

2022

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.

СОДЕРЖАНИЕ

Научные статьи

<i>БОЧАРОВ Е.В.</i> Лингвопрагматическая стратегия персуазивности в выступлениях латиноамериканских политиков на 73-й сессии ГА ООН	7
<i>ГАБЕЦ А.А.</i> Экологический дискурс в речах американских политиков	40
<i>ЛЕБЕДЕВА И. С., РОМАНОВА И. Д.</i> Технологии персуазивности в выступлениях представителей британских и американских компаний	59
<i>МОНАХОВА Е.В., СОКОЛОВА Е.Е., МАЛАХИНОВА Е.А.</i> Возможности использования ассоциативного эксперимента в методике преподавания иностранных языков	81
<i>МАДИНЯН Е.И.</i> Особенности употребления национально маркированных аллюзий в британском деловом дискурсе (лингвокультурный подход)	108
<i>ТАНЧУК А.С.</i> Вебинар по обучению английскому языку как новый вид виртуального педагогического дискурса и его лингвосинергетический потенциал	128

CONTENTS

Scientific articles

<i>BOCHAROV E.V.</i> Linguopragmatic strategy of persuasiveness in the speeches of Latin American politicians at the 73rd session of the UN General Assembly	7
<i>GABETS A.A.</i> Ecological discourse in American politicians' speeches	40
<i>LEBEDEVA I. S., ROMANOVA I.D.</i> Persuasion techniques in British and American business presentations	59
<i>MONAKHOVA E.V., SOKOLOVA E.E., MALAKHINOVA E.A.</i> Perspectives of using free association test in the methodology of teaching foreign languages	81
<i>MADINYAN E.I.</i> Peculiarities of the use of nationally marked allusions in British business discourse (linguocultural approach)	108
<i>TANCHUK A.S.</i> Webinar on teaching English as a new genre of virtual pedagogical discourse and its linguosynergetic potential	128

НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

УДК 81'42 808.51

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.01>

Е.В. Бочаров

Национальный Исследовательский Университет «Высшая
Школа Экономики»

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ ПЕРСУАЗИВНОСТИ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ НА 73-Й СЕССИИ ГА ООН

В статье анализируются проблемы коммуникации, дипломатического дискурса, дискурса международных организаций (в частности, ООН). На примере анализа выступлений глав делегаций Аргентины, Уругвая и Перу было выявлено семь речевых тактик лингвопрагматической стратегии персуазивности, которые с помощью метода компонентного анализа были классифицированы на лексемы с позитивным и негативным компонентом саморепрезентации. Результаты исследования свидетельствуют о наличии определённой лингвопрагматической стратегии, в частности, стратегии персуазивности, состоящей из конкретных риторических тактик. Выявленные тактики характеризуют избранную оратором стратегию выступления. Дальнейшая разработка данной темы может сопровождаться анализом изменений лингвопрагматической стратегии лидеров конкретных стран на ГА ООН.

Ключевые слова: коммуникация, дискурс, лингвопрагматическая стратегия, персуазивность, риторические тактики, ООН

UDC 81'42 808.51

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.01>

E.V. Bocharov

National Research University "Higher School of Economics"

LINGUOPRAGMATIC STRATEGY OF PERSUASIVENESS IN THE SPEECHES OF LATIN AMERICAN POLITICIANS AT THE 73RD SESSION OF THE UN GENERAL ASSEMBLY

The article analyzes the problems of communication, diplomatic discourse, the discourse of international organizations (in particular, the UN). Using the example of the analysis of the speeches of the heads of delegations of Argentina, Uruguay and Peru, seven speech tactics of the linguopragmatic strategy of persistence were identified, which, using the method of component analysis, were classified into lexemes with a positive and negative component of self-presentation. The results of the study indicate the presence of a certain linguopragmatic strategy, in particular, a strategy of persistence, consisting of specific rhetorical tactics. The revealed tactics characterize the speaker's chosen speech strategy. Further development of this topic may be accompanied by an analysis of changes in the linguistic and pragmatic strategy of the leaders of specific countries at the UN General Assembly.

Keywords: communication, discourse, linguopragmatic strategy, persistence, rhetorical tactics, UN

Введение

Проблема коммуникации многие годы привлекает внимание учёных со всего мира. Хотя в наиболее общем виде коммуникацию можно представить как взаимодействие, связь, общение между живыми существами и передачу информации между клетками организма, например, с целью координации, синхронизации процессов, деятельность и развитие человека невозможны без коммуникации с другими представителями вида *homo sapiens*. Речевая практика людей – это инструмент освоения окружающей действительности. С помощью коммуникации мир «обговаривается»: устаревшие слова спустя время выходят из употребления и заменяются новыми понятиями, описывающими изменённый жизненный уклад.

На заре своего развития теория коммуникации подвергалась осмыслению и описанию с точки зрения психологии коммуникативной деятельности. В 1950–1960-х гг. главная роль отводилась психологам и психиатрам, изучающим коммуникативные явления в ракурсе межличностного общения и

влияния, которое оказывает каждый коммуникант в процессе взаимодействия с другими участниками. Межкультурное общение, которое возникает во время такого взаимодействия, испытывает сильное влияние со стороны психологии, которое ослабевает лишь спустя время (Крейг, 1999). Подход к коммуникации как к социальному процессу является следующим этапом становления теории коммуникации. Теперь любой участник коммуникативного акта понимается и как отправитель сообщения, и как получатель, а сама коммуникация носит трансактивный характер (Якупов, 2016). Кроме того, любой коммуникативной процесс включает в себя прошлое, затрагивает настоящее и проецируется в будущее. По мнению Г.А. Андреевой, общение состоит из трёх взаимосвязанных элементов – непосредственно коммуникации (процесса передачи информации), интеракции (прямого взаимодействия субъектов общения друг с другом) и перцепции (общения как восприятия) (Андреева, 2016). В связи с этим распространённое определение коммуникации как способа обмена информацией не следует считать полностью оправданным, поскольку необходимо помнить о том, что коммуникативный акт предполагает формирование, надстраивание, уточнение и развитие информации, а также, в некоторых случаях, оказание персуазивного воздействия на собеседника. Сегодня коммуникация как движущая сила общения, условие передачи информации, развития науки и технологий исследуется в разных ракурсах и направлениях. Выделяются следующие типы коммуникации: познавательная (передача ранее неизвестной информации), убеждающая коммуникация (изменение взглядов и убеждений адресанта), экспрессивная (вызвать нужные эмоции, побудить к необходимому действию).

Коммуникация реализуется, во-первых, с помощью различных органов или средств, таких как СМИ. Во-вторых, как средство профессионального общения внутри различных сообществ. Особый интерес представляет собой научное сообщество, в котором коммуникативные акты реализуются в рамках симпозиумов, конференций или семинаров. Представление о науке как особом социальном институте с присущими ей ценностно-нормативными регулятивами было впервые сформулировано Робертом Мертоном. Именно принцип научного коллективизма, то есть сообщения об открытиях другим учёным свободно и без предпочтений,

осуществляется в процессе научной коммуникации (Мирская, 2005). Средства научной коммуникации делятся на формальные, полуформальные и неформальные. К формальным и полуформальным средствам научной коммуникации относятся документальные источники информации: научные статьи и сборники, материалы конференций, диссертации, учебная литература, монографии. Неформальные средства научной коммуникации состоят из различных форм общения: личного общения, семинаров, лекций. Цель такого общения – передача научного знания.

Основанием научного анализа коммуникации является теория дискурса, которая становится объектом исследования множества научных работ. В последнее время в дискурсивных исследованиях наблюдается переход из сугубо дискурсивной плоскости в междисциплинарную: дискурс изучается на стыке психологии, социологии, лингвистики, философии, медицины, политологии. Наука всегда следует за любыми качественными изменениями окружающего мира. Так, например, развитие высоких технологий привело к возникновению нового направления научных исследований – дискурса об искусственном интеллекте (Подопригора, 2019). В лингвистике наиболее подробно были описаны следующие виды дискурса: массово-информационный (Олянич, 2007), политический (Чудинов, 2001; Шейгал, 2004), научный (Слышкин, 2000), педагогический (Карасик, 1999), деловой (Кузнецова, 2001) и медийный (Афанасьева, 2020).

Одной из областей межличностного и межнационального общения, несправедливо лишённой должного внимания, является дипломатическая коммуникация или дипломатический дискурс. Исходя из классического подхода к определению дискурса (Паршин, 1999; Шейгал, 2004) дипломатическая коммуникация состоит из двух агентов действия – профессиональных политиков и профессиональных дипломатов, цель которых – транслировать точку зрения своего государства партнёрам по международным отношениям. Субъекты и цель дипломатической коммуникации позволяют говорить о дипломатическом дискурсе как об особой форме коммуникативной деятельности, главное отличие которой от других видов коммуникации заключается в ее разнонаправленном характере, что обусловлено различными целями и задачами,

реализуемыми в разных контекстах – публичном и закрытом. Специфика контекста, и, соответственно, специфика адресата – широкая массовая аудитория либо равный, подготовленный и обладающий информацией партнер, – определяет социальную модель взаимодействия, а сам ход взаимодействия, возможность реализации поставленных целей, выбор речевых стратегий и особенности употребления языковых средств непосредственно зависят от степени развития языковых личностей, участвующих в общении (Терентий, 2010).

Дипломатический дискурс, во многом совпадающий с политической коммуникацией, ярко представлен работой Организации Объединённых Наций – местом, где происходит обмен мнениями политических деятелей из разных стран мира. На полях исследований дискурса международных организаций встречаются работы на следующие темы: статус русского языка в ООН (Евтушенко, 2020), жанровые особенности текстов выступлений в ООН (Матакова, 2020), параметризация дискурса выступления Г. Тумберг в ООН (Якоба, 2021), квантитативно-лингвоаксиологический анализ речей в Совете безопасности ООН (русский дипломатический дискурс) (Беляков, 2020), особенности речевого воздействия английского политического дискурса (на примере речи Бориса Джонсона, произнесённой на 74-й Генеральной Ассамблее ООН) (Хафизова, 2020).

Исследование О.В. Евтушенко ставит своей целью оценить результаты тридцатилетних усилий по сглаживанию отличий русской языковой картины мира от англо-американской при использовании русского языка в международных организациях, а также скорректировать проводимую в этом русле языковую политику. В исследовании акцентировано появление новой функциональной разновидности языка – русского языка как мирового, используемого для передачи ценностей глобального общества и выражения приверженности им. Сделан вывод о бесперспективности внесения в семантику изначально отсутствующей в ней языковой единицы в переводческих целях. Для успешного перевода, по мнению автора, необходимо актуализировать общеславянский и церковнославянский лексический запас и проводить грамотную языковую политику для

возвращения архаизмов в современный литературный русский язык.

Статья М.В. Матаковой посвящена исследованию корпуса материалов устной формальной речи в ООН, служащей способом реализации коммуникации между взаимодействующими лицами на основе согласованных ритуалов общения, с целью описания жанров, с которыми сталкивается устный переводчик ООН. Исследованием была определена общая система жанров в ООН и дана характеристика средств и способов языкового выражения. К особенностям перевода дипломатического дискурса в ООН автор относит прецизионную лексику, метафору, метонимию, гиперболу, идиоматические выражения, фразеологизмы, цитаты из поэтических произведений, ссылки на общеполитические книги, элементы разговорной речи в формате закрытых консультаций, а также ряд технических проблем, возникающих при проведении виртуальной конференцсвязи.

И.А. Якоба анализирует речь Г. Тумберг в ООН сквозь призму технологии «Умная настройка» дискурса, что позволяет уточнить лингвокогнитивные механизмы и параметры эффективной коммуникации. Продемонстрированы механизмы и параметры, способствующие конструированию аттрактивности и эффективности в дискурсе. В когнитивной модели адресанта выявлены инструменты управления дискурсом и достижения заданной цели благодаря аттрактивности дискурса, позволяющей управлять вниманием адресата: притягивать, перенаправлять или акцентировать фокус на требуемых предметах. В результате проведённой параметризации дискурса Г. Тумберг была продемонстрирована значимость параметров аттрактивности, гармонизации, паттернизации, смысло-ритмических модуляций, модализации, поликодовости и тенсивности, а также отмечены обилие метафорических конструкций, цифровых данных, экологической лексики и аббревиатур, персональной дефективности, прямых обвинений и угроз.

Выступления в ООН исследуются также с позиции лингвоаксиологии и квантитативной лингвистики. М.В. Беляков анализирует выступления Постоянных представителей Российской Федерации в Совете Безопасности ООН с целью выявить формальные и аксиологические характеристики речей и определить

прагматические экстралингвистические цели выступления. В качестве метода избран компьютерный контент-анализ. Результаты исследования позволяют говорить о степени оценочной эмотивности речей, использовании коммуникативных стратегий и тактик для достижения прагматической цели решения сложных конфликтных вопросов в рамках дипломатического дискурса. На примере анализа двух выступлений С.В. Лаврова с промежутком в 6 лет сделан вывод о необходимости разграничения устойчивых клише, относящихся к официальному стилю речи, дипломатическому дискурсу, и дипломатических клише с имплицитной оценкой, как правило, негативной. Выделены типы таких клише: выраженные адъективными и адвербиальными словосочетаниями с негативной или отрицательной коннотацией; выраженные субстантивными словосочетаниями с отрицательным значением; выраженные глагольными конструкциями – устойчивыми словосочетаниями.

Свой вклад в изучение особенностей речевого воздействия внесла А.А. Хафизова. В качестве материала исследования была выбрана речь Бориса Джонсона на 74-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН. Посредством контент-анализа, стилистического и семантического анализа были выявлены и систематизированы стилистические выразительные средства в политическом дискурсе, такие как лексические повторы, антитеза, анафора, перечисление, риторический вопрос, аллюзия, гипербола, синонимия, перифразы, метафоры, эпитеты, средства создания комического эффекта. Основная часть выступления британского политика была разделена на две части: в первой конструировался образ мрачного будущего с пейоративными оценочными составляющими, во второй – озвучивались конкретные шаги по его преодолению и содержался призыв к действию.

Итак, дипломатический дискурс складывается в результате коммуникации его участников – политических деятелей. В силу усложнения международной обстановки границы дипломатического дискурса сегодня размыты. Отчасти это можно объяснить интерференцией средств массовой информации, формирующих определённое видение реальности и мобилизующих к действию. СМИ выступают инструментом продвижения необходимой повестки и средством конкурентной борьбы,

независимым наблюдателем и судьёй. Описывая внешне- и внутривнутриполитические события дипломатический дискурс смешивается с так называемым медийным дискурсом, под которым понимается единство различных речевых практик в пространстве массовой коммуникации. К признакам медийного дискурса можно отнести высокую степень метафоричности, массовость, интегративность, поликодовость, открытость (Казак, 2012). Таким образом, сегодня дипломатический дискурс следует рассматривать с двух позиций: как истинно дипломатический дискурс, представленный дискурсом политических деятелей, и как массовый дипломатический дискурс, представленный преимущественно медиадискурсом, содержащим обзор и персонифицированные оценки или комментарии политических событий.

Дескриптивный анализ исследований, относящихся к политической коммуникации, продемонстрировал значимость личностного фактора в дипломатическом дискурсе. Под личностью мы понимаем продуцента речи, то есть компетентного политического деятеля, выступающего с определённой целью и намерением, коммуникативные, когнитивные и языковые способности которого определяют успех всей коммуникации. Среди приведённых выше работ выделяются преимущественно два подхода: личностно-ориентированный с выявлением дискурсивных особенностей оратора (Якоба, 2021; Беляков, 2020; Хафизова, 2020) и генерализированный (Евтушенко, 2020; Матакова, 2020), описывающий выступления в ООН без привязки к стилистическим, синтаксическим и когнитивным особенностям конкретного продуцента.

В настоящей статье представлен генерализированный подход к исследованию текстов ООН. Объектом анализа являются языковые средства воздействия в дипломатическом дискурсе в ООН, предметом – лингвопрагматическая стратегия персуазивности в выступлении латиноамериканских политиков на 73-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН. В качестве материала исследования использовались выступления трёх стран Латинской Америки – Аргентины, Уругвая и Перу. Цель заключается в том, чтобы выявить и описать речевые тактики в дипломатическом дискурсе ООН. Для цели исследования был использован метод лингвопрагматического и компонентного анализа.

Результаты

Дискурс ООН является институциональным дискурсом, то есть присущим определённому общественному институту. Тексты и выступления ООН интердискурсивны. Они представляют собой синтез дипломатического, политического и научного дискурса. Интердискурсивные тексты способны манифестировать свои базовые системообразующие признаки в нетипичной для себя ситуации, которая по внешним признакам относится к другому типу дискурса, а также расширять свои границы и проникать в другой дискурс (Волкова, 2011).

Не представляется возможным говорить о едином дискурсе ООН: письменные документы и устные выступления различаются по целям высказывания, направленности и способам реализации. Письменные документы готовятся в рабочих группах и имеют элементы официально-делового стиля: точность изложения, стандартизованность, отсутствие экспрессивности, использование специальной терминологии и канцеляризмов.

Такие тексты адресованы участникам Генеральной Ассамблеи ООН с целью провести обзор существующих проблем, описать их и дать экспертное заключение. Письменные документы информируют представителей стран о положении дел как в самой Организации, так и в остальном мире. В некоторых случаях может происходить обмен мнениями и согласование правок. Устные выступления, в свою очередь, можно отнести к ораторскому гиперстилю. Он отличается от традиционного публицистического тем, что сохраняет связь с разговорно-бытовым стилем (Фирстов, 2014). Подобно письменным документам тексты устных выступлений также готовятся в рабочих группах членов делегации, но их ключевое отличие заключается во вкраплении элементов разговорной речи в момент выступления: пауз, повторов, трактований, имплицитных и эксплицитных оскорблений, повышенной экспрессивности, отказа от специальной терминологии. Нередко отклоняясь от утверждённого делегацией текста выступления, ораторы прибегают к стилистическим выразительным средствам с целью оказать на свою аудиторию персуазивное воздействие. Такие выступления двунаправлены – они ориентированы не только на участников сессии ГА ООН. Адресантом выступления также становится внешняя аудитория –

СМИ, официальные представители и дипломатические сотрудники различных стран мира, население этих стран, а иногда ораторы даже обращаются к Богу или взывают к здравому смыслу.

Часто именно экспрессивность выступления ораторов, а не конкретные предложения и меры, объявленные на заседаниях Генеральной Ассамблеи ООН, привлекают внимание мировых СМИ. Представители Латинской Америки традиционно выступают с одними из самых необычных и экспрессивных речей. По мнению С.А. Зелинского, эмоции, возбуждаемые у адресантов сообщения, значительно усиливают запоминаемость, формируют доминанту в коре головного мозга, а через это и психологические установки в подсознании (Зелинский, 2014). Иллокутивный анализ исследуемых текстов позволяет говорить об экспрессивности выступлений ораторов как об инструменте фокусирования внимания слушателей на содержании с конечной целью оказать персуазивное воздействие. Кроме того, убеждению и переубеждению соответствует определённый способ мышления, предполагающий активную и творческую позицию адресата, а уговорам соответствует эвристический способ мышления, который характеризуется не столько активной позицией адресата, сколько эмоциональностью и экспрессивностью адресанта (Chaiken, 1989). Таким образом, можно сделать следующий вывод: чем экспрессивнее речевое воздействие адресанта, тем оно менее аргументативно и, соответственно, эффект влияния убеждения и переубеждения будет более длительным, нежели эффект от последней формы персуазивного речевого действия.

Непосредственно персуазивное воздействие позволяет достичь желаемой цели посредством убеждения с опорой на рациональное обоснование. Важными элементами персуазивного воздействия являются аргументативность и оценочность. Аргументативность закрепляет рациональный компонент осмысления сообщения, а фактор оценки, присутствующий в языковом сознании говорящего, позволяет наделить слово прагматическим значением в результате реализации коммуникативных намерений говорящего. Выбор коммуникативных действий языковой личностью в соответствии с ее мотивами, потребностями и желанием, а также замыслом и интенцией, имеющих цель достичь определённых результатов, называется коммуникативной стратегией. Коммуникативная

стратегия реализуется в тактике – совокупности речевых действий, таких как организационное устройство речи, подбор и использование языковых средств. Каждая тактика направлена на корректировку модели мира и психологических параметров адресата. Суть применения конкретной тактики состоит в том, чтобы изменить эти параметры в нужном для адресанта направлении: усилить желания, трансформировать образ какой-либо ситуации, изменить оценки (Иссерс, 2009).

В ходе исследования было выявлено семь речевых тактик, оказавшихся наиболее репрезентативными в исследованных текстах: обозначение проблемы-указание на способы ее решения; дискредитация противника; мы-жертва; успехи внутренней политики; роль страны в разрешении мировых кризисов; страновая ответственность; нацеленность на будущее. Данные тактики позволяют составить схему выступления, очертить круг проблем, вызываемых беспокойство у ораторов, понять приоритеты и озабоченности лидеров стран. Перспективным может считаться проведение диахронического анализа выступлений в ООН с целью изучения эволюции приоритетов внешней политики.

Таблица 1. Тактика «обозначение проблемы-указание на способы ее решения»

Аргентина	Уругвай	Перу
“Estamos construyendo consensos para un desarrollo equitativo” (консенсус ради развития)	“Y en ese sentido, hay un asunto puntual que afecta a varios países, entre ellos el nuestro, al que quiero referirme brevemente: los criterios y la metodología, que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo aplica para calificar el desarrollo de los países según su	“Somos conscientes de que la corrupción afecta la gobernabilidad democrática y el Estado de derecho. Nada se puede construir sobre la base de entidades inmersas en la corrupción. Por ello, una de las primeras decisiones de mi gobierno fue establecer la “Política General de Gobierno a

	<p>ingreso per cápita. Consecuencia de ello, Uruguay, como otros países de la región, desde el año 2013 es considerado país de renta alta y desde el presente año ha dejado de calificar para beneficiarse de la Ayuda Oficial al Desarrollo. Que se reconozcan nuestros avances es alentador, pero la nueva graduación no la compartimos por una razón fundamental: crecimiento y desarrollo están vinculados, pero no son lo mismo”</p> <p>(проблема – критерии и методология оценки развития стран, с которой мы не согласны)</p>	<p>2021”, que tiene como principales ejes la integridad y lucha contra la corrupción; y el fortalecimiento institucional para la gobernabilidad. En este marco hemos aprobado el “Plan Nacional de Integridad y Lucha contra la Corrupción 2018-2021”</p> <p>(политика государства направлена на борьбу с коррупцией)</p>
<p>“Quiero reafirmar el compromiso de mi gobierno con esta nueva fase en la relación con el Reino Unido, basada en la construcción de confianza mutua y</p>	<p>—</p>	<p>“Asimismo, daremos especial importancia a combatir la violencia y la discriminación contra las mujeres. Nuestro objetivo es superar las desigualdades estructurales que sufren las niñas y</p>

en el dialogo amplio y positivo” (взаимное доверие и диалог ради разрешения конфликта)		mujeres en el Perú, garantizar sus derechos humanos y empoderarlas para que liberen todo su potencial de desarrollo” (уделяем особое внимание борьбе с гендерным неравенством, наша цель – решить эту проблему)
“La comunidad internacional enfrenta desafíos que requiere compromisos efectivos y eficaces. Demandan soluciones alcanzadas a través del dialogo y de la construcción de consensos” (диалог и консенсус для решения проблем)	—	—

Таблица 2. Тактика «дискредитация противника»

Аргентина	Уругвай	Перу
“Por eso quiero detenerme para expresar, una vez más, nuestra preocupación por la situación de los Derechos Humanos en	—	“Perú condena la ruptura del orden constitucional en Venezuela. No reconocemos la legitimidad de las elecciones efectuadas el 20

<p>Venezuela. Dada su gravedad, la Argentina llevará a la Corte Penal Internacional la situación relativa a los crímenes de lesa humanidad de la dictadura venezolana” (преступления венесуэльской диктатуры)</p>		<p>de mayo de 2018 en ese país porque carecieron de las garantías mínimas necesarias de un proceso electoral libre, justo, transparente y democrático. Continuaremos impulsando iniciativas en el marco de la OEA, el Grupo de Lima, así como en otros foros multilaterales, para ayudar al restablecimiento de la democracia en ese hermano país” (режим в Венесуэле – неконституционный)</p>
<p>“En este sentido, y considerando que el año próximo se cumplirán 25 años del atentado a la AMIA, quiero pedir nuevamente a la República Islámica de Irán que coopere con las autoridades judiciales argentinas para avanzar en la investigación del ataque terrorista más brutal en nuestro territorio” (Иран несёт ответственность за теракт)</p>	<p>—</p>	<p>—</p>

Таблица 3. Тактика «мы-жертва»

Аргентина	Уругвай	Перу
<p>“Somos parte de una respuesta regional y amplia que busca mitigar las dificultades de millones de venezolanos tras el éxodo de su país” (мы жертвуем собой ради помощи другим)</p>	—	<p>“Asumí la Presidencia del Perú, hace tan solo seis meses, cuando el país afrontaba una seria crisis política e institucional que fue superada con respeto irrestricto a lo establecido en nuestra Constitución Política, logrando devolverle al país la tan ansiada estabilidad democrática” (наша страна была охвачена серьёзным политическим кризисом)</p>
<p>“Y le solicitamos a los países amigos de la Argentina, que nos acompañen evitando recibir o cobijar bajo inmunidad diplomática a cualquiera de los imputados” (из-за действий других стран мы не можем наказать преступников)</p>	—	<p>“Mi gobierno ha adoptado medidas para facilitar la regularización migratoria de los más de 450 mil ciudadanos venezolanos que han llegado al Perú en búsqueda de un futuro digno. Sin embargo, la magnitud de ese éxodo no tiene precedentes en nuestra región y requiere respuestas colectivas de parte de la comunidad internacional” (нам нужна помощь международного сообщества)</p>

Таблица 4. Тактика «успехи внутренней политики»

Аргентина	Уругвай	Перу
<p>“Nuestro país está transitando un período de cambios profundos. Decidimos atravesarlo con la humildad para aceptar las dificultades y con la convicción de hacer esfuerzos correctos. Sé que el esfuerzo es grande y quiero agradecerle a cada argentino por eso” (мы переживаем непростые времена, но мы справимся)</p>	<p>“En el Informe publicado en enero de 2018 por el Foro Económico Mundial sobre Desarrollo Inclusivo, se ubica al Uruguay como uno de los diez países emergentes más incluyentes del mundo y segundo en América Latina, que permiten traducir el crecimiento económico en reducción de las desigualdades, fomento de la inclusión social y equidad intergeneracional” (мы в десятке самых инклюзивный стран континента)</p>	<p>“Puedo decir con agrado, que El Perú avanza hacia la tan ansiada reforma política y del sistema de administración de justicia” (мы не можем не гордиться достижениями политической и судебной реформы)</p>
—	<p>“En consecuencia, hemos implementado estrictas políticas para el control del consumo de tabaco y la prevención de enfermedades no transmisibles” (мы принимаем жёсткие меры)</p>	<p>“Además, hace dos meses presentamos al poder legislativo una serie de Proyectos de Ley para una Reforma del Sistema de Justicia y Reforma Política, que implicaban reformas constitucionales, obteniendo hace una semana la confianza y el compromiso del</p>

		<p>Congreso de la República, para someter la aprobación de las mismas a un referéndum, que se realizará el día 9 de diciembre, y que implica la participación y decisión de la ciudadanía en su conjunto a través de su voto”</p> <p>(мы – реформисты)</p>
--	--	---

Таблица 5. Тактика «роль страны в разрешении мировых кризисов»

Аргентина	Уругвай	Перу
<p>“La Argentina mantiene una visión estratégica hacia el Atlántico Sur, donde buscamos desarrollar pacíficamente una política activa en materia de recursos, ambiente y ciencia, y que incluye la cuestión de Malvinas”</p> <p>(мы за мирное решение кризиса вокруг Мальвинских (Фолклендских) островов)</p>	<p>“Siendo la mejor esperanza posible para la supervivencia y seguridad global así como un compromiso fundamental para el cumplimiento de la Agenda 2030, ratificamos nuestro compromiso con el Acuerdo de París. Los acuerdos se firman para ser cumplidos. Y éste muy especialmente. Asimismo, nos sumamos al llamado a todos aquellos Estados que aún no lo han ratificado, a hacerlo</p>	<p>“El Perú promoverá la adopción de una resolución en el ámbito de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción y su Conferencia de Estados Partes, orientada a reforzar la cooperación requerida para luchar contra este flagelo”</p> <p>(Перу работает над резолюцией и принимает участие в конференциях)</p>

	<p>cuánto antes. En esta temática, como en tantos otros órdenes de la vida, no hay que apurarse pero tampoco llegar tarde...”</p> <p>(мы призываем другие страны незамедлительно ратифицировать Парижское соглашение)</p>	
<p>“Frente a esta Asamblea quiero reafirmar una vez más los legítimos e imprescriptibles derechos soberanos de la Argentina sobre las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sándwich del Sur y espacios marítimos circundantes”</p> <p>(мы не отказались от наших требований восстановить суверенитет)</p>	—	<p>“En este contexto, quisiera anunciar que el Perú promoverá la adopción de una resolución en el ámbito de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción y su Conferencia de Estados Partes”</p> <p>(мы выступим авторами резолюции по Конвенции ООН)</p>

Таблица 6. Тактика «страновая ответственность»

Аргентина	Уругвай	Перу
<p>“Este año, estamos presidiendo el G20 con un espíritu de unidad y de búsqueda permanente de consensos. Los</p>	<p>“No es ni será un país perfecto (... acaso existen los países perfectos?), pero es un país que trabaja día tras día</p>	<p>“El Perú como miembro del Consejo de Seguridad, reafirma su voluntad de contribuir a la paz y</p>

<p>resultados que se están logrando invitan al entusiasmo. En todos los grupos de trabajo y en cada encuentro ministerial está prevaleciendo el compromiso colectivo, como durante la reunión de Ministros de Comercio, donde quedó expresada la vocación de revitalizar el sistema comercial multilateral”</p> <p>(мы способствуем единству и поиску компромисса)</p>	<p>para avanzar sin que ninguno de sus habitantes quede atrás”</p> <p>(страна, которая неустанно трудится на благо своих жителей)</p>	<p>seguridad internacionales, en particular mediante su activa participación en las operaciones de mantenimiento de la paz”</p> <p>(Перу выступает за мир)</p>
<p>“Mantenemos nuestro firme compromiso con el Acuerdo de París y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que establecimos como pilares de la política de nuestro gobierno en materia de erradicación de la pobreza, cambio climático e igualdad de género”</p> <p>(международные соглашения – основа нашей политики)</p>	<p>“En ese sentido, reafirmamos nuestro histórico compromiso con un sistema internacional más participativo, justo, equilibrado y multipolar que se traduce en los principios básicos de nuestra política exterior tales como: el compromiso con el mantenimiento de la paz, el desarme; el firme rechazo de nuestro país al terrorismo, el crimen organizado y</p>	<p>“En relación al Cambio Climático, tenemos claro que el Perú es uno de los países más vulnerables frente al mismo. <...> Como país hemos trabajado fuertemente para generar un marco legal que asegure predictibilidad en las inversiones que tengan altos estándares ambientales y sociales, bajo un enfoque de Producción,</p>

	a todo tipo de violencia y discriminación; el apoyo a la solución pacífica de las controversias y a la igualdad soberana de los Estados;...” (nuestra política exterior se ajustará a los principios de la OEA)	Protección e Inclusión” (cambio climático – esta es una amenaza. Perú está trabajando para la creación de una base legal para las inversiones)
“El año pasado, albergamos la Conferencia Ministerial de la OMC, donde quedó demostrado que hay futuro después de la reunión en Buenos Aires” (nosotros organizamos la conferencia ministerial)	“Tenemos que tomar medidas activas para proteger a todas las personas que habitan en nuestro mundo, especialmente los más pobres” (nosotros necesitamos ayudar a las personas más pobres)	“Quisiera además señalar que todos nosotros tenemos la obligación moral de proteger nuestro planeta para las próximas generaciones y garantizar a nuestros ciudadanos el derecho a un ambiente sano” (para todos nosotros hay una obligación moral de proteger el planeta)

Tabla 7. Táctica «objetividad hacia el futuro»

Argentina	Uruguay	Perú
“El lema de esta Asamblea pone el acento en el liderazgo y en las responsabilidades compartidas para	“La vocación de Uruguay es pacifista, solidaria y comprometida con la paz y la seguridad mundial”	“Concluyo, señora Presidenta, manifestando nuestra confianza en el potencial del multilateralismo, el

<p>lograr sociedades pacificas, equitativas y sostenibles. Los argenitnos estamos comprometidos a cumplir con nuestra parte para hacerlas realidad”</p> <p>(мы хотим сделать свой вклад в достижение целей этой Ассамблеи)</p>	<p>(мы за мир)</p>	<p>derecho internacional, y el principio de solución pacífica de las controversias, para hacer frente a los desafíos que enfrentamos, promover una paz y un desarrollo sostenible, y garantizar los derechos humanos de nuestros ciudadanos”</p> <p>(мы верим в многосторонний подход и международное право)</p>
<p>—</p>	<p>—</p>	<p>“El Perú seguirá trabajando constructivamente en el ámbito de esta Organización por hacer realidad los principios y propósitos de su Carta fundacional”</p> <p>(Перу будет стремиться претворить эти планы в жизнь)</p>

Далее предлагается классифицировать выявленные речевые тактики по признаку положительной и негативной саморепрезентации. Подобранные определённым образом речевые средства в тактиках «дискредитация противника» и «мы-жертва» свидетельствуют об агрессивном, конфликтном и недружелюбном характере этих тактик. В конкретных речевых ситуациях ораторы возлагали ответственность за существующие внутривнутриполитические

и миграционные проблемы на Венесуэлу, а за совершенные и не расследованные теракты – на Иран. Выступление Уругвая оказалось единственным, в котором не было выявлено примеров негативной саморепрезентации. Поскольку цель участников Генеральной Ассамблеи состоит в повышении имиджа своей страны в глазах международного сообщества, остальные выявленные речевые тактики уместно отнести к средствам положительной саморепрезентации. Представляется уместным сопроводить анализ речей участников Генеральной Ассамблеи более подробным описанием коммуникативной стратегии саморепрезентации. Такая стратегия может быть как положительной, так и отрицательной. Положительная самопрезентация направлена на создание говорящим своего благоприятного образа, отвечающего общекультурным представлениям, на поддержание своей позитивной репутации и на формирование выгодного имиджа. При отрицательной самопрезентации целью адресанта становится намеренное конструирование собственного негативного образа, например образа враждебного или глупого человека, для того чтобы избавиться от скучного или неприятного собеседника (Schneider, 1981). Не имея возможности усомниться в ненамеренности отрицательной саморепрезентации, существует вероятность того, что человек, выражая равнодушие к происходящему и создавая вокруг себя отрицательный образ, действует намеренно. Поэтому коммуникативная стратегия саморепрезентации – это процесс осознанного или неосознанного предъявления информации о себе, осуществляемый в межличностном взаимодействии с помощью вербальных, паравербальных и невербальных средств с целью создания определённого образа или имиджа адресата перед адресантом. Также термин «саморепрезентация» используется как синоним управления впечатлением для обозначения многочисленных стратегий и техник, применяемых индивидом при создании и контроле своего внешнего имиджа и впечатления о себе, которые он демонстрирует окружающим (Михайлова, 2006).

Данная классификация подкреплена компонентным анализом плана содержания.

Таблица 8. Лексемы с позитивным компонентом саморепрезентации

Аргентина	Уругвай	Перу
<i>Felicitar</i> – поздравлять	<i>fuerte institucionalidad</i> – сильные институты власти	<i>saludar</i> – приветствовать
<i>ratificar compromiso</i> – подтвердить приверженность	<i>estabilidad</i> – стабильность	<i>apoyo</i> – поддержка
<i>humildad</i> – смирение	<i>valores y principios</i> – ценности и принципы	<i>estabilidad democrática</i> – стабильность демократии
<i>aceptar dificultades</i> – смириться со сложностями	<i>progresos tangibles</i> – осязаемый прогресс	<i>firma del compromiso</i> – принятие компромиссного решения
<i>agradecer</i> – благодарить	<i>proceso multidimensional</i> – многофакторный процесс	<i>impulsar transparencia</i> – содействовать прозрачности
<i>cambiar sin tomar atajos</i> – проводить реформы планомерно	<i>bienestar</i> – благополучие	<i>rendición de cuentas</i> – подотчетность
<i>construir consensos</i> – стремиться к консенсусу	<i>país incluyente</i> – инклюзивная страна	<i>Integridad</i> – целостность
<i>socio confiable</i> – быть доверительным партнером	<i>crecimiento económico</i> – экономический рост	<i>lucha contra la corrupción</i> – борьба с коррупцией
<i>mediador</i> – посредник	<i>reducción de desigualdades</i> –	<i>fortalecimiento institucional</i> – укрепление

	<i>сокращение неравенства</i>	<i>институтов власти</i>
<i>inserción inteligente al mundo – значимое участие в мире</i>	<i>fomento de la inclusión social – поощрение социальной инклюзивности</i>	<i>reformas constitucionales – конституционные реформы</i>
<i>zona de paz – зона мира</i>	<i>equidad intergeneracional – межпоколенческая справедливость</i>	<i>participación – участие</i>
<i>talento - талант</i>	<i>avance - прогресс</i>	<i>trabajo conjunto – совместная работа</i>
<i>vitalidad - жизнестойкость</i>	<i>crecimiento económico – экономический рост</i>	<i>adopción de una resolución – принятие резолюции</i>
<i>vocación – приверженность</i>	<i>salir de pobreza – выйти из нищеты</i>	<i>reforzar cooperación – расширение сотрудничества</i>
<i>cooperación – сотрудничество</i>	<i>distribución de recursos – распределение ресурсов</i>	<i>luchar contra el flagelo – бороться с бедствиями</i>
<i>integrarse – интегрироваться</i>	<i>objetivos de desarrollo sostenible – цели устойчивого развития</i>	<i>decidida acción – решиительность</i>
<i>de manera positiva - значимо</i>	<i>adaptación al cambio climático – адаптация к изменению климата</i>	<i>país vulnerable – уязвимая страна</i>
<i>mirada optimista – оптимистичный взгляд</i>	<i>avanzar en la responsabilidad – быть более ответственным</i>	<i>capital natural – природный капитал</i>

<i>oportunidades</i> возможности	-	<i>lucha por la salud</i> – борьба за здоровье	<i>sequías</i> – засухи
<i>aporte</i> – вклад		<i>lucha por la vida</i> – борьба за жизнь	<i>grandes lluvias</i> – ливневые дожди
<i>estable</i> стабильный	–	<i>prevención de</i> <i>enfermedades</i> – предупреждение заболеваний	<i>reducir</i> <i>vulnerabilidad</i> – сократить уязвимость
<i>inclusivo</i> инклюзивный	–	<i>acciones audaces</i> – решиительные меры	<i>aprovechar</i> <i>oportunidades</i> – воспользоваться возможностями
<i>respetuoso</i> уважительный	–	<i>reducir mortalidad</i> – снизить смертность	<i>promover acciones</i> – содействовать работе
<i>valores</i> – ценности		<i>aplicar medidas</i> – принять меры	<i>objetivos de</i> <i>desarrollo sostenible</i> – цели устойчивого развития
<i>paz</i> – мир		<i>mejorar la calidad de</i> <i>vida</i> – повысить уровень качества жизни	<i>responsabilidad</i> <i>primordial</i> – первостепенная ответственность
<i>democracia</i> демократия	–	<i>mantenimiento de la</i> <i>paz</i> – поддержание мира	<i>garantizar los</i> <i>derechos humanos</i> – гарантировать соблюдение прав человека
<i>derechos humanos</i> – права человека	–	<i>desarme</i> – разоружение	<i>coraje político</i> – политическое мужество
<i>mitigar dificultades</i> – решить проблемы	–	<i>seguridad</i> – безопасность	<i>combatir violencia y</i> <i>discriminación</i> – бороться с насилием и дискриминацией

<i>resguardar la paz</i> – сохранять мир	<i>rechazo al terrorismo</i> – неприемлемость терроризма	<i>librar potencial</i> – высвободить потенциал
<i>voluntad política</i> – политическая воля	<i>apoyo a la solución pacífica</i> – содействие достижению мирного решения	<i>multilateralismo</i> – многосторонний подход
<i>aumentar capturas de prófugos</i> – активизировать поимку скрывающихся от правосудия лиц	<i>respeto al derecho internacional</i> – уважение международного права	<i>mantenimiento de la paz</i> – поддержание мира
<i>reducir homicidios</i> – сократить число убийств	<i>promoción del multilateralismo</i> – содействие многосторонности	<i>alcanzar la paz</i> – достичь мира
<i>luchar contra el crimen</i> – бороться с преступностью	<i>la no intervención</i> – принцип невмешательства	<i>enfrentar desafíos</i> – решать проблемы
<i>condenar el terrorismo</i> – осуждать терроризм	<i>proteger</i> – защищать	<i>disminuir pobreza</i> – сокращать уровень нищеты
<i>confianza mutua</i> – взаимное доверие	<i>deber</i> – долг	<i>transparencia</i> – прозрачность
<i>identidad democrática</i> – демократия как национальная идея		<i>confianza</i> – доверие
<i>erradicar la pobreza</i> – искоренить нищету		<i>solución pacífica</i> – мирное решение
<i>gobernanza global</i> – мировое правление		<i>constructivamente</i> – конструктивно

<i>albergar conferencia</i> – проводить конференцию		
<i>ser sede</i> – быть местом проведения		
<i>espíritu de unidad</i> – дух единства		
<i>entusiasmo</i> – энтузиазм		

Таблица 9. Лексемы с негативным компонентом саморепрезентации

Аргентина	Уругвай	Перу
<i>preocupación</i> – беспокойство	<i>estrictas políticas</i> – строгие меры	<i>afrontar crisis</i> – справиться с кризисом
<i>gravedad</i> – серьёзность	<i>sufrir</i> – страдать	<i>fortalecer la lucha</i> – активизировать борьбу
<i>corte penal</i> <i>internacional</i> – международный уголовный суд	<i>llamar</i> – призывать	<i>hacer frente</i> – противостоять
<i>crímenes de lesa</i> <i>humanidad</i> – преступления против человечности	<i>crisis</i> – кризис	<i>afectar</i> – сказываться на
<i>dictadura</i> – диктатура	<i>lucha</i> – борьба	<i>xenofobia</i> – ксенофобия
<i>llamado</i> – призыв	<i>riesgo</i> – риск	<i>discriminación</i> – дискриминация
<i>crisis humanitaria</i> – гуманитарный кризис	<i>destruir</i> – разрушать	<i>condenar</i> – обвинять
<i>carencias sanitarias</i> у <i>alimentarias</i> – нехватка	<i>guerras</i> – войны	<i>ruptura</i> <i>constitucional</i> –

<i>медицинской помощи и продовольствия</i>		<i>конституционный кризис</i>
<i>desplazados – перемещённые лица</i>	<i>lucro indiscriminado – неконтролируемое обогащение</i>	<i>carecer de garantías – нуждаться в гарантиях</i>
<i>respuesta – ответ</i>	<i>consumismo salvaje – фанатичное потребление</i>	<i>restablecer la democracia – восстановить демократию</i>
<i>éxodo – исход</i>		<i>preocupación – беспокойство</i>
<i>graves amenazas – серьёзные угрозы</i>		<i>denunciar – осуждать</i>
<i>crimen organizado – организованная преступность</i>		<i>ejecuciones extrajudiciales – внесудебные казни</i>
<i>ciber delincuencia – киберпреступность</i>		<i>denuncia – жалоба</i>
<i>terrorismo – терроризм</i>		<i>corte penal internacional – международный уголовный суд</i>
<i>sufrir – страдать</i>		<i>sancionar los crímenes – наказывать за преступления</i>
<i>atentado – теракт</i>		<i>llamado – призыв</i>
<i>ataque terrorista brutal – жестокий теракт</i>		<i>grave crisis humanitaria – серьёзный гуманитарный кризис</i>
<i>cobijar bajo inmunidad diplomática –</i>		<i>flujo masivo de migrantes –</i>

<i>укрывать под предлогом дипломатической неприкосновенности</i>		<i>массовый поток мигрантов</i>
<i>asesinado – убийство</i>		<i>refugiados – беженцы</i>

Выводы

Выявленные речевые тактики и анализ плана содержания позволили сделать следующие выводы:

1. В выступлениях латиноамериканских лидеров прослеживается определённая лингвопрагматическая стратегия, в данном случае стратегия персуазивности. Её цель – оказать воздействие на реципиентов в соответствии с интенциональными задачами автора – привлечь внимание мирового сообщества к проблемам своей страны и улучшить собственный имидж в глазах других.
2. Лингвопрагматическая стратегия персуазивности состоит из ряда риторических тактик: обозначение проблемы-указание на способы ее решения; дискредитация противника; мы-жертва; достижения внутренней политики; роль страны в разрешении мировых кризисов; страновая ответственность; нацеленность на будущее.
3. Число выявленных тактик позволяет говорить об избранной стратегии выступления. Например, отсутствие тактики «мы – жертва» и «дискредитация противника» в выступлении Уругвая свидетельствует о положительной саморепрезентации представителя этой страны.
4. Проведённый компонентный анализ выступлений говорит об обоснованности классификации использованных в выступлениях тактик на тактики с позитивным и негативным компонентом саморепрезентации.

Литература

1. Афанасьева О.Ю. Астрономическая метафора в медийном дискурсе // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2020. – Т. 17. – № 1. – С. 5–9.

2. Беляков М. В. Квантитативно-лингвоаксиологический анализ речей в совете безопасности ООН (русский дипломатический дискурс) // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). – 2020. – № 3. – С. 221–237.
3. Волкова Т.А. Дискурсивно-коммуникативный подход к моделированию процесса перевода // Известия ВГПУ. – 2011. – № 5. – С. 51–54.
4. Евтушенко О. В. Русский язык в ООН: языковое планирование и реальные изменения // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. – 2020. – № 2. – С. 13–23.
5. Зелинский С.А. Манипулирование массовым сознанием с помощью СМИ. – Canada: Altaspera Publishing & Literary Agency Inc, 2014. – 327 с.
6. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / под ред. О.С. Иссерс. – М.: Флинта : Наука, 2009. – 224 с.
7. Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. – 2012. – С. 320–334.
8. Карасик В.И. Характеристики педагогического дискурса // Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 1999. – С. 3–18.
9. Матакова М. В. Жанровые особенности текстов выступлений в ООН // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. – № 8. – С. 191–203.
10. Мирская Е.З. Р.К. Мертон и этос классической науки // Философия науки. – 2005. – № 11. – С. 11–28.
11. Обучение саморепрезентации: учеб. пособие для студ. вузов / под ред. Михайловой Е. В. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006. – 167 с.
12. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: монография. – М.: Гнозис, 2007. – 407 с.
13. Паршин П.Б. Понятие идиополитического дискурса и методологические основания политической лингвистики. – (Электронный ресурс). – 1999. – Режим доступа: <http://www.elections.ru/biblio/parshin/htm>.

14. Подопригора А. В. Искусственный интеллект как дискурс самопознания и самоорганизации цифрового социума // Социум и власть. – 2019. – № 1 (75) . – С. 7–20.
15. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингво-культурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе: монография. – М.: Академия, 2000. – 288 с.
16. Социальная психология (Текст): учеб. пособие для студ. вузов / под ред. Г.М. Андреевой. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 363 с.
17. Сфера делового общения: учеб. пособие для студ. вузов / под ред. Кузнецова И.Н. – Саратов: Издательство Саратовского университета, 2001. – 550 с.
18. Терентий Л.М. Дипломатический дискурс как особая форма политической коммуникации // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2010. – № 1 (022) . – С. 47–56.
19. Фирстов М.С. Ораторский гиперстиль в системе функциональных стилей // Вестник МГЛУ. – 2014. – № 8 (694) . – С. 89–97.
20. Хафизова А.А. Особенности речевого воздействия английского политического дискурса (на примере речи Бориса Джонсона, произнесённой на 74-й Генеральной Ассамблее ООН) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Издательство Грамота. – 2020. – № 6. – С. 210–216.
21. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): монография. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.
22. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. – М.: Волгогр. гос. пед. ун-т, 2004. – 368 с.
23. Якоба И. А. Параметризация дискурса выступления Г. Тумберг в ООН // Вестник Томского государственного университета. Серия: Филология. – 2021. – № 72. – С. 199–211.
24. Якупов П.В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры // Вестник университета. – 2016. – № 10. – С. 261–266.
25. Chaiken S., Liberman A. & Eagly A. Heuristic and systematic information processing within and beyond the persuasion context //

- Unintended thought / J. Uleman & J. Bargh (Eds.) . – New York: Guilford, 1989. – Pp. 212-252.
26. Craig R. T. Communication Theory as a Field. – Rel.Lib, 1999. – Pp. 34–39.
27. Schneider D.J. Tactical self-presentation: towards broader conception. – Tedeschi, 1981. – P. 23-40.

References

- Afanasyeva, O.Y. (2020). Astronomical metaphor in media discourse. *Bulletin of SUSU*, 17(1), 5–9. (in Russian)
- Belyakov, M. V. (2020). Quantitative and linguo-axiological analysis of speeches in the UN Security Council (Russian diplomatic discourse). *Bulletin of the Moscow State Regional University (electronic journal)*, 3, 221–237. (in Russian)
- Volkova, T.A. (2011). Discursive and communicative approach to modeling the translation process. *Izvestiya VSPU*, 5, 51–54. (in Russian)
- Yevtushenko, O. V. (2020). Russian in the UN: language planning and real changes. *Bulletin of the Moscow State Regional University*, 2, 13–23. (in Russian)
- Zelinsky, S.A. (2014). Manipulation of mass consciousness with the help of mass media: monograph. *Altaspera Publishing & Literary Agency Inc.* (in Russian)
- Issers, O.S. (2009). *Speech impact: studies. Handbook for students studying in the specialty "Public Relations"*. Moscow. (in Russian)
- Kazak, M.Y. (2012). Specificity of modern media text. *Linguistics of speech*, pp. 320–334. (in Russian)
- Karasik, V.I. (1999). Characteristics of pedagogical discourse. In *Linguistic personality: aspects of linguistics and linguodidactics. Collection of scientific works* (pp. 3–18). Volgograd. (in Russian)
- Matakova, M. V. (2020). Genre features of texts of speeches at the UN. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University*, 8, 191–203. (in Russian)
- Mirskaya, E.Z. (2005). R.K. Merton and the ethos of classical science. *Philosophy of Science*, 11, 11–28. (in Russian)
- Mikhailova, E. V. (2006). *Teaching self-presentation: studies. Manual for students*. Publishing house of the Higher School of Economics. (in Russian)

- Olyanich, A.V. (2007). *Presentation theory of discourse: monograph*. Moscow: Gnosis. (in Russian)
- Parshin, P.B. (1999). The concept of idiopolitical discourse and methodological foundations of political linguistics (Electronic resource). Retrieved from: <http://www.elections.ru/biblio/parshin/htm> (Accessed 2 September 2022). (in Russian)
- Podoprigora, A.V. (2019). Artificial intelligence as a discourse of self-knowledge and self-organization of digital society. *Society and power, 1* (75), 7–20. (in Russian)
- Slyshkin, G.G. (2000). *From text to symbol: linguistic and cultural concepts of precedent texts in consciousness and discourse*. Moscow: Academy. (in Russian)
- Andreeva, G.M. (2016). Social psychology. *Aspect Press*. (in Russian)
- Kuznetsova, I.N. (2001). *The sphere of business communication: studies. manual for students*. Saratov University Press. (in Russian)
- Terenty, L.M. (2010). Diplomatic discourse as a special form of political communication. *Questions of cognitive linguistics, 1* (022), 47–56. (in Russian)
- Firstov, M.S. (2014). Oratorical hyperstyle in the system of functional styles. *Herald of the MGLU, 8* (694), 89–97. (in Russian)
- Hafizova, A.A. (2020). Features of the speech impact of English political discourse (on the example of Boris Johnson's speech delivered at the 74th UN General Assembly). *Filology. Theory and Practice, 6*, 210–216. (in Russian)
- Chudinov, A.P. (2001). *Russia in a Metaphorical Mirror: a Cognitive Study of Political Metaphor (1991-2000)*. Yekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t. (in Russian)
- Sheigal, E.I. (2004). *Semiotics of political discourse*. Moscow: Volgogr. gos. ped. un-t. (in Russian)
- Yakoba, I. A. (2021). Parametrization of the discourse of G. Tumberg's speech at the UN. *Bulletin of Tomsk State University, 72*, 199–211. (in Russian)
- Yakupov, P.V. (2016). Communication: definition of the concept, types of communication and its barriers. *Bulletin of the University, 10*, 261–266. (in Russian)
- Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. (1989). Heuristic and systematic information processing within and beyond the persuasion context. In

- J. Uleman & J. Bargh (Eds.), *Unintended thought* (pp. 212–252). New York: Guilford.
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. In *Rel.Lib* (pp. 34–39). International communication association.
- Schneider, D. J. (1981). Tactical self-presentation: towards broader conception. *Tedeschi*, pp. 23–40.

УДК 811.111/81'42

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.02>

А.А. Габец

Московский государственный институт
Международных отношений (Университет)

МИД Российской Федерации

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В РЕЧАХ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ

Настоящее исследование посвящено вопросу интердискурсивного взаимодействия политического и экологического дискурсов, находящихся в отношениях принимающего и включённого функциональных жанров. Анализ пересечения формаций проводится в рамках прагмалингвистики путём применения универсальных инструментов дискурс-анализа к фрагментам политического и экологического дискурсов на их периферии на материале публичных речей и заявлений американских политиков. Используются также методы контекстуального, когнитивного и стилистического анализа. В результате исследования выявляются и описываются аспекты функционирования экологического дискурса в рамках политического жанра. Во-первых, устанавливается неразрывная связь экологического с экономическим дискурсом. Во-вторых, доказывается, что принимающий политический дискурс определяет наличие стилистических особенностей, реализация высказывания на тему экологии происходит типичными для политического жанра средствами, обладающими высоким лингвопрагматическим потенциалом: характерно использование значительного количества стилистических приёмов, лексики с эмоциональной окраской, присутствие фундаментальной для

любого языка оппозиции «свой-чужой», которая чаще всего актуализируется при помощи средств дейксиса: дейктических местоимений, локальных топонимов и пространственно-временных маркеров. В-третьих, обнаруживается репрезентация в высказываниях разных коммуникантов одних и тех же концептов: «money», «job», «business», «progress», «crisis». Политический дискурс определяет и форсирует актуализацию этих концептов во фрагментах включенных жанров, сами же концепты получают новые смыслы в соответствии с их связующей ролью для нескольких видов дискурсивных практик и способностью полноценно актуализироваться в тематически разных сферах.

Ключевые слова: дискурс-анализ, экологический дискурс, политический дискурс, экономический дискурс, интердискурсивность, концепт, лингвопрагматика, дейксис

UDC 811.111/81'42

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.02>

A.A. Gabets

MGIMO University, Moscow, Russian Federation

ECOLOGICAL DISCOURSE IN AMERICAN POLITICIANS' SPEECHES

The present study investigates interdiscourse interaction of political and ecological discourses which operate as including and included functional genres. The analysis of intersection is carried out within pragmalinguistics applying universal instruments of discourse analysis to fragments of political and ecological discourses in the periphery and is based on public speeches and statements of American politicians. Methods of contextual, cognitive and stylistic analyses are also used. The research reveals and describes three aspects of ecological discourse functioning within political genre. First, an inherent link between ecological and economic discourses is stated. Second, it is proved that including political discourse defines stylistic peculiarities, the utterance on the subject of ecology is represented by the means characterizing political genre and having high pragmalinguistic potential: the use of many stylistic devices, emotionally charged vocabulary, the presence of «friend-foe» opposition which is most often realized by deixis means:

deictic pronouns, local toponyms and time-space markers are typical. Third, the representation of the same concepts «money», «job», «business», «progress», «crisis» in the utterances of different speakers is discovered. Political discourse defines and forces the actualization of these concepts in fragments of included genres and concepts receive new senses according to their linking roles for several types of discourse practices and ability to actualize fully in thematically different spheres.

Keywords: discourse analysis, ecological discourse, political discourse, economic discourse, interdiscourse, concept, linguopragmatics, deixis

Введение

В условиях развития современного общества темы экологии и устойчивого развития становятся всё более популярными, в рамках институциональной и бытовой коммуникации чаще поднимаются вопросы, связанные с изменением климата, загрязнением окружающей среды и поиском альтернативных источников энергии. Высокая актуальность данных проблем неизбежно приводит к тому, что экологическая направленность в речах людей, обладающих или желающих обладать властью, служит элементом политической игры и манипуляции, а экологический дискурс становится важной частью политического жанра. Процесс интеграции дискурсивных формаций и их эволюции можно наблюдать на примере США, где внешнеполитическая позиция государства по вопросам экологии за последние годы несколько раз кардинально менялась из-за взглядов президентов.

Международный договор по тематике изменения климата был подписан в 2016 году Бараком Обамой. В 2020 году Дональд Трамп, известный своим неверием в глобальное потепление и пренебрежением к вопросам экологии, посчитал Парижское соглашение экономически невыгодным, и США вышли из списка стран, связанных договором. Джо Байден, активно выступающий за экологию, сделал данный аспект важной частью своей предвыборной программы и подписал указ о возвращении государства в Парижское соглашение почти сразу после инаугурации в 2021.

Фрагменты экологического дискурса в речах американских политиков каждый раз становились средством позитивной

саморепрезентации, использовались при формировании коммуникативных стратегий убеждения, органично встраивались в традиционную риторику ораторских выступлений как предвыборных, так и президентских речей. Представляется интересным проследить, как при противоположных позициях и взглядах на проблемы климата, элементы экологического дискурса включаются в политический дискурс, формируя его прагмалингвистическую парадигму.

Цели настоящего исследования – выявить особенности функционирования экологического дискурса в рамках политического жанра, обнаружить сходства в речевом оформлении высказываний, несмотря на полярность мнений коммуникантов.

Материалы и методология исследования

В статье рассматриваются особенности корреляции экологического и политического дискурсов на материале речей, высказываний и публикаций в социальной сети на тему Парижского соглашения по климату Барака Обамы и Дональда Трампа, 44 и 45 президентов США (с 2009 по 2017 и с 2017 по 2021), и Джо Байдена – кандидата в президенты США во время предвыборной кампании 2020. Источниками иллюстративного материала для исследования стали правительственные сайты США (<https://obamawhitehouse.archives.gov>, <https://trumpwhitehouse.archives.gov>, <https://www.whitehouse.gov>), сайты, публикующие транскрипты политических выступлений (сайт газеты Washington Post, новостной портал abc7 news, новостной портал, посвящённый климату, Inside Climate News, сайт новостной организации, которая анализирует климатическую науку, Climate Central), страницы политиков в социальной сети Twitter. Изучению подлежит периферия экологического и политического дискурсов в точке их пересечения, которая содержит не только «признаки других дискурсов, проявляющиеся в данном» (Карасик, 2000, с. 31), но и «лично-ориентированные признаки» (там же), что представляет особый интерес в связи с наличием речевых характеристик конкретных языковых личностей, обладающих ярким идиостилем. Анализ речей политиков осуществляется в рамках прагмалингвистики путём применения универсальных инструментов дискурс-анализа к фрагментам политического и экологического дискурса. В рамках исследования

экологический дискурс мы отличаем от эколлингвистики – науки, изучающей роль языка в формировании, поддержке или разрушении отношений между людьми, другими живыми существами и окружающей средой (Alexander, Stibbe, 2014). Также применяются методы контекстуального, когнитивного и стилистического анализа.

Тип дискурса традиционно определяется в зависимости от темы, способа и участников общения (Харьковская, 2016; Пономаренко, Чехранова, 2017, Halliday, 1991; Malyuga et al., 2018), а сам дискурс понимается не как отдельный жанр, а как класс жанров, что находит подтверждение в определениях, которые учёные дают различным видам дискурсивной практики. Так, например, политический дискурс обозначается как «некий класс жанров, которые ограничены определенной социальной сферой, сферой политики» (Дейк, 2000, с. 86), следовательно, и как «любые речевые образования, содержание которых относится к сфере политики» (Шейгал, 2004, с. 121), а экологический дискурс трактуется как совокупность устных и письменных текстов различных коммуникативных сфер, функциональных жанров и стилей, объединённых общей темой экологии (Иванова, 2007, с. 4; Зайцева, 2014, с. 7). Политический дискурс ввиду глобальности социальной сферы, которой он принадлежит, и высокой социальной значимости политической деятельности закономерно способен выступать в качестве принимающего для многих других видов дискурсивных практик и подчинять их себе. Поскольку основной целью политического дискурса является убеждение и побуждение к действию (Демьянков, 2003), включение фрагмента какого-либо дискурса в политический служит определённой прагмалингвистической задаче. Ввиду многогранности социальных ролей коммуникантов, в том числе выступающих на политической арене, и особенностей «процесса производства и организации человеческих знаний» (Чернявская, 2007, с. 22-23), тематическое многообразие и пересечение дискурсивных формаций – естественная часть функционирования языка. Открытость и нелинейность системы дискурса (Пономаренко, 2013) закономерно ведут к интерференции разных видов дискурсивных практик.

Следствием взаимодействия дискурсов является новый когнитивно-деривационный потенциал каждого из них и

формирование новых понятийно-смысловых блоков (Шипков, 2004, с. 28), что приводит к расширению концептуальной сферы адресата и адресанта при их коммуникации. Один и тот же концепт – семантическое образование с лингвокультурной спецификой (Воркачёв, 2004, с. 38-39) – способен перемещаться между отличными видами дискурсивных практик, так как является образованием «динамического характера» (Залевская, 2001, с. 39), и получает при этом различную актуализацию. При изучении интерференции концепты понимаются учеными как «связующее звено при взаимодействии двух и более типов дискурса» (Бец, 2019, с. 7). Анализ наиболее частотных концептов в рамках дискурсивного взаимодействия позволяет лучше понять принципы интерференции и её прагмалингвистический потенциал.

Результаты исследования

По итогам анализа материала был выявлен ряд закономерностей в междискурсивном взаимодействии политического и экологического дискурсов.

Первой особенностью функционирования экологического дискурса в рамках политического жанра является его неразрывная связь ещё с одним видом дискурса – экономическим. Фрагменты экологического дискурса в речах американских политиков всегда выступают местом пересечения нескольких дискурсивных формаций (Malуga, 2020). Личность говорящих и коммуникативный контекст выборки исследования глобально определяют принадлежность высказывания на экологические темы политическому жанру. Одновременно при высказывании президентом или кандидатом в президенты своей позиции относительно будущего развития страны при её участии в Парижском соглашении всегда обсуждается важность экономических последствий, следовательно, в поле взаимодействия политического и экологического дискурсов включается экономический. Важнейшие сферы развития государства – экономика и политика – постоянно взаимодействуют, что отражается и в языке. Зачастую экономический дискурс понимается как компонент политического (работы А.Н. Баранова, А.П. Чудинова, Е.И. Шейгал). Цели экономического дискурса, которые заключаются в «освещении событий в экономической жизни общества, информировании о состоянии экономики, формировании

определенного отношения к различным изменениям и побуждению к определённым действиям» (Евтушина, Ковальская 2014, с. 44), хорошо соотносятся с прагматическими задачами выступлений политиков по экологическим вопросам: коммуниканты сообщают как повлияет присоединение США к Парижскому соглашению или выход из него на экономическую ситуацию в обществе и жизнь простых граждан и стремятся убедить слушателей в необходимости того или иного решения.

Анализ способов совместного функционирования дискурсов показал, что зоны пересечения дискурсов являются довольно обширными, следовательно, в фокусе исследования оказываются не точки, а поля междискурсивного взаимодействия. Зачастую выделить или определить один вид дискурса из фрагментов выступлений не представляется возможным даже в исследовательских целях, настолько плотно тематически связаны разные формации. Особенно это характерно для выступлений Барака Обамы и Джо Байдена, где доля экономической и экологической лексики примерно одинакова.

«The emerging economies that have experienced some of the most dynamic growth in recent years have also emitted rising levels of carbon pollution. It is those emerging economies that are likely to produce more and more carbon emissions in the years to come» (Obama, 2014).

«I see the small businesses and master electricians designing and installing award-winning energy conservation measures. This will reduce the electricity consumption and save businesses hundreds of thousands of dollars a year in energy costs. ...I will bring us back into the Paris Agreement. I will put us back in the business of leading the world on climate change» (Biden, 2020).

Вторая особенность актуализации экологического дискурса в политическом – реализация высказывания типичными для политического дискурса средствами, обладающими высоким лингвопрагматическим потенциалом. Так как для политического жанра характерна экспрессивность, использование значительного количества стилистических приёмов, лексики с эмоциональной окраской, присутствие фундаментальной для любого языка оппозиции «свой-чужой», актуализация этих средств наблюдается и во включённых экологическом и экономическом дискурсах (Piotrovskaya & Trushchelev, 2022). Указанные языковые и речевые

средства соединяют фрагменты разных тематических полей и формируют семантическую и прагматическую цельность политического высказывания.

«In short, this agreement will mean less of the carbon pollution that threatens our planet, and more of the jobs and economic growth driven by low-carbon investment. Full implementation of this agreement will help delay or avoid some of the worst consequences of climate change» (Obama, 2015).

В приведённом отрывке экологический дискурс вновь функционирует совместно с экономическим, репрезентация формаций происходит посредством тематически типичных для дискурсов речевых единиц, а принимающий их политический дискурс определяет наличие стилистических особенностей. Даже в небольшом отрывке выступления можно выделить антитезу (less of the carbon pollution - more of the jobs), которая подразумевает светлое будущее и используется для повышения образности. Гипербола (worst consequences) и в целом выбор лексических единиц (that threatens our planet) привносит в речь драматизм и делает высказывание более ярким.

В речах Дональда Трампа мы наблюдаем взаимодействие экологического и экономического дискурсов с преобладанием элементов последнего. При этом высказывания политика также характеризуются взаимодействием двух видов дискурсивных практик, которые связываются в политическом дискурсе посредством эмоциональных и экспрессивных языковых средств.

«Beyond the severe energy restrictions inflicted by the Paris accord, it includes yet another scheme to redistribute wealth out of the United States through the so-called "green climate fund" -- nice name -- which calls for developed countries to send \$100 billion to developing countries all on top of America's existing and massive foreign aid payments. So we're going to be paying billions and billions and billions of dollars and we're already way ahead of anybody else. Many of the other countries haven't spent anything. And many of them will never pay one dime» (Trump, 2017).

Сарказм (nice name), повторения (billions and billions and billions of dollars, many of the other countries... And many of them), неформальная идиома (pay a dime), антитеза (billions of dollars - one dime) призваны убедить слушателя в нечестности Парижского

соглашения и в его вредоносном влиянии на экономику США, побудить к поддержке решения президента вывести страну из международного договора.

Анализ речей Джо Байдена позволил выявить те же закономерности: политический дискурс становится принимающим для взаимодействующих экологического и экономического дискурсов и реализуется посредством характерных для него экспрессивных средств выразительности.

«These aren't pie-in-the-sky dreams. These are concrete, actionable policies that create jobs, mitigate climate change, and put our nation on the road to net-zero emissions by no later than 2050. Some say that we can't afford to fix this. But here's the thing. Look around at the crushing consequences of the extreme weather events I've been describing. We've already been paying for it. So we have a choice. We can invest in our infrastructure to make it stronger and more resilient, while at the same time tackling the root causes of climate change» (Biden, 2020).

Рассуждения о процессе изменения климата, влиянии природных катаклизмов на положение дел в стране и борьбе за улучшение экологической и экономической ситуации ведутся посредством эпитетов (*crushing*), американских идиом (*pie-in-the-sky*), анафоры (*these are... these aren't*), вводных конструкций, привлекающих внимание слушателя (*here's the thing*) и т.д.

Оппозиция «свой-чужой» является яркой и традиционной чертой американских политических выступлений в целом (Gabets, 2016; Валуйцева, Пономарёва, 2021, Габец, 2017) и, как показал анализ материала, актуализируется во всех проанализированных нами выступлениях. Чаще всего репрезентация происходит при помощи средств дейксиса: используются дейктические местоимения, локальные топонимы и пространственно-временные маркеры. Фундаментальное и архетипичное противопоставление применяется с целью сплотить единомышленников политика в том числе против некоего неопределённого или, наоборот, конкретного указанного в речи врага или противника политического курса, аргументы которого говорящий легко опровергает, победа на словах и на деле остаётся за выступающим.

Now, skeptics said these actions would kill jobs. Instead, we've seen the longest streak of private-sector job creation in our history. We've driven our economic output to all-time highs while driving our carbon

pollution down to its lowest level in nearly two decades. And then, with our historic joint announcement with China... (Obama, 2015).

Президент использует личные местоимения *we* и *our*, чтобы показать, как много жители страны достигли сообща, приравнивая и себя к простым гражданам, оставляя у слушателей приятное ощущение собственной значимости и большой проделанной работы при поддержке политика. Наречия *now* и *then* привлекают внимание публики к важности настоящего момента и обещают ещё больших успехов по итогам политического курса в будущем. Те же лингвистические приёмы и мы наблюдаем и в речах Дональда Трампа и Джо Байдена. Объединяющие местоимения *we*, *our* противопоставлены выражающим образ противника *they*, *their*, *some*.

They were so happy...it put our country, the United States of America, which we all love, at a very, very big economic disadvantage. A cynic would say the obvious reason for economic competitors and their wish to see us remain in the agreement is so that we continue to suffer this self-inflicted major economic wound...We have among the most abundant energy reserves in the planet... (Trump, 2017).

Some say that we can't afford to fix this...So we have a choice. We can invest... (Biden, 2020).

Приведённые примеры иллюстрируют, что предпочтение политики отдают персональному дейксису, однако локальный и темпоральный также присутствуют. Удалось также выявить схожие модели построения речей у троих разных коммуникантов, транслирующих противоположные точки зрения, но одинаково применяющих противопоставление «свой-чужой». Приведённые выше примеры *skeptics said* (Obama), *a cynic would say* (Trump), *some say* (Biden) подтверждают вывод о глобальном влиянии политического дискурса на выбор языковых средств для прагматических целей.

Третьей особенностью функционирования экологического дискурса в речах американских политиков является появление в высказываниях разных коммуникантов одних и тех же концептов, которые получают новые смыслы в соответствии с их связующей ролью для нескольких видов дискурсивных практик и способностью полноценно актуализироваться в тематически разных сферах. Несмотря на обращение к важным проблемам

современности, связанным с изменением климата, в речах политиков апелляция происходит в основном к традиционным и ключевым для американской культуры концептам (Tamimy, Setayesh Zarei & Khaghaninejad, 2022). В результате количественного анализа удалось выявить, что наиболее часто употребляемые речевые единицы принадлежат к лексико-семантическим полям концептов «money», «job», «business», «progress», «crisis». Несмотря на то, что эти ментальные образования можно причислить к общечеловеческим, обращение к ним является традиционной чертой американских политических выступлений, следовательно, на примере нашей выборки мы делаем вывод о том, что политический дискурс определяет и форсирует актуализацию этих концептов во фрагментах включенных экологического и экономического дискурсов. Концепты «money», «job», «business» признаются самыми ходовыми, популярными и ключевыми семантическими образованиями американской картины мира (Филиппова, 2011), многие процессы в жизни США рассматриваются через призму денег, что в целом характерно для американского менталитета. Концепт «progress» и в данном случае антонимичный ему концепт «crisis» также являются общенациональными, но присутствие их в дискурсе американских политиков также постоянно, во-первых, их языковая объективация помогает раскрывать идею американской исключительности: Соединённые Штаты - мировой лидер в области экологии, страна поможет всем другим государствам, во-вторых, подчёркивает кризис и тяжёлые последствия для страны, вызванные работой предыдущей администрации, и обещает прогресс при новом руководстве.

«As technology advances, this agreement allows progress to pave the way for even more ambitious targets over time. And we have secured a broader commitment to support the most vulnerable countries as they pursue cleaner economic growth» (Obama, 2015).

«We'll be the cleanest. We're going to have the cleanest air. We're going to have the cleanest water. We will be environmentally friendly but we're not going to put our businesses out of work, we're not going to lose our jobs. We're going to grow. We're going to grow rapidly» (Trump, 2017).

The worst economic crisis since the Great Depression, that's cost tens of millions of American jobs and counting. Emboldened white supremacy unseen since the 1960s and a reckoning on race long overdue. And the undeniable, accelerating, and punishing reality of climate change...(Biden, 2020).

Все указанные концепты «money», «job», «business», «progress», «crisis» в виду своей многомерности легко переходят из одного дискурса в другой или остаются в поле междискурсивного взаимодействия, обеспечивая связь дискурсивных формаций. Более того, концепты тесно связаны и между собой и несколько из них способны актуализироваться даже в рамках одних синтаксических единиц. Интересным представляется тот факт, что элементы экологического и экономического дискурсов включаются в речь как сторонниками, так и противниками международного договора по климату, вербализуются одни и те же концепты, которые представлены идентичными в высказываниях всех президентов единицами лексико-семантических полей, однако семантика и прагматика коммуникативных актов, апеллирующих в основном к базовым концептам современного общества, выстраивается совершенно противоположная. При рассмотрении, например, концепта «job» в речах политиков, удалось определить разные коммуникативные цели высказываний и выявить противоположную семантику сообщений. Например, согласно выступлениям Барака Обамы и Джо Байдена присоединение государства к странам Парижского соглашения позволит создать много новых рабочих мест, что приведет к подъёму экономики, а новые способы получения энергии дадут возможность значительной экономии средств.

While our generation will see some of the benefits of building a clean energy economy -- jobs created and money saved; ...we've seen the longest streak of private-sector job creation in our history. We've driven our economic output to all-time highs while driving our carbon pollution down to its lowest level in nearly two decades (Obama, 2015).

This will reduce the electricity consumption and save businesses hundreds of thousands of dollars a year in energy costs. ...; I think: "jobs." Good-paying, union jobs that put Americans to work building a stronger, more climate resilient nation (Biden, 2020).

Дональд Трамп, напротив, уверен, что международный договор обходится стране слишком дорого и лишает граждан США работы. America is \$20 trillion in debt. Cash-strapped cities cannot hire enough police officers or fix vital infrastructure. Millions of our citizens are out of work. And yet under the Paris accord, billions of dollars that ought to be invested right here in America will be sent to the very countries that have taken our factories and our jobs away from us (Trump, 2017).

Заключение

Исследование показало, что политический жанр определяет особенности взаимодействия включённых в него институциональных дискурсов. При попытке анализа экологического дискурса, удалось установить его неразрывную связь с дискурсом экономическим, который всегда находится в непосредственной связи с политическим, причём речь идёт не о точках пересечения формаций, но о крупных полях междискурсивного взаимодействия, где разграничение включённых жанров зачастую оказывается невозможным даже в исследовательских целях. Речевое оформление включённых дискурсов также подчинено глобальному политическому жанру, экологический и экономический дискурсы актуализируются в речах политиков путём разнообразных средств, создающих прагмалингвистический потенциал институционального высказывания, широко применяются средства экспрессивности, используются стилистические приёмы, тема экологии становится центральной для объединения политических сторонников против внешнего врага, что репрезентуется чаще всего посредством фундаментальной для любого языка и характерной для американского политического жанра в частности оппозицией «свой-чужой».

Концептосфера высказывания по вопросам экологии продиктована законами включающего политического дискурса, обсуждение Парижского соглашения по климату опирается на семантические образования «money», «job», «business», «progress», «crisis», являющиеся в той или иной мере базовыми и традиционными для многих языковых групп и наиболее типичными для американской картины мира. Апелляция к концептам получает самое разнообразное семантическое оформление. Сами концепты используются как коды культуры, несмотря на противоположные

смыслы высказываний, что объясняется многомерностью образований и их способности легко переходить из одного дискурса в другой, а также оставаться в поле междискурсивного взаимодействия, обеспечивая связь дискурсивных формаций.

Литература

1. Бец М.В. Интерференция как результат взаимодействия дискурсов // *Филологос*. – 2019. – №2 (41). – С. 5-11.
2. Валуйцева И.И., Пономарёва С. С. Лингвокультурный аспект американского речевого этикета на примере фильмов Квентина Тарантино // *Вопросы прикладной лингвистики*. – 2021. – № 43. – С. 7-37.
3. Воркачёв С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. – М.: «Гнозис», 2004. – 236 с.
4. Габец А.А. Функциональная парадигма дейктических средств в инаугурационных речах американских президентов XX-XXI веков // *Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология*. – Самара: Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П.Королева. – 2017. – №2. – С. 97-101.
5. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – Б.: БГК им. Бодуэна де Куртенэ, 2008. – 308 с.
6. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие*. – М.: Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2003.
7. Евтушина Т.А., Ковальская Н.А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования // *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. Вып. 88. – 2014. – №6 (335). – С.42-46
8. Зайцева А.В. Типология текстов экологического дискурса ФРГ: дисс. ... канд. филол. наук. – Смоленск, 2014. – 253 с.
9. Залевская А.А. Психолингвистический подход к проблеме концепта // *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. Воронеж, 2001. – С. 36–44.
10. Иванова Е.В. Метафорическая концептуализация природных катастроф в экологическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2007. – 219 с.

11. Карасик В.И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2000. – С. 25-33.
12. Малюга Е.Н. Функции юмора в англоязычном экономическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 2020. – № 6.– С. 31-43.
13. Пономаренко Е.В., Чехранова Т.А. Виды общения по характеру прагматического воздействия в англоязычной деловой коммуникации // Вопросы прикладной лингвистики. – 2017. – №27. – С. 29-47.
14. Пономаренко Е.В. О функциональной самоорганизации речевых средств в английском деловом дискурсе // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. – 2013. – № 5 (106). – С. 80-84. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_20598736_26941964.pdf (дата обращения 15.08.2022)
15. Филиппова М.М. К вопросу о ключевых концептах американского менталитета // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. – М.: МАКС Пресс, 2011. – Вып. 42. – 144 с.
16. Харьковская А.А. Дискурсивный мир малоформатных интернет-текстов на сайтах британских и американских университетов // Язык, литература и культура как грани межкультурного общения / под ред. О.Д. Вишняковой. – Пльзень-М.: Градиент, Университет Западной Богемии, 2016. – С. 244-247.
17. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. – Волгоград: Перемена, 2000. – 367 с.
18. Шипков К.А. Когнитивно-деривационный и интерпретационный потенциал языка права: на материале терминосферы «Теория государства и права»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2004. – 22 с.
19. Alexander R., Stibbe A. From the analysis of ecological discourse to the ecological analysis of discourse // Language Sciences. – 2014. – № 41. – Pp.104-110.
20. Biden J. Remarks on climate change. – 2020. – Режим доступа: <https://insideclimatenews.org/news/15092020/joe-biden-climate-change-speech-full-text/> (дата обращения: 6.12.2021)

21. Gabets A., Gené A.B. Pragmalinguistic features of American presidents' inaugural addresses of the last century (1913-2013) // *Journal of Language and Education*. – 2016. – 3 (7). – Pp. 22-31.
22. Halliday M. *Current Ideas in Systemic Practice and Theory*. – London: Pinter, 1991.
23. Malyuga E.N., Krouglov A, & Tomalin B. Linguo-cultural competence as a cornerstone of translators' performance in the domain of intercultural business communication // *XLinguae. A European Scientific Language Journal*. – 2018. – №2. – Pp. 566-582. DOI: 10.18355/XL.2018.11.02.46
24. Обама В. Remarks at U.N. Climate Change Summit. – 2014. – Режим доступа: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2014/09/23/remarks-president-un-climate-change-summit> (дата обращения: 3.12.2021)
25. Обама В. Speech on the Paris Climate Agreement. – 2015. – Режим доступа: <https://abc7news.com/full-statement-by-president-obama-paris-climate-agreement/1120330/> (дата обращения 3.12.2021)
26. Piotrovskaya L. A., Trushchelev P. N. Communicating recipient's emotions: Text-triggered interest // *Training, Language and Culture*. – 2022. – №6(1). – Pp. 60-74. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-1-60-74
27. Trump D. Remarks on leaving the Paris climate deal. – 2017. – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/06/01/transcript-president-trumps-remarks-on-leaving-the-paris-climate-deal-annotated/> (дата обращения 4.12.2021)
28. Tamimy M., Setayesh Zarei L., Khaghaninejad M. S. Collectivism and individualism in US culture: An analysis of attitudes to group work // *Training, Language and Culture*. – 2022. – № 6(2). – Pp. 20-34. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-2-20-34

References

- Alexander, R., & Stibbe, A. (2014). From the analysis of ecological discourse to the ecological analysis of discourse. *Language Sciences*, 41, 104-110.
- Biden, J. (2020). *Remarks on climate change*. Retrieved from: <https://insideclimatenews.org/news/15092020/joe-biden-climate-change-speech-full-text/> (accessed 6.12.2021)

- Bets, M.V. (2019). Interferenciya kak rezul'tat vzaimodejstviya diskursov [Interference as result of discourses interaction]. *Filologos*, 2 (41), 5-11.
- Demyankov, V.Z. (2003). Interpretaciya politicheskogo diskursa v SMI [Interpretation of political discourse in media]. In *Language of Media as an Object of Interdisciplinary Research* (pp. 116-133). Moscow: Moscow State University.
- Dijk, T.A. van (2008). *Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya [Language. Cognition. Communication]*. B.: BGK im. Baudouin de Courtenay.
- Evtushina, T.A., & Kovalskaya, N.A. (2014). Ekonomicheskij diskurs kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya [Economic discourse as an object of linguistic research]. *Chelyabinsk State University scientific newsletter. Series «Philology, Art History»*, 88, 6 (335), 42-46.
- Filippova, M.M. (2011). K voprosu o klyuchevyh konceptah amerikanskogo mentaliteta [With regard to key concepts of American mentality]. In *Language, Consciousness, Communication* (p. 42). Moscow: MAKS Press.
- Gabets, A.A. (2017). Funkcional'naya paradigma dejkticheskikh sredstv v inauguracionnyh rechah amerikanskih prezidentov XX-XXI vekov [Deictic means functional paradigm in American presidents' of XX-XXI centuries inauguration speeches]. *Samara University scientific newsletter. Series «History, Pedagogy, Philology»*, 2, 97-101.
- Gabets, A., & Gené, A.B. (2016). Pragmalinguistic features of American presidents' inaugural addresses of the last century (1913-2013). *Journal of Language and Education*, 3 (7), 22-31.
- Halliday, M. (1991). *Current Ideas in Systemic Practice and Theory*. London: Pinter.
- Ivanova, E.V. (2007). *Metaforicheskaya konceptualizaciya prirodnyh katastrof v ekologicheskom diskurse [Metaphoric conceptualization of natural disasters in ecological discourse]* (Candidate thesis Russia: Chelyabinsk).
- Karasik, V.I. (2000). Struktura institucional'nogo diskursa [Structure of institutional discourse]. In *Problems of Speech Communication* (pp. 25-33). Saratov: Saratov University.
- Kharkovskaya, A.A. (2016). Diskursivnyj mir maloformatnyh internet-tekstov na sajтах britanskih i amerikanskih universitetov [Discursive world of mini-format internet-texts on the American

- and British university web-sites]. In O.D. Vishnyakova (Ed.), *Jazyk, literatura i kul'tura kak grani mezhkul'turnogo obshhenija [Language, literature and culture as the facets of intercultural communication]* (pp. 244-247). Plzen-Moscow: Gradient LLC, University of West Bohemia. [in Rus.]
- Malyuga, E.N. (2020). Funktsii iumora v angloiazыchnom ekonomicheskom diskurse [Functions of humor in the English-language economic discourse]. *Moscow University Philology Bulletin*, 6, 31-43.
- Malyuga, E.N., Krouglov, A., & Tomalin, B. (2018). Linguo-cultural competence as a cornerstone of translators' performance in the domain of intercultural business communication. *XLinguae. A European Scientific Language Journal*, 2, 566-582. DOI: 10.18355/XL.2018.11.02.46
- Obama, B. (2014). *Remarks at U.N. Climate Change Summit*. Retrieved from: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2014/09/23/remarks-president-un-climate-change-summit> (accessed 3.12.2021)
- Obama, B. (2015). *Speech on the Paris Climate Agreement*. Retrieved from: <https://abc7news.com/full-statement-by-president-obama-paris-climate-agreement/1120330/> (accessed 3.12.2021)
- Piotrovskaya, L. A., & Trushchelev, P. N. (2022). Communicating recipient's emotions: Text-triggered interest. *Training, Language and Culture*, 6(1), 60-74. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-1-60-74
- Ponomarenko, E.V. (2013). O funktsional'noy samoorganizatsyi rechevykh sredstv v angliyskom delovom diskurse [About functional self-organization of verbal means in English business discourse]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta, Humanities series*, 5 (106), 80-84. Retrieved from: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_20598736_26941964.pdf (accessed: 15.08.2022).
- Ponomarenko, E.V., & Chekhranova, T.A. (2017). Types of communication by the nature of pragmatic influence in English-speaking business communication. *Issues of Applied Linguistics*, 27, 29-47.
- Sheigal, E.I. (2000). *Semiotika politicheskogo diskursa [Semiotics of political discourse]*. Volgograd: Peremena.

- Shipkov, K.A. (2004). *Kognitivno-derivacionnyĭ i interpretacionnyĭ potencial yazyka prava: na materiale terminosfery «Teoriya gosudarstva i prava»* [Cognitive-derivative and interpretation potential of language of law based on terms of theory of state and law]. (Candidate thesis abstract. Russia, Stavropol).
- Tamimy, M., Setayesh Zarei, L., & Khaghaninejad, M. S. (2022). Collectivism and individualism in US culture: An analysis of attitudes to group work. *Training, Language and Culture*, 6(2), 20-34. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-2-20-34
- Trump, D. (2017). *Remarks on leaving the Paris climate deal*. Retrieved from: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/06/01/transcript-president-trumps-remarks-on-leaving-the-paris-climate-deal-annotated/> (accessed 4.12.2021)
- Valuytseva, I.I., & Ponomareva, S.S. (2021). Linguocultural aspect of the American speech etiquette by the example of Quentin Tarantino films. *Issues of Applied Linguistics*, 43, 7-37.
- Vorkachev, S.G. (2004). *Schast'e kak lingvokul'turnyj koncept* [Happiness as a linguocultural concept]. Moscow: Gnosis.
- Zaitseva, A.V. (2014). *Tipologiya tekstov ekologicheskogo diskursa FRG* [Typology of texts of German ecological discourse]. (Candidate thesis. Russia, Smolensk).
- Zalevskaya, A.A. (2001). Psiholingvisticheskiĭ podhod k probleme koncepta [Psycholinguistic approach to concept problem]. In *Methodological Problems of Cognitive Linguistics* (pp. 36-44). Voronezh.

УДК 81.2

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.03>

И. С. Лебедева, И. Д. Романова

Кафедра английского языка №8 международно-правового
факультета Московского государственного института
международных отношений (Университет)

Кафедра грамматики и истории английского языка
факультета английского языка Московского государственного
лингвистического университета

ТЕХНОЛОГИИ ПЕРСУАЗИВНОСТИ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ КОМПАНИЙ

В настоящем исследовании изучаются технологии персуазивности, используемые представителями британских и американских компаний. Убеждение рассматривается как социальное взаимодействие, которое включает в себя попытки адресанта повлиять на адресата и изменить отношение к предмету коммуникации, не ограничивая его свободу выбора. Убедительная аргументация основана на трех основных риторических принципах: логосе, этосе и пафосе. Рациональная аргументация может происходить только в атмосфере эмоциональной вовлеченности. Технология персуазивности – это сложный набор лингвистических инструментов, используемых для убеждения.

Цель статьи – описать технологии персуазивности, используемые в успешных презентациях, классифицировать их в соответствии с основными принципами аргументации и описать языковые средства, используемые для их реализации. Базовые технологии персуазивности ориентированы на логос и представляют собой особый алгоритм текстовой организации, в то время как периферийные технологии нацелены на эмоциональное вовлечение аудитории и встраиваются в базовые на каждом из этапов развития макроструктуры текста.

Исследование проведено в рамках лингвопрагматического подхода. Корпус для анализа включает в себя коллекцию презентаций представителей Британских и Американских

компаний. Авторы приводят множество примеров и представляют подробный анализ технологий персуазивности, используемых в презентациях. Проведенный анализ позволяет описать механизм убеждения.

Статистический анализ позволяет заключить, что в презентациях представителей компаний широко распространены периферийные технологии, при этом “позиционирование предмета коммуникации” является наиболее распространенной пафосной технологией, а “позиционирование собственного Я” – наиболее распространенной этосной технологией.

Ключевые слова: выступление, персуазивность, логос, этос, пафос, базовые технологии персуазивности, частные технологии персуазивности

UDC 81.2

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.03>

I. S. Lebedeva, I. D. Romanova

**Department of English №8, International Law School, MGIMO
University (Russia)**

Department of Grammar and History of English, MSLU

PERSUASION TECHNIQUES IN BRITISH AND AMERICAN BUSINESS PRESENTATIONS

The present research conducted within the framework of the linguapragmatic approach looks into persuasion techniques used in British and American business presentations. The corpus for the analysis comprises a collection of presentations of company representatives.

Persuasion is viewed as a type of social interaction which includes attempts to influence the recipient and change their attitudes in an atmosphere of free choice. Persuasive argumentation is based on three major principles: logos, ethos and pathos. Rational argumentation can occur only in an atmosphere of emotional engagement. A persuasion technique is a complex set of linguistic tools used to convince someone of something, change their attitudes and receive response without impinging on them.

The aim of the paper is to identify core and peripheral persuasive techniques used in successful presentations, classify them in accordance

with basic principles of argumentation and describe linguistic means used to realize them. Core persuasion techniques are logos-oriented, whereas peripheral techniques aim to appeal to the audience's emotions. The authors give ample examples and present a thorough analysis of the persuasion techniques used in the analyzed corpus. The analysis allows to describe the mechanism of persuasion. The study reports findings that in presentations peripheral techniques are wide-spread with "subject-representation" being the most common pathos technique, and "self-representation" – the most common ethos one.

Keywords: presentation, persuasion, logos, ethos, pathos, core persuasive techniques, peripheral persuasive techniques

Introduction

In societies which make consumerism the cornerstone of economic growth the role of successful product and service presentation cannot be underestimated. Governments find it equally important to raise awareness of environmental issues to divert public attention from major social concerns concussing the modern world.

Persuasiveness is a crucial component of a successful presentation. Being able to persuade the audience contributes to doing profitable business, fosters product promotion, felicitous communication and achieving success. Speakers need to get people to see things their way, accept a different point of view and take a different stance.

The present paper views the notion of persuasion technique as a complex set of linguistic tools used to convince someone of something, change their attitudes and receive response without impinging on them. The aim of the paper is to identify persuasion techniques used in successful presentations, classify them in accordance with basic principles of argumentation and describe linguistic means used to realize them.

Materials and methods

The present research is conducted within the framework of the linguapragmatic approach. The corpus for the analysis comprises a collection of presentations of company representatives (the total amount is 10701 words).

The methods used by the authors to attain the tasks set for the present research include linguistic observation and description (used in the analysis of linguistic items and their persuasive potential), contextual

(used in the study of persuasive techniques and their dependence on the context), lingua-pragmatic analysis (used to study how the setting affects the persuasive potential of linguistic items, discourse analysis (used to look into how persuasiveness is build up in presentations), macroanalysis (used to analyze the structure of persuasive presentations), selection and sampling (to create a corpus of linguistic items for the analysis), cognitive analysis (used to establish a link between cognition and persuasiveness), statistical analysis.

Theoretical background: The notion of persuasion

First mention of persuasion dates back to the times of the Old Testament's description of Jeremiah attempting to convince his people to repent and establish a relationship with God (Whalen, 1996). Academic study of the concept of persuasion started as long back as the times of ancient Greeks when Aristotle (Gr. *peitho* – persuasion), who viewed persuasion as an integral part of the art of persuasive speaking first mentioned logos, ethos and pathos (Dzialoshinskij, 2012; Darics & Koller, 2018) as crucial components of persuasion. Foreign linguists introduced the term *persuasion/persuasiveness* and made persuasion the focus of attention as long back as the 1980s, whereas the term is still used with caution by Russian scholars (Chernyavskaya & Molodychenko, 2017). Nowadays the amount of research into persuasion and persuasion techniques has grown exponentially, they are being investigated abroad (H. Böttger, D. Költzsch, R. Lakoff, J. Mulholland, D.J. O'Keefe, R.M. Perloff, D.J. Whalen) and in Russia (A. V. Golodnov, I. M. Dzialoshinskij, I. S. Lebedeva, E. N. Malyuga, I. D. Romanova, etc.). Some Russian scholars associate the term "*persuasion*" with the Russian notion of "*убеждение*" which points to the act of convincing someone (Ozhegov, Shvedova, 1992), although this understanding of persuasion seems too general. The use of the term "*аргументация*" (argumentation) does not embrace crucial components of persuasion, primarily emotional engagement (Romanova, 2021), as the term itself pertains only to logos (Ivanova, 2015).

To understand persuasion, it is equally important to distinguish between the concepts of persuasion, manipulation, linguistic coercion, and propaganda. In linguistic literature *persuasion* is viewed as an essentially positive process during which the speaker provides input that is expected to influence and alter the listener's views. *Manipulation* is, as a rule, covert, input may contain subliminal messages which do not

necessarily (Docenko, 2000; Krapivkina, 2018) serve the interests of the recipient (Chernyavskaya, 2006). *Linguistic coercion* could be both overt and covert, it is, in essence, negative, puts much pressure on the recipient and destroys mutual understanding (Feinberg, 1998). The purpose of linguistic coercion is to achieve the necessary goals through aggressive verbal behavior (Malyuga & Petrosyan, 2022). According to Sean linguistic coercion occurs only in situations where the participants are endowed with different social roles (Sean, 2010), although, in our opinion, this is the least significant factor among factors that might get the speaker to resort to linguistic coercion. According to Perloff (2017), *propaganda* overlaps with persuasion, as both describe instances of social influence. However, there are differences between the terms. First, propaganda is typically invoked to describe mass influence through mass media. Persuasion, by contrast, occurs in mediated settings, as well as in interpersonal communication and institutional discourse. Secondly, propaganda refers to instances in which a group has total control over transmission of information. Persuasion can be one-sided, but it generally allows for a free flow of information; in situations of persuasion, people can question the persuader's viewpoint or offer contrasting opinions. Third, the term propaganda has a negative connotation. Propaganda either succeeds or fails, whereas persuasion can be partially successful (Mulholland, 2005).

Persuasion is a type of social interaction which includes attempts to influence the recipient and change their attitudes in an atmosphere of free choice (Perloff, 2017). Persuasion "certainly seeks to achieve the goals of a person using it" (Mulholland, 2005, p. 14) but unlike manipulation or propaganda which are viewed negatively it is ethically neutral and overt.

Research into the notion of persuasion goes back to ancient times when the art of speaking called rhetoric gained popularity. According to Aristotle (1978), persuasive argumentation is based on three major principles: 1) *logos* which is pertains to the rational appeal; 2) *pathos* or appeal to emotions used to involve the audience, and 3) *ethos* or moral argumentation which presents the speaker as a trustworthy person (Darics, 2018). Although at first glance the division between logos, ethos and pathos seems clear, it is not always easy to draw a clear-cut demarcation line between them as, for instance, in the case of persuasive interaction they overlap and co-exist. This means that rational

argumentation can occur in an atmosphere of emotional engagement (Cockcroft, 2014).

Presentations are effective means of transmitting information and influencing the audience (Arredondo, 1998; Asmolova, 2010; Atkinson, 2010; Gordina, 2005, Romanova & Smirnova, 2019). They are widely used for product and service advertising, at meetings and press-conferences, during negotiations; their goal is not only to inform the audience, successful presentations also aim at involving the audience, raising interest, creating the intended perceptions of the object of the presentation and eventually changing the recipient's post-communicative behavior.

Business presentations have a salient rhetorical organization which is predicated on two major components: well-organized rational reasoning (logos) and appeal the recipient's emotions (pathos) (Nguen, 2012). The persuasive effect of this genre increases if the audience's interests are presented as prime "The best presentations put the audience first. The fastest way to put your audience to sleep is to begin with an "About Us" slide and to spend the first five minutes talking about yourself, your company or your product. Your audience members don't care about you – they care about themselves» (Gallo, 2015).

Discussion

The success of a presentation is built up by a complex interplay of the following: linguistic representation, contents, materials presentation and organization. 1.1. is an example of a fallacious presentation. The fallacy of this presentation lies in the incorrect rhetorical organization of materials. The grammatical and lexical means chosen by the author make perception even more complex because they are typical of written discourse, for example, overuse of non-finite forms, rather than oral business communication:

Example 1.1.

We are here today to introduce Ting-a-tang and ask for an investment of a 100,000 pounds for a 20 per cent share in our business (wrong rhetorical organization). Looking for love (the use of the gerund as Subject) is a big business in the UK (irrelevant information). By the year 2010 it is estimated (unnecessary hedging) that 45 per cent of the UK's adult population will be single. Today 75 per cent of singletons are actively dating, spending a whopping (unnecessary exaggeration) 8 billion pounds per year in their search for someone special. And so

(wrong signposting) *Ting-a-tang* was born, to provide a unique and distinctive symbol for single people. Just as wearing a wedding ring can show that you are in a partnership, now you can wear a *Ting-a-tang* to reveal your single status (*The Dragon's Den stupid women*) (Darics 2018, p. 314).

Presentations belong to the oral genres of communication, so colloquial syntax and vocabulary, the use of repetition and other features of colloquial language add to their success.

The linguistic component of the persuasive effect of business presentations may be presented as a complex set of linguistic tools used to deliver rational argumentation (logos) and emotional engagement (ethos and pathos). Persuasiveness in presentations may be viewed as an interplay of logos, ethos and pathos techniques resulting from the speaker's strategic planning (Malyuga & Tomalin, 2017).

Research into this interplay in British and American presentations allowed the authors to conclude that the techniques belong to different levels of language and fall into two classes: *core* and *peripheral*. Core persuasive techniques are logos-oriented (based on rational argument) and include providing theories and scientific facts; indicating meanings; giving factual data, statistics, real-life examples, citations, definitions and reasons; creating literal and historical analogies; quotations. They aim to evoke a cognitive rational response from the audience.

Core techniques form the basis of the mechanism of persuasion and are responsible for the arrangement of text macrostructure. In presentations they represent a well-elaborated/structurally developed algorithm which generally corresponds to the Monroe Sequence (German, Gronbeck, Ehninger, Monroe, 2010; Monroe, 1951):

Grabbing attention – Establishing need – Solution – Call for action

The first move, "Grabbing attention", is responsible for getting the audience's attention by pointing to the significance/relevance of the topic. Another way of grabbing attention is telling a story before proceeding with the subject of the presentation. Below is an excerpt of the presentation by M. Fields, Ford's Chief Executive Officer, at the International Electronics Exhibition in Las Vegas. Speaking for the first time as the company's CEO in front of a big audience he managed to make everyone remember what he said.

Example 1.2.

Ford is passionate about designing products to address very serious problems in major cities around the world such as (5) *population density* and *congestion*... (1) *Who finds it easy to (4) get around Las Vegas during the show?* It (6) *really is a (6) challenge to (4) get around Vegas during the show.* But (8) *think about this.* The Las Vegas metro area has just (6) *more than one million people.* And with a population density of (6) *roughly (2) 1,750 people per square kilometer,* it puts Las Vegas at (2) *number 120* on the list of the largest cities in the world by population density. During CES, there's an influx of another (2) *150,000 people,* most of them are concentrated right here on the strip. (7) *We put up with this for (3) a few days.* (8) *Imagine* what people in Mumbai, India, face (3) *every day.* (6) *More than 18 million people live in Mumbai and its population density is (2) 17 times (6) greater than here in Las Vegas* (Forbes).

The "Grab attention" move opens with (1) the interrogative utterance *Who finds it easy to get around Las Vegas during the show?*, which comes as a surprise to everyone, as it is not so much about the company's performance but rather the speaker's personal experience and his perceptions of Las Vegas. The unexpected question allowed M. Fields to establish contact with the audience. The presenter goes on to speak about population density and congestion in Las Vegas, a topic the audience are well familiar with. However, the population density and congestion of Mumbai (India) is something, most of those, present at the Conference, have never heard of, a piece of new information, that makes most listeners pay attention to what the CEO is talking about.

In the "Grab attention" move we observe the use of a big amount of factual data (*more than one million people, a population density of 1,750 people per square kilometer, number 120 on the list of the largest cities in the world by population density, an influx of another 150,000 people, more than 18 million people live in Mumbai, 17 times (6) greater than here in Las Vegas*), which allows the speaker to contrast the two cities. The following peripheral techniques are used by the speaker at this stage: (5) self-representation, which is invoked to create a positive image of the Ford company; (6) subject-representation (the use of intensification and contrasting), which aims to enhance perceptions of the problem existing in overpopulated areas; (7) seek common ground and (8) appeal to wish.

The second move, “Establishing need” aims to evoke psychological response from the audience, to prepare them for accepting the future solution presented by the speaker. At this stage presenters generally inform the audience of the existing problem and point to the necessity of some urgent solution.

At this stage we observe 1) repetition, invoked to enhance perception of the items which lie within the sphere of the speaker’s interests: (a) *The folks in sales are wondering what’s going on, the folks in marketing are wondering what’s going on, the folks in head office are wondering what’s going on...* (Business English Pod); (b) *I don’t like it, you don’t like it, nobody likes it...* (Business English Pod); (c) *It doesn’t matter whether you’re behind schedule, ahead of schedule, or on schedule, you need to update the client* (Business English Pod); (d) *I don’t want to hear “maybe,” “might,” or “may.” I want to hear “must”* (Business English Pod) and 2) interrogative structures, which aim to put through to the listener that the persisting problem needs resolving: (a) *Is this really the way we want our company to run?* (Business English Pod); (b) *With margins so low, why aren’t we aggressively cutting costs?* (Business English Pod); (c) *Is taking on a bit of debt in order to expand such a bad idea?* (Business English Pod)

The third move, “Solution,” is a crucial step responsible for successful persuasion. The speaker presents their proposal as a beneficial way to resolve the existing problem and satisfy the audience’s needs. The persuasive effect of this move is maximized through creating a clear-cut direct link between the speaker’s proposal and the audience’s needs. Indication of the beneficial character of the positive outcome in case the proposal is accepted is essential to make this move successful. In this move we observe the use of 1) tripling: (a) *(I) We need to cut costs, work harder, and increase sales* (Business English Pod); (b) *I’m talking about figuring out what the problem is, how to solve it, and what it will cost* (Business English Pod) (c) *Earnings are down. (I) Our competition knows it. (I) Our creditors know it. And (I) our shareholders know it* (Business English Pod); (d) *With a bit of luck, a lot of money, and a year of hard work, (I) we can make this happen* (Business English Pod); 2) strings of homogeneous sentence members: (a) *(I) Our new website is better in terms of speed, design, navigation, reliability, SEO <...>* (Business English Pod); (b) *A lot of managers have already signed on: Dave, Jen, Wendy, Nick, Ian, Pam <...>* (Business English Pod); and 3)

contrast: (a) *In Chicago, (1) we did okay, but in New York City (1) we're doing great* (Business English Pod); (b) *Bennett Brothers competes on cost and speed. That's not (1) us. (1) We're about quality and customer service* (Business English Pod); (c) *You can continue paying several different telephone bills. Or you could bundle your services into one convenient package* (Business English Pod); (d) *The manager of yesterday gave orders. The manager of today, on the other hand, asks for input* (Business English Pod)

The last move “Call for action” describes possible ways of implementing the speaker’s proposal and calls for action. In this move we observe the use of 1) modal verbs (1) *You have no time to lose (1) You need to join the rush to social media (3) before it's (4) too late* (Business English Pod); 2) causal structures: *Do (1) you (2) like what (1) you hear? Well, if (1) you sign up (3) now, I'll throw in a (3) free month of service* (Business English Pod); 3) call for action *let's*: *Okay, let's get back to (5) our desks, pull up that list of leads, and demolish that sales record (4)!* (Business English Pod)

Ethos and pathos persuasive techniques are peripheral, they aim to appeal to the audience’s emotions in building rapport and in essence correspond to P. Brown and S. Levinson’s (2014) understanding of positive and negative politeness. Ethos persuasive techniques aim to meet the speaker’s “positive face” needs, whereas pathos persuasive techniques are intended to satisfy the audience’s “negative face” wants.

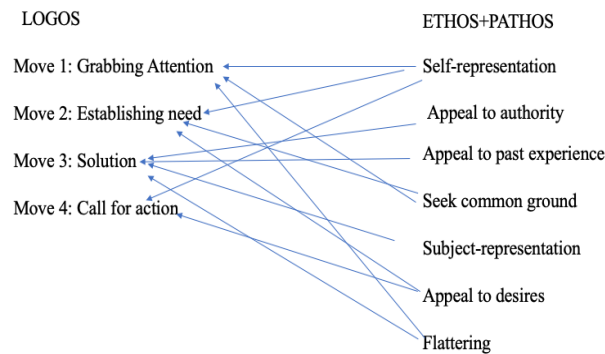
Classification of persuasive techniques based on rhetorical principles

ETHOS	PATHOS
Self-representation	Seek common ground
Appeal to authority	Subject-representation
Appeal to past experience	Appeal to desires
	Flattering

Ways to develop ethos are appearing sincere, fair minded and knowledgeable, morally, and ethically likeable; using language appropriate for the audience and subject, appropriate vocabulary, correct grammar, giving reference to the author’s professional background, publications, experience; complying with the professional format of communication. This helps the audience to see the speaker as a reliable, trustworthy, and competent person and feel respect for their views.

Appeal to pathos is built through the use emotionally loaded and figurative language, vivid descriptions, emotional examples; through mention of emotional experiences and events of the past; through emotional tone. These all evoke such emotions as fear, anger, sympathy, empathy from the audience, thus contributing to persuasion.

In the case of presentations core techniques are essentially conventional and contribute to the structural organization of the presentation to make it successful, peripheral ethos and pathos techniques are built in the core mechanism to contribute to persuasion by enhancing the audience's emotional response.



The mechanism of persuasion can be described as:

$$\text{Persuasion} = \{T = f[\text{Logos } (1-n) + \text{Ethos } (1) + \text{Pathos } (1)]\}$$

where *Persuasion* is the weightiness or degree of the persuasive impact produced in communication, T – the persuasive techniques employed by the speaker to attain the intended result as the result of their analysis of the setting (represents a function *f* that includes ethos and pathos persuasive techniques integrated into particular moves of the logos technique [Logos (1-*n*)], where *n* is the number of moves.

In example 1.2 the speaker points to some serious flaws in the company's data storage system and persuades their colleagues to overthrow the tables.

Example 1.3.

“Grab attention” (4) It’s *Monday morning*. I arrive at the office at 7:30, just like *every day*. I (1) *fire up my computer, open my email*, and find (2) 200 messages. (2) 200 messages (5)! Great. That’s part of my job. But sometimes I get this (2) *crazy idea* on my way to work that I might spend some time solving problems... helping clients... you know, the things that I get paid to do, and that I like doing. (2) *Crazy idea*, I know. (3) *Does this sound familiar? Of course, it does* (5)!

“Need” Okay, so a bunch of these emails are asking me for different documents, which means (6) *now I’ve got another issue to deal with*. Because (2) *some of my stuff is stored on my desktop*, (2) *some of my stuff is stored on three different flash drives*, (2) *some of my stuff is stored on my laptop*, and (2) *some of my stuff is stored as email attachments*. That’s (2) *a whole lot of stuff stored in* (2) *a whole lot of different places*. And everyone else I talk to is (5) *in the same boat*. *It’s like every computer in our company is a small piece of a jigsaw. And nobody actually knows what the finished puzzle looks like, because we each hold only a few of the pieces...* So (2) *my question to you...* (2) *my question for this company...* is (3) *what are* (7) *we going to do about this?* Are (7) *we going to continue simply to cope*, or are (7) *we going to find a solution?* Isn’t that (exactly) what (7) *we’re constantly telling* (7) *our clients to do?*

“Solution” Let’s consider a different way of doing things. (10) *Imagine one giant* (2) *desk*, with all the employees of (8) *our company* sitting around this (2) *desk*. In the center of that (2) *desk* are all the (1) *folders, documents, spreadsheets, images*, that (8) *we need to do* (8) *our work*. (9) *When* (8) *we need one of those*, (8) *we just reach over and get it*. If (8) *we want to* (2) *talk to someone about something*, (8) *we just look across the table and* (2) *talk*. If (8) *we want to discuss something on the QT*, (8) *we pass the person a note*. (9) *This is how* (8) *we should be working*. *This is cloud computing*, and it’s (5) *the wave of the future*. What I’m suggesting is a system that will allow (8) *us to* (1) *work* (5) *more efficiently, communicate* (5) *more effectively*, and *store information* (5) *more sensibly...* (3) *And what could be* (5) *better than that?* <...> all right, now cloud computing is (5) *pretty new*, (11) *but the benefits are clear: it’s* (12) *fast, cheap, reliable, easy, efficient*, and **secure**. I’m not alone here. (8) *We’d be joining* a growing number of companies that work in the cloud. I’m talking about (12)_(13) *IBM, Dell, Hewlett-*

Packard, T Mobile, Saatchi and Saatchi, ESPN, Panasonic, Columbia University, Nokia Siemens, Microsoft... (3) should I go on?

“Call for action” (8) We’ve got to make a (2) choice here, the (2) choice whether to live in (11) the last century dealing with (1) email, local area networks, and (5) lost files, or do (8) we (10) want to live in (11) the 21st century enjoying the (1) (5) benefits of cloud computing, online storage, and truly efficient collaboration. (3) Not too difficult of a choice, is it? So (14) let’s make a change. (14) Let’s organize (8) ourselves (5) better and work (2) better. (14) Let’s take what (5) the best innovators are offering and stop wasting time. (14) Let’s spend (11) less time organizing and more time doing. And (14) let’s do it (8) now. (Business English Pod)

To attract the audience’s attention and point to the existing problem the author starts by telling a story from their previous experience. In the “grabbing attention” move we observe the use of (1) tripling (2) repetition and (3) interrogative structure + positive response. The following peripheral techniques are used by the speaker: (4) appeal to past experience, description of the daily routine using a succession of actions and time indicators (5) subject representation (the use of graphic intensification). In the “need” move the speaker provides a detailed statement of the problem using a (6) causal structure and (2) a number of repetitions *some of my stuff is stored in a whole lot of*, which focus the audience’s attention on the existing problem (the company’s data storage system is far from being flawless). The peripheral technique (5) subject representation, containing an elaborate metaphor, contributes to expressiveness and makes the text easier to perceive. The peripheral technique (7) seek common ground (use of the inclusive pronouns *we* and *our*) stresses that the persisting problem might have a negative impact on all company staff. A string of (3) coercive interrogatives bringing up the need to take action close the move.

In the “Solution” move Ben describes a hypothetical situation *“Imagine one giant desk, with all the employees of our company sitting around this desk. In the center of that desk are all the folders, documents, spreadsheets, images, that we need to do our work. When we need one of those, we just reach over and get it. If we want to talk to someone about something, we just look across the table and talk. If we want to discuss something on the QT, we pass the person a note”*, which is

contrasted with the real state of things in the company. Ben's description of the hypothesized situation aims to evoke positive perceptions of the working environment amongst the audience and elicit emotional response – desire to introduce changes.

Among the linguistic means used in “Solution” the most common are (9) syntactic parallelism (*When we need <...>, we just reach <...>; If we want <...>, we just look around; If we want <...>, we pass <...>*), (1) tripling (*What I'm suggesting is a system that will allow us to work more efficiently, communicate more effectively, and store information more sensibly*) <...> and (2) repetition. In the “Solution” move the following peripheral techniques are observed: (10) “appeal to wish”, the speaker prompts the audience to imagine a hypothetical situation using the imperative (*Imagine one giant desk <...>*); (8) seek common ground (use of the inclusive pronouns *we* and *our*) and (5) subject-representation (the use of the metaphor).

At the beginning of the “solution” move Ben introduces the notion of *cloud computing* as a possible way to increase the company's productivity using contrast and peripheral persuasion techniques. In the second part of the move the presenter provides a description of possible advantages of cloud computing technologies to show how beneficial they could be for the company and includes the use of (1) tripling, (3) interrogative utterances, (11) contrast and (12) strings of homogeneous sentence members. The following peripheral techniques were observed in this move: (13) appeal to authority (the speaker names companies that successfully use cloud computing technologies); (5) subject-representation (the use of qualitative and comparative adjectives); and (8) seek common ground (use of the inclusive pronouns *we* and *our*).

In the “Call for action” move the presenter compares the two possible courses of action (go on using the company's filing system to store information or opt for cloud computing) and their outcomes. In this move we observe (11) contrast (*whether to live in the last century dealing with email, local area networks, and lost files, or do we want to live in the 21st century; less time organizing and more time doing*), including (1) tripling (*benefits of cloud computing, online storage, and truly efficient collaboration*), (2) repetition, (3) interrogative utterances and (14) call for action *let's*. The peripheral techniques the presenter uses in this move are (5) subject-representation (*benefits of cloud computing, truly efficient collaboration, organize ourselves better, the best innovators*);

(10) appeal to wish (*we want to live*) and (8) seek common ground realized through the use of the inclusive *we* (or its forms) and temporal deixis *now*, which allows to include the audience in the activity. The peripheral technique (5) subject-representation is integrated into contrasting where evaluative vocabulary with a positive connotation is used to describe the new technology, cloud computing, (*truly efficient collaboration*), whereas the description of the methods used by the company up until now are presented as disadvantageous (*lost files*).

Example 1.4.

This example presents an analysis of the “grabbing attention” move in S. Jobs’ presentation of the first iPhone in 2007.

This is the day I’ve been looking forward to for two and a half years. Every once in a while, a (4) *revolutionary* product comes along that changes everything and Apple has been – well, first of all, one’s (3) *very fortunate* if you get to work on just one of these in your career. Apple (1) *has been* (3) *very fortunate*. (2) *It’s* (1) *1984* – (6) *we* (1) *introduced* the Macintosh. It (1) *didn’t just change* Apple. It (1) *changed* the whole computer (3) *industry*. (1) *In 2001*, (6) *we* (1) *introduced* the first iPod. And it (1) *didn’t just change* the way (5) *we all listen to* (3) *music*, it (1) *changed* the entire (3) *music* (3) *industry* (Jobs 2007).

During the “grabbing attention” move S. Jobs tells the audience of the Apple company’s path to success using (2) syntactic parallelism (*It’s 1984 – we introduced the Macintosh. It didn’t just change Apple. It changed the whole computer industry. In 2001, we introduced the first iPod. And it didn’t just change the way we all listen to music, it changed the entire music industry*) and a string of (3) repetitions. This move involves the use of such peripheral techniques as: (1) appeal to past experience (use of the finite Present Perfect and Past Simple verb-forms and time indicators of the past; (4) subject-representation (positive evaluation of Apple’s products); (5) seeking common ground (use of the inclusive pronouns *we* and *our*) and (6) self-representation.

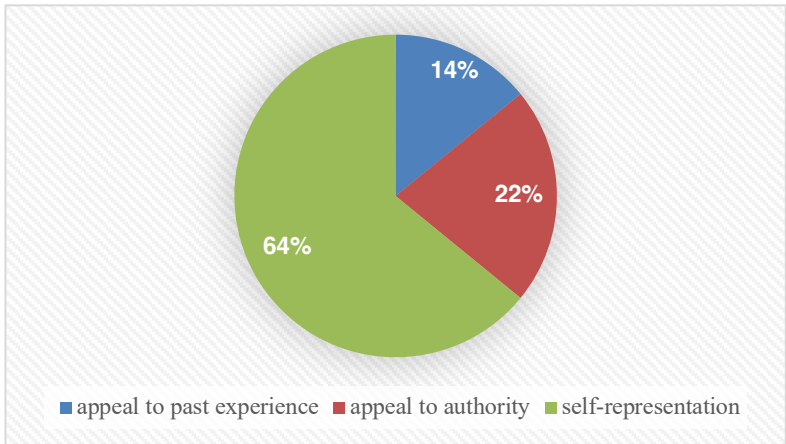
Study and results: Statistics on the use of peripheral (ethos and pathos) persuasion techniques in presentations

The corpus of British and American presentations subjected to analysis (approximately 10701 words) contains 335 instances of peripheral persuasive techniques of which 78 pertain to the ethos group and 257 to pathos (see *Table 1*). The pie-chart that follows presents the results of the conducted research (%).

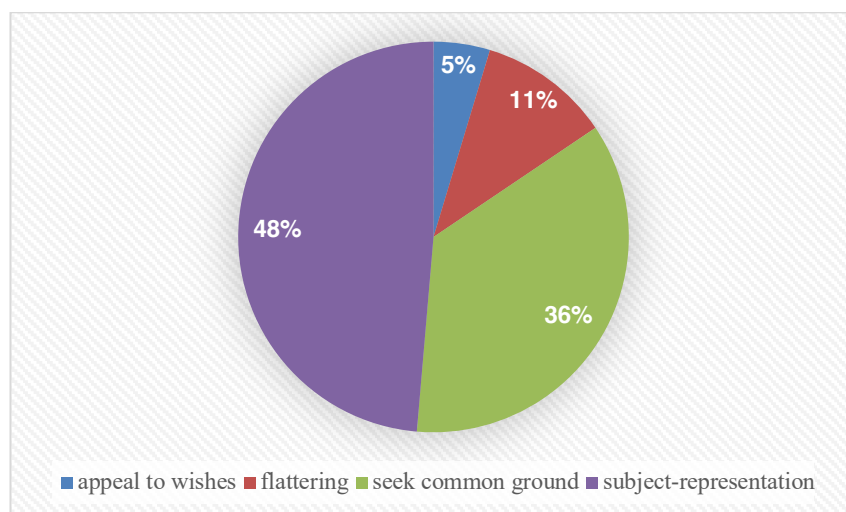
	<i>Persuasion technique</i>	<i>Number of techniques</i>
Ethos	Self-representation	50
	Appeal to authority	17
	Appeal to past experience	11
Pathos	Subject-representation	125
	Seek common ground	92
	Flattering	28
	Appeal to desires	12

Table 1. The number of persuasive techniques used in presentations of British and American companies

Amongst ethos persuasion techniques self-representation is most common in business presentations made by British and American authors (64%), appeal to authority ranks second (22%) and appeal to past experience – third (14%). In the case of pathos techniques – subject-representation ranks first (48%) with seeking common ground (36%), flattering (11%) and appeal to desires (5%) following.



Pie-chart 1: Ethos-oriented persuasion techniques used in business presentations



Pie-chart 2: Pathos-oriented persuasion techniques used in business presentations

Conclusion

Statistics prove that in presentations peripheral techniques are widespread with subject-representation being the most common pathos technique, and self-representation – the most common ethos one; unlike advertising and internet sites where flattering is most common (pathos) to satisfy the needs of the addressee’s negative face and self-representation – the addresser’s positive face.

Литература

1. Аристотель. Риторика // Тахо-Годи А. А. Античные риторика / пер. Н. Платоновой. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1978. – 592 с.
2. Арредондо Л. Искусство деловой презентации. – Челябинск: «Урал LTD», 1998. – 513 с.
3. Асмолова М. Л. Искусство презентаций и ведения переговоров. Учебник. – М.: РИОР: ИНФРА, 2010. – 247 с.
4. Аткинсон М. Выступать легко. Все, что вам нужно знать о речах и презентациях: пер. с англ. /М. Аткинсон. – 2-е изд. – Альпина Паблишерз, 2010. – 293 с.

5. Голоднов А. В. Античная риторика и современные концепции персуазивности // *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*. – Вып. 5. – Орел: Изд-во ОГИИК, ПФ «Картуш», 2007. – С. 27–33.
6. Гордина Е. А. Эффективное проведение презентаций: учеб. пособ. – Новосибирск: НГУЭУ, 2005. – 75 с.
7. Дзялошинский И. М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. Монография. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 572 с.
8. Доценко Е. Л. Манипуляция: феномены, механизмы и защита. – М., 2000. – 344 с.
9. Иванова К. В. Средства речевого воздействия в системе текстового единства: взаимодействие и взаимосвязь // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – Изд. «Грамота» (Тамбов). – 2015. – Вып. 1 (43). – С. 88–92.
10. Крапивкина О. А. Диалектическое взаимодействие аргументации и манипуляции в судебных дискурсивных практиках // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – Тамбов: Грамота, 2018. – № 12(90). – С. 130–133.
11. Лебедева И. С., Романова И. Д. Персуазивность, манипуляция, лингвистическое принуждение в бизнес-коммуникации // *Вопросы прикладной лингвистики*. Изд.: Некоммерческое партнерство «Национальное Объединение Преподавателей Иностранных Языков Делового и Профессионального Общения в сфере бизнеса». – 2018. – № 1(29). – С. 30–45.
12. Malyuga E., Petrosyan G. Speech aggression in corporate communication: The gender aspect in the philosophy of culture // *Wisdom*. – 2022. – № 3(2). – Pp. 124-136. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v3i2.837>
13. Malyuga E. N., Tomalin B. Communicative strategies and tactics of speech manipulation in intercultural business discourse // *Training, Language and Culture*. – 2017. – №1(1). – Pp. 28-47.
14. Нгуен Т. З. Бизнес-презентация как жанр делового общения / дис. ... канд. филол. наук: 10.02. 01 / Нгуен Тхи Занг. – М., 2012. – 197 с.
15. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азъ, 1992. – 960 с.

16. Романова И. Д. Технологии персуазивности в современной англоязычной бизнес-коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Романова Ирина Дмитриевна. – М., 2021. – 263 с.
17. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 134 с.
18. 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
19. Brown P., Levinson, S. C. *Politeness: Some universals in language usage*. – Cambridge University Press, 2014. – 345 p.
20. Business English Pod [Electronic resource] / 2019. – URL: <https://www.businessenglishpod.com> (дата обращения: 09.12.2021).
21. Cockcroft R, Cockcroft S. *Persuading People: An Introduction to Rhetoric (3rd Edition)*. – Palgrave Macmillan, 2014. – 323 p.
22. Darics E., Koller V. *Language in Business, Language at work*. – Macmillan Education. Palgrave. – 2018. – 343 p.
23. Feinberg J. Coercion // *Routledge encyclopedia of philosophy* / E. Craig (Ed.). – London: Routledge, 1998. – P. 387–390.
24. Gallo C. 5 Presentation tips from CEO Keynotes at CES / *Forbes*, 2015, January 9 [Electronic resource]. – URL: <https://www.forbes.com/sites/carminegallo/2015/01/09/5-presentation-tips-from-ceo-keynotes-at-ces/#28c680623a7a>. (дата обращения: 25.12.2021)
25. German K. M., Gronbeck B. E., Ehninger D., Monroe A. H. *Principles of public speaking (17th Edition)*. – Old Tappan, NJ: Pearson, 2010. – 320 p.
26. Jobs S. iPhone 2007 Presentation [Electronic resource]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vN4U5FqrOdQ>. (дата обращения: 11.03.2021)
27. Lakoff R. *Persuasive Discourse and Ordinary Conversation, with Examples from Advertising* // *Analyzing Discourse: Text and Talk* / D. Tannen (Ed.). – Washington DC: Georgetown University Press. – 1982. – Pp. 25–42.
28. Monroe A. H. *Monroe's principles of speech*. – Scott, Foreman and Company, 1951. – 298 p.
29. Mulholland J. *Handbook of Persuasive Tactics: A Practical Language Guide*. – L.; N. Y.: Routledge, 2005. – 424 p.

30. O'Keefe D.J. *Persuasion: Theory and research* (3rd ed.). – Thousand Oaks, CA: Sage, 2016. – 389 p.
31. Perloff R. M. *The dynamics of persuasion: communication and attitudes in the 21st century*. – Lawrence Erlbaum Associated, Mahwah, New Jersey, London, 2017. – 627 p.
32. Sean M. *Influencing and Persuasion Skills* [Electronic resource] / MTD Training & Ventus Publishing ApS, 2010. – 54 p. – URL: <https://bookboon.com/en/influencing-and-persuasion-skills-ebook>. (дата обращения: 20.09.2021)
33. Whalen D.J. *I see what you mean: Persuasive business communication*. – Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. – 255 p.

References

- Aristotel. (1978). *Ritorika*. In A. A. Taho-Godi, *Antichnie ritoriki*. M.: Izd-vo Moskovskogo un-ta.
- Arredondo, L. (1998). *Iskusstvo delovoj prezentacii*. Chelyabinsk: «Ural LTD».
- Asmolova, M. L. (2010). *Iskusstvo prezentacij i vedeniya peregovorov*. M.: RIOR.
- Atkinson, M. (2010). *Vystupat' legko. Vse, chto vam nuzhno znat' o rechah i prezentacijah*. Al'pina Pablsherz.
- 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
- Brown, P., & Levinson, S. C. (2014). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Business English Pod*. (2021). Retrieved December 9, 2021, from <https://www.businessenglishpod.com>.
- Chernyavskaya, V. E. (2006). *Diskurs vlasti i vlast' diskursa: problemy rechevogo vozdejstviya*. M.: Flinta: Nauka.
- Cockcroft, R., & Cockcroft, S. (2014). *Persuading People: An Introduction to Rhetoric (3rd Edition)*. Palgrave Macmillan.
- Darics, E., & Koller, V. (2018). *Language in Business, Language at work*. Macmillan Education. Palgrave.
- Docenko, E. L. (2000). *Manipulyaciya: fenomeny, mekhanizmy i zashchita*. M.
- Dzhaloshinskij, I. M. (2012). *Kommunikativnoe vozdejstvie: misheni, strategii, tekhnologii*. M.: NIU VSHE.

- Feinberg, J. (1998). Coercion. In E. Craig (Ed.), *Routledge encyclopedia of philosophy* (pp. 387–390). London: Routledge.
- Gallo, C. (2015, January 9). *5 Presentation tips from CEO Keynotes at CES / Forbes*. Retrieved December 25, 2021, from <https://www.forbes.com/sites/carminegallo/2015/01/09/5-presentation-tips-from-ceo-keynotes-at-ces/#28c680623a7a>.
- German, K. M., Gronbeck, B. E., Ehninger, D., & Monroe, A. H. (2010). *Principles of public speaking (17th Edition)*. Old Tappan, NJ: Pearson.
- Golodnov, A. V. (2007) Antichnaya ritorika i sovremennye koncepcii persuazivnosti. In *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse. Vyp. 5* (pp. 27– 33). Orel: Izd-vo OGIK, PF «Kartush».
- Gordina, E. A. (2005). *Effektivnoe provedenie prezentacij*. Novosibirsk: NGUEU.
- Ivanova, K. V. (2015). Sredstva rechevogo vozdejstviya v sisteme tekstovogo edinstva: vzaimodejstvie i vzaimosvyaz'. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 1 (43), 88–92.
- Jobs, S. (2021). *iPhone 2007 Presentation*. Retrieved March 11, 2021, from <https://www.youtube.com/watch?v=vN4U5FqrOdQ>.
- Krapivkina, O. A. (2018). Dialekticheskoe vzaimodejstvie argumentacii i manipulyacii v sudebnyh diskursivnyh praktikah. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 12(90), 130–133.
- Lakoff, R. (1982). Persuasive Discourse and Ordinary Conversation, with Examples from Advertising. In D. Tannen (Ed.), *Analyzing Discourse: Text and Talk* (pp. 25–42). Washington DC: Georgetown University Press.
- Lebedeva, I. S., & Romanova, I. D. (2018). Persuazivnost', manipulyaciya, lingvisticheskoe prinuzhdenie v biznes-kommunikacii. *Voprosy prikladnoj lingvistiki [Issues of applied linguistics]*, 1(29), 30–45.
- Malyuga, E., & Petrosyan, G. (2022). Speech aggression in corporate communication: The gender aspect in the philosophy of culture. *Wisdom*, 3(2), 124-136. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v3i2.837>
- Malyuga, E. N., & Tomalin, B. (2017). Communicative strategies and tactics of speech manipulation in intercultural business discourse. *Training, Language and Culture*, 1(1), 28-47.

- Monroe, A. H. (1951). *Monroe's principles of speech*. Scott, Foreman and Company.
- Mulholland, J. (2005). *Handbook of Persuasive Tactics: A Practical Language Guide*. L.; N. Y.: Routledge.
- Nguen, T. Z. (2012). *Biznes-prezentaciya kak zhanr delovogo obshcheniya*. (Candidate thesis, Russia, Moscow).
- O'Keefe, D.J. (2016). *Persuasion: Theory and research (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ozhegov, S. I., & Shvedova, N. Yu. (1992). *Tolkovyj slovar' russkogo yazyka*. M.: Az".
- Perloff, Richard M. (2017). *The dynamics of persuasion: communication and attitudes in the 21st century*. Lawrence Erlbaum Associated, Mahwah, New Jersey, London.
- Romanova, I. D. (2021). *Tekhnologii persuazivnosti v sovremennoj angloyazychnoj biznes-kommunikacii*. (Candidate thesis, Russia, Moscow).
- Sean, M. (2010). *Influencing and Persuasion Skills*. MTD Training & Ventus Publishing ApS. Retrieved September 20, 2021, from <https://bookboon.com/en/influencing-and-persuasion-skills-ebook>.
- Whalen, D.J. (1996). *I see what you mean: Persuasive business communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.

УДК 378

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.04>

Е.В. Монахова

Московский государственный педагогический университет,
Российский университет дружбы народов

Е.Е. Соколова

Московский физико-технический институт (национально-
исследовательский университет)

Е.А. Малахинова

АНО Центр дополнительного образования «Акцент»

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА В МЕТОДИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Проблема взаимного непонимания носителями различных культур зачастую обусловлена различиями национальных и языковых сознаний коммуникантов. Этим объясняется интерес представителей различных научных направлений, в частности психолингвистики, к изучению языкового сознания и выявлению общего и специфичного в национальных образах мира. В данной работе особое внимание уделяется лексическому компоненту, так как именно лексический и семантический компоненты языковой компетенции служат пониманию национальной культуры, а знание национально-культурных коннотаций слов способствует формированию межкультурной компетенции, и как следствие, успешному межкультурному взаимодействию. В статье подробно рассматривается такой вариант модели обучения лексике, как лексические смысловые ассоциации, способствующие формированию семантического компонента языковой компетенции, приводятся результаты проведенного ассоциативного эксперимента и возможные способы семантизации иноязычного лексического материала на занятии, что в значительной мере может способствовать успеху в межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: языковое сознание, ассоциации, ассоциативный эксперимент, термины родства, преподавание иностранных языков.

UDC 378

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.04>

E.V. Monakhova

Moscow City University,

Peoples' Friendship University of Russia

E.E. Sokolova

MIPT

E.A. Malakhinova

Accent Language Center

**PERSPECTIVES OF USING FREE ASSOCIATION TEST IN
THE METHODOLOGY OF TEACHING FOREIGN
LANGUAGES**

The problem of mutual misunderstanding between native speakers of different cultures often takes place because of the differences in national and linguistic consciousnesses of communicants. It explains the interest of representatives of various scientific fields, psycholinguistics in particular, in the study of linguistic consciousness and the identification of common and specific features in the vision of the world by carriers of different cultures. This work pays special attention to the lexical component, since it is the lexical and semantic components of linguistic competence that help to understand the national culture, provide knowledge of the national and cultural connotations of words that contributes to the formation of intercultural competence, and as a result, successful intercultural interaction. The article examines in detail such a model of teaching vocabulary as lexical semantic associations that contribute to the formation of the semantic component of language competence, it also introduces the results of the association test and possible ways of semanticizing foreign lexical material in the classroom, which can significantly contribute to success in intercultural communication.

Keywords: language consciousness, associations, association test, kinship terms, teaching foreign languages

Introduction

Efficient techniques for enhancing foreign language learners' language acquisition and motivation have long been in the focus of methodological studies (Mouhoubi-Messadh & Khaldi, 2022, Malyuga & Petrosyan, 2022). According to research findings, it takes a learner in average five to seven years to become fully competent in a foreign language, although students may vary in the speed with which they acquire this competence. Thus, Office for Standards in Education (Inspecting English as a second language with guidance on self-evaluation, London) claims that fluency in spoken English is usually achieved within two years, but the ability to read and understand more complex texts with unfamiliar cultural references takes much longer (OFSTED, p. 5).

One of the approaches to improve teaching a foreign language fluency is done through the appropriate content selection at each stage of learning, for example, the use of authentic material. Since language is known as a non-stative process whose changes are predetermined by various linguistic and extra-linguistic causes, such as migrations, cultural aspects, and technological innovations, there is a constant need for updated classroom materials (Can, Frazier, McManus & Rey, 2020). This approach is believed to facilitate a learner's foreign language usage in different contexts and develop students' perception of ethno-lingual awareness, disclose national and lingual peculiarity of foreign people, thus demonstrating the links of language education with psycholinguistics and linguocultural studies.

The process of decoding foreign language concepts in authentic texts, a flexible mental mechanism, can be initiated or stimulated through associations. Associative learning describes how two or more events or concepts can become associated (Kokkola, Mondragon & Alonso, 2017). The article will describe an associative approach to a foreign language teaching based on sociocultural theory (Lantolf, 2000) where associative mechanism is understood as one of the beneficial cognitive tools to be employed in the process of teaching a student as a cultural agent constructing knowledge within local environments. In comparison with definitions which state the associative method as emphasizing the connections between the new information and the background knowledge, which encourages learners to make full use of their

imagination, initiative, etc. Penny (2000) insists on this type of method performing a significant function by means of relative, similar or contrastive association arousing students' interest in a foreign language and promoting its understanding, recollection and application (You, 2001, pp. 124-126). We consider an associative approach as a means of gaining understanding of the active vocabulary through associations. By studying lexical and semantic structure of words with the help of free association test educators get a unique possibility to learn the types of links and connections with other words and learn about their significance for native speakers, which increases the possibility to teach students authentic foreign language (Malyuga & Orlova, 2016).

The ethnicity of national consciousness is reflected through the system of meanings, social stereotypes, cognitive schemes which are mirrored in verbal associations of native speakers. Therefore, the results of association studies can be of primary importance for foreign language teaching. Such studies can help to prevent communication conflicts based on mutual misunderstanding in cross-cultural communication because association tests reflect the way of thinking and behaviour patterns of a certain society.

Misunderstanding in intercultural communication often occurs due to the lack of cultural diversity. Thus, socio-cultural context reconstruction in teaching foreign languages through associative approach can serve as one of the means to solve the abovementioned problem.

Theoretical background

The notion of linguistic consciousness

The term "linguistic consciousness" is closely related to the concept of "consciousness". According to Leontiev (1993) consciousness in its immediacy is a picture of the world revealed to people, in which they themselves, their actions and states are included.

Currently, the most famous models are those worked out by Leontiev and Zinchenko (1988). Leontiev (1993) identified three main constituents of consciousness: sensory perception of an image, meaning and sense. Zinchenko (1988) distinguishes two layers in the structure of consciousness (ontological and reflexive) and adds a biodynamic structure to the number of components that form consciousness.

The concept of linguistic consciousness adopted in modern psycholinguistics (Goroshko, 2001, Zalevskaya, 2015, Tarasov, 2000, Ufimtseva, 2011 etc.) is understood as a set of perceptual and conceptual

knowledge of the individual about an object of the real world, the image of the world mediated by the language, external to verbal associations of respondents. Language consciousness is a dynamic phenomenon that gradually changes over time from one generation to the next. The main factor in its transformation is the changes taking place with the concepts that have developed in it, the formation of which is significantly influenced by the media, literature, social and political transformations in the society.

The theoretical basis of the study is the existing position in psycholinguistics that the content of consciousness is culturally determined. It includes the whole complex of ideas associated with the ethnic picture of the world, which reflects and transmits the way of life characteristic of this linguistic community.

The theoretical basis of the current study is the idea substantiated in psycholinguistics that the phenomena of reality perceived by a person in the process of activity and communication are displayed in his mind in such a way that this display fixes temporal, spatial, causal relationships of phenomena, objects and emotions caused by their perception. In this regard, a certain set of associations can be a model of linguistic consciousness (Karaulov, 1994). This set of associations is considered to be a model of consciousness, which is a set of rules for operating with cultural knowledge (Dmitrenko & Makhmutova, 2021). As a result of this, the bearer of a certain culture forms ideas about a fragment of the vision of the world, a system of axiological patterns and value orientations.

Investigation of linguistic consciousness by means of free association test

Consciousness or awareness of something is always a limitation, giving a certain form to one or another generalization that stands behind the word. How and what forms this or that culture imposes on the perception of the surrounding reality can be understood through the results of mass associative experiments.

There are various ways to identify the specifics of the images of consciousness of the carriers of a particular culture. Among the experimental studies, a special place is occupied by the so-called associative norms. As a rule, associative norms (or associative dictionaries) are the results of the processing of mass experiments conducted according to the method of free associative test. The

associative field of a particular word - stimulus obtained as a result of such an experiment is not only a fragment of a person's verbal memory, but also a fragment of the vision of the world by an ethnic group reflected in the mind of the "average" carrier of a particular culture, its motives and assessments and, consequently, its cultural stereotypes.

A generalized scenario of a free association test can be presented like this: the respondents are provided with a list of stimulus words, to which they, without hesitation, respond with one or more reaction words for a limited period of time. Then the data is statistically processed, the words-reactions are ranked according to the frequency of their appearance, taking into account the associations that were reproduced by at least three respondents. Nevertheless, the articles of associative dictionaries reflect all reactions, including single ones, their total number is indicated separately. Thus, researchers receive an ordered list of associations, which is considered to be the associative norm of the object under study. This associative chain reveals the most prominent features of the object in the minds of native speakers, making it possible to recreate the semantic portrait of the stimulus word. The Mass Free Association Test reveals the verbal associations of native speakers, which are recorded in the form of associative dictionaries and thesauruses.

The association test provides an opportunity to penetrate into the linguistic consciousness of a person, to analyze both the content of the concept itself and language stereotypes, as well as specific features of the mentality of people. The possibilities of association test as a tool for studying linguistic consciousness of different nations have been demonstrated by many modern researchers (Ufimtseva, 2011, Goroshko, 2001, Martinovich, 1989, Leontiev, 1993, Kubryakova, 1999, etc.), who emphasize the importance of this experiment for new research paradigms.

The perspectives of free association test implementation in the foreign language studying

In recent years, the tendency of linguists to study the linguistic personality from the point of view of readiness and ability to produce speech actions, has required a revision of the methodological foundations of teaching a foreign language. The revealed potential of an association test as a way of studying the specifics of meaning, is considered by many researchers (Zalevskaya, 2015, Luria, 1979, Ufimtseva, 2011) as a way to access consciousness, made it possible to conclude that the data

obtained as a result of such an experiment can serve as educational material for the formation of the lexico-semantic component of the linguistic competence of students.

Due to the fact that the task of teaching a foreign language as a means of communication (according to the communicative-oriented methodology of teaching foreign languages) inextricably merges both with the tasks of studying the social and cultural life of countries and people speaking this language, their linguistic vision of the world and linguistic consciousness, and with the readiness of a person to foreign language communication at the intercultural level, which is understood as an adequate interaction with representatives of other cultures.

When teaching interlingual and intercultural communication, it is important to compare the foreign languages and cultures under study with their native, familiar ones, since such a comparison helps to prevent the emergence of a conflict of cultures and languages.

Due to the fact that this conflict is most clearly manifested in the vocabulary (it is this part of the language that has - through lexical meaning - direct access to the real world, to extralinguistic reality), it is possible in order to optimize and develop the process of teaching foreign languages (when teaching vocabulary), to conduct experimental studies that reveal true semantics that could provide the teacher and students with the opportunity to use at their lessons the elements of comparative analysis of the concepts under study with concepts in their native language. One of the methods of such research is an association test.

Methodology

The theory of contextual learning developed by A. Verbitsky (2006) stems from the idea that context education contributes to creating psychological, pedagogical and methodological conditions for transforming educational activity gradually changing needs, motives, purposes, means and learning outcomes. By educational activity transformation the author means learning activity assimilation through modeling relevant content. Such a model is understood as a prototype of some real system, as a number of signs, which will transfer the peculiar properties of the original, alive context to a classroom (Verbitsky, 2006).

The above-mentioned transformation also manifests itself in the way the information is perceived. It is no longer a subject matter ready for consumption but a thought-provoking stimulus for the development of students' communicative abilities and skills. Obviously, the transition

from traditional education where the main goal is to accumulate knowledge to a competence-based approach is a requirement of our modern society. A traditional task-based curriculum presents the learner with the target language samples when a learner's attention is focused on task-completion and language practice primarily focuses on forms of the language, including syntax, morphology and phonology. In case of contextual learning, the classroom activities consist of meaning-centered and identifying tasks when a student is involved in the cognitive process of analyzing the communicative situations and formulating rules instead of memorizing them. It turns out crucially important to distinguish the context in which attention to the form (grammatical or lexical) takes place (Ellis, Simpson & Carson, 2008). A number of researchers note that the context-based approach has provided innovative parameters and a new dimension to the learning process, making it more transparent for a teacher and a student and focused on the specific level of communicative competence formation (Kim, 2015). The context serves as "the total environment in which a language unfolds" and a student, being actively engaged in learning, constructs knowledge in order to decode "the central code of another culture" (Kramsch, 2010, p. 67).

Empirical studies of applying associative method in English vocabulary learning proved that it is more efficient than a traditional one when teachers put emphasis on the meaning of a word and give explanations of the to-be-learned words, and only then provide examples to illustrate their usage. For example, participants taught with the help of associative method recalled almost 94.13% words in contrast with 86.86% words of those taught in the traditional way (Zhang, 2014).

In this study we propose a questionnaire based on the words denoting kinship in which the participants respond to a given prompt (Billmyer & Varghese, 2000). We intend to illustrate that designing the associative connections within the meanings of these words will help develop communicative tasks for students studying foreign languages. In our view a paired-associate task is based on cognitive processes which provoke elaboration which is a verbal inductive process when a respondent selects relevant features and attempts to induce relationships.

Study and results

Free Association Test on kinship vocabulary in the Russian language

Being an important historical and ethnographic source, kinship terms are of great interest not only for the history and ethnogenesis of people, but also for psycholinguistics as a means of studying the linguistic consciousness of representatives of a particular culture. Given that the relevant meaning of a word in the linguistic consciousness of a native speaker, as a rule, does not coincide with the dictionary meaning of this unit, it can be identified by experimental techniques, in particular with the help of an association test.

The long-lasting interest of researchers in words denoting kinship (in addition to the designations of consanguinity, the designations of legal kinship, marital kinship and, to some extent, kinship according to the religious rite of baptism) is not random. Researchers notice the typical features of kinship vocabulary: the relative simplicity and harmony of semantic groupings, their tendency to closure and stability, the distinctness of paradigmatic connections based on a similar set of differential features (Trautmann & Whitely, 2012, Kronenfeld, 2009, Kemp & Regier, 2012, Jones, 2010, Bloch, 2016, Kachinskaya, 2011, Kurilov, 2019).

The name "kinship terms", which has become traditional for this group of words, should be considered simply a convention, a tribute to tradition, and not the use of the word term in its exact meaning (Moiseev, 1985, p. 120).

The kinship system, representing one of the social institutions, is used as a source of information about it and about society as a whole. The terminology of kinship is such a linguistic means that reflects a social structure of the society and should be considered as a phenomenon of national culture.

It should be noted that the terminology of kinship in a broad sense includes a subgroup of consanguinity (relative, father, mother, son, daughter, brother, sister, grandfather, grandmother, aunt, uncle, parents, etc.) and a subgroup of property terms denoting persons in the relationship of intimacy arising as a result of marital relations of spouses (husband, wife) and their relatives (father-in-law, mother-in-law, son-in-law, daughter-in-law, brother-in-law, sister-in-law, etc.). Kinship relations and properties differ quite clearly in Russian: connection by blood is kinship, connection by marriage is a property.

In order to obtain semantic implications of the deep level of the lexicon, 60 respondents were offered the following association test:

Please react to the following situations. In some of the situations, you may find more than one response/reaction appropriate. In this case, please write down all the appropriate responses on the lines provided. Please do not discuss this questionnaire or your responses with others while you are filling it out.

Your answer:

a)

b)

c)

d)

Male/Female _____ Age _____

Native country/city _____

Native language _____

Specialty/Job _____

Date of filling the form _____

*Please write a word or a phrase that **first** comes to your mind when you see these words. Try not to think for a long time, write your first association, which can be a noun, a person's name, a verb, an adjective, a phrase, any word or words that come to your mind. E.g. airplane – sky, rose – red.*

Жена (Wife)

Дети (children)

Внучка (Granddaughter)

Шурин (brother-in-law)

Деверь (brother-in-law)

Тетя (aunt)

Прабабушка (прадедушка) (great-grandparent)

Зять (son-in-law)

Племянница (niece)

Дедушка (grandfather)

Родственник (relative)

Правнук (правнучка) great-grandchild

Дочь (daughter)

Двоюродный брат (сестра) cousin

Свекровь (mother-in-law)

Теща (mother-in-law)

Сестра (sister)

Правнук (great-grandson)

Муж (husband)
Внук (grandson)
Племянник (nephew)
Сестра мужа (sister-in-law)
Сестра жены (sister-in-law)
Прабабушка (great-grandmother)
Отец (father)
Дедушка (бабушка) grandparent
Сын (son)
Правнучка (great-granddaughter)
Тесть (father-in-law)
Свекор (father-in-law)
Брат (brother)
Родители (parents)
Родственники жены (мужа) (in-laws)
Внук (внучка) (grandchild)
Мать (mother)
Дядя (uncle)
Прадедушка (great-grandfather)
Невестка (daughter-in-law)
Бабушка (grandmother)

Having analyzed the associative fields of some kinship terms contained in the Russian Associative Dictionary (2002), and the results of an associative test, it should be noted that all kinship relationships and properties describe the same situation from two points of view, i.e. they have "counter relativity" for example, brother - sister, husband - wife, mother – daughter, grandfather – grandson, etc. It is not surprising that the most frequent reactions to many kinship terms are such converse terms. So, the father's stimulus is most often answered by the mother, the wife's response is given to the husband's stimulus, the aunt – uncle's stimulus, and vice versa.

Considering the associative fields of such commonly used words of the Russian language as father and mother it should be noted that the closest relatives for a person are parents. In the Russian language consciousness *father* causes the following associations: *mother* (the most frequent association) *family, my, son, dad, man, house, family*. The *father* is presented as *kind, good, strict, beloved, strong*. There are reactions such as *godfather, stepfather, single, alcoholic*.

According to the association test, *mother* in the representation of the Russian people is described like this: *mother* is *kindred, my, beloved, kind, mother, dear, the only, good, kindred soul*. The image of *mother* is bright, like the image of *father*, but "warmer", which is understandable, since the mother is usually closer, and the father is stricter; besides, often a woman brings up children alone without the financial and psychological support of the father. Typical are also cultural reactions of the stimulus, such as *homeland, land, heroine*, unrelated to kinship ties, or such as *Gorky* (association with M. Gorky's novel "Mother"). In folklore, a mother is a "*wet nurse*" (*mother earth*), a symbol that gives birth to all living things (life) and goes back to the pagan cult when the earth was perceived as a deity.

The generalizing term of kinship "*parents*" is represented in the Russian language consciousness by the following reactions: *my* (most frequent), *children, mom, dad and mom, folks and children, they are beloved, kind, good, relatives, strict, dear, close*. There are reactions such as *tormentors* or *drivers* (the words are rhymed in Russian), *educators, old people*. The analysis of the associative field of this term of kinship shows how important parents are for people, and what place they occupy in their life.

The terminology of kinship includes such words as *husband* and *wife*: marriage creates the basis for the emergence of property relations between their relatives. Most often in the Russian linguistic consciousness, *husband* is associated with *wife*, and vice versa, *wife* is associated with *husband*. The ideal image is of a husband and wife as a *couple*: a *husband / wife* should be faithful, beloved, loving, good.

Positive characteristics prevail: they want to see the *husband caring, reliable, gentle*, and the *wife – kind, beautiful, sweet, intelligent, affectionate*. Although there are such associations as *bad, gone, drunk, angry, fool and grumpy, unfaithful*.

The image of *mother-in-law* is interesting for the analysis. The most frequent reaction to the stimulus *mother-in-law* is *angry/wicked/bad-tempered*. It is characteristic that in the Russian culture *mother-in-law* is a mean, *angry, grumpy woman*. It seems that respondents most often rely on stereotypically prevailing opinions about the nature of *mother-in-law*, who *wants to kill, who screams and is the enemy*. The matter is *mother-in-law* often acts as a character in jokes. As a result, *mother-in-law* in the linguistic consciousness of Russian people is rather unattractive.

Although there are also positive reactions: *kind, beloved, dear friend*. The second most frequent reaction is *pancakes* (an association with the saying Mother-in-law's pancakes are sweet).

By way of comparison, a number of reactions presented in the Edinburgh Associative Thesaurus (Moiseev, 1963) to the stimulus mother-in-law, are different from the meanings of the Russian word mother-in-law. The most frequent reactions are the following words: joke, wife, marriage, none (no), relation (relative), mother, son, etc. Negatively colored words are very rare: bad, danger, fear, hate, hell, horror. Gribach (2005) explains such a difference in the perception of Russian and British relatives by the specifics of the relationship between parents and children in British families and housing conditions, when there is no tradition of cohabitation of representatives of two generations. The Western way of life, she believes, excludes the "grandmother – educator of grandchildren" model, and, as a result, many potential intergenerational disagreements of this kind are excluded (Gribach, 2005 p. 134).

In its turn, *father-in-law* is associated primarily with *mother-in-law* and *son-in-law*. There are reactions that are neutral in emotional coloring: *father, relative, wife's father*. Perhaps, by analogy with the image of mother-in-law, father-in-law is also presented as *wicked, bastard*.

The image of *son-in-law* is closely related to the image of *mother-in-law* which is the most frequent reaction. *Son-in-law* is also a *husband, a daughter's husband, a man, a sister's husband, a father*. Other reactions are: *take, likes to take* (association with the saying Son-in-law likes to take).

In the linguistic consciousness of Russians, *grandmother* is primarily associated with *grandfather*. This stimulus causes the following reactions: *old, kind, beloved, dear*. As you can see, the positive characteristics of the *grandmother* prevail. It is noted that the *grandmother lives in the village*, is associated with *a scarf, pies, childhood, glasses, pancakes*. There are also reactions such as *side by side with grandpa* (words from a previously popular song), *knit, damn, yaga* (a Russian fairy-tale character).

Grandfather is perceived, first of all, as *old*. The *grandmother's* reaction follows next in frequency. Such associations as *Lenin, Mazai*

and hares (a Russian literary character), *Frost* reflect the culture-specific concepts belonging to the Russian culture.

The analysis of reactions in the associative field of *brother* revealed that brother is *my, birth (sibling), my elder, friend, younger, by blood, cousin, sworn*. The most frequent reaction is *sister*. It is noteworthy that there are practically no negative reactions probably because in the Russian culture anyone close in spirit, in any activity can be called a brother, such words in the Russian language as brotherhood, brothers in arms, do not imply blood kinship.

In the native Russian culture, the stimulus *sister*, in addition to the most frequent – *brother*, causes the following reactions: *mercy, mine, elder, younger, beloved, cousin*. Interestingly, the respondents often give a *Carrie* reaction (the title of the novel by Theodore Dreiser). There is also an association of *talent* (the saying Brevity is the sister of talent).

The analysis of the word *son* showed that this stimulus is most often reacted to by *daughter*. For most of the respondents, *son* is *adult, beloved, small, good, the only one*, he is also associated with his *father, mother, brother*. There are also such reactions as *prodigal, student, bandit, student/non-achiever*.

Similar reactions were caused by the stimulus *daughter* – *adult, native, beloved, eldest, little, youngest, only*. The most frequent reactions are *my son and (daughter), mine*.

It should be noted that strong emotional attachment to *children*, which can be traced in reactions like *beloved, native, mother's*, is characteristic of Russian parents. This reaction can be exemplified by Gribach's observation referring to various historical sources, that there is the tradition of guardianship, dating back to the pre-Christian era and deeply rooted in Russian culture, when parents were charged with the duty of taking care of their children (Gribach, 2005, p.132).

Guidelines on using free association test results in the process of teaching foreign languages

The concepts under study clearly represent the cognitive, linguistic and emotional experience of a native speaker of the Russian language, their understanding of the surrounding reality, as well as the connections and relationships inherent in this reality. This can contribute to the improvement of the mechanism of mutual understanding between representatives of two different cultures in intercultural communication, forming lexical, and at the same time semantic components of the

linguistic competence of the communicant, for whom the Russian language is not native, or for the native speaker of the Russian language who learns a foreign language.

Teaching a foreign language involves students mastering the peculiarities of the cultural life of its native speakers with the help of associative lexico-semantic exercises and microtexts. The technique of microtexts worked out by Hiryoova (2004) can be considered as a new approach to the formation of the lexical component of the linguistic, as well as socio-cultural competence of students. Such microtexts, composed of associative words-concepts, interpret this concept, visually presenting the experience of a native speaker.

The outline of working with such microtexts include the following stages of learning activities: exercises for creating associative fields around the concept-stimulus; exercises with microtexts characterizing the given word and finally exercises aimed at identifying the semantics of the word in other texts.

The groups of associations highlighted in the microtext can be considered in it as the key words of the text, launching a scenario that develops a system of associative links with the concept-stimulus.

A clear interpretation of the concept with the help of an associative lexical and semantic microtext creates the most accurate image of a foreign word for students and prevents inadequacy of its perception (Hiryoova, 2004).

Further we provide a sample of lexical exercises on semantics, assimilation and consolidation of lexical units included in the word-concept "kinship" with reference to associations presented in 4.1. For associations reflected by the English speaking community we used the website <https://wordassociations.net/en/words-associated-with/KINSHIP>

First and foremost, to motivate students to study the proposed lexical unit, it is advisable to use extralinguistic objects that should be thought-provoking and meet age criteria. For example, a teacher can use visual aids (video, pictures, etc.) as an introduction to the topic and ask students to think what they have in common with the word "kinship".

Stage 1 (working with associative fields of the foreign language). Mastering the lexical concept of "kinship" and associations presented in microtexts in the form of keywords at different levels.

At the language level:

Task 1. Compare the words denoting members of the family in the Russian language (see the association test above) with their equivalents in the English language. Do you think the diversity of Russian words and the limited number of words denoting in-law relations and lack of words of common gender in the Russian language tell on the associations reproduced by the representatives of these two cultures?

Task 2. Whose linguistic consciousness, do you think, is characterized by the following associations of the stimulus word "mother" – Russian or English? Which group of associations (first or second) is more inherent in the Russian language consciousness, which one is English.

a) My, beloved, kind, mother, dear, the only, good, land, heroine?

b) Housewife, Teresa, maternity, governess, tongue, dear, upbringing, goose, tenderness, affectionate, loving

Task 3. There are 10 associations to the word "family" that exist in the English language consciousness written on the board, remember and reproduce them when they are removed.

At the speech stage:

Task 1. Try to combine a word with the previously selected associative series of words inherent in the English vision of the world to construct ten statements (phrases), e.g. the only beloved mother. Is it also typical of the Russian people to say that?

Task 2. Playing a *Snowball* game: the first student composes a phrase with a word and one or more associations connected with it. The second student repeats this phrase and adds their own, using other associations. The game continues until all the associated words are used. The winner is the student who can repeat all the phrases composed during the game.

At the communicative level:

Task 1. Find similarities and differences in the associative fields of the concept "kinship" presented by native speakers of the English and the Russian languages. Which similarities (differences) can be considered the main ones?

Task 2. Work in groups. Relying on the associative fields, create microtexts - characteristics of the concept a) from the point of view of the Russians b) from the point of view of the English people.

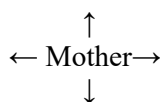
Task 3. Work in pairs. Come up with a situation (dialogue) on the topic, using as many associations connected with a word "family" as possible.

Stage 2. (working with ready-made microtexts) This task is based on associations presented in microtexts in the form of keywords. **At the language level:** the task can be performed in groups. Read the microtext describing the ideas of native English speakers about the concept ‘mother’, ‘father’, etc.

A) Find in the text the adjectives defining the concept ‘mother’, ‘father’, etc. For example, What person can be called mother, father, etc.?

B) Identify and name the nouns associated with the word ‘mother’, ‘father’, etc.

For example,



At the speech level:

A) Ask the members of other groups questions based on the microtext you have read. Finish the phrases:

Mother (father, etc.) is _____

Mother (father, etc.) is related to _____

Mother (father, etc.) is associated with _____

At the communicative level:

Relying on the comparative analysis of the ideas of Russians and Englishmen, reveal the most significant similarities in the understanding of the concept ‘mother’, ‘father’, etc. What discrepancies indicating differences in the understanding of this concept by representatives of different cultures could you identify?

The third stage of work on the semantics of the selected concept includes exercises aimed at identifying the semantics of the concept-words in other texts. For example, compare the Russian and English sayings on different members of the family. Is the attitude positive or negative? Or both? What cultural aspect of the concept do the sayings reflect in the Russian and English language? For instance:

Family: The family that (eats) prays together stays together.

Eat and drink with your relatives but do business with strangers.

В дружной семье и в холод тепло.

Вся семья вместе, так и душа на месте.

В семье разлад, так и дому не рад.

Children: Parents who are afraid to put their foot down usually have children who step on their toes.

If you want your children to have a peaceful life, let them suffer a little hunger and a little coldness.

Do not confine your children to your own learning, for they were born in another time.

Giving your son a skill is better than giving him one thousand pieces of gold.

С детьми горе, а без них вдвое.

Кто детям потакает, тот сам плачет.

Маленькие детки — маленькие бедки, а большие детки — и большие бедки.

Дитячко что тесто, как замесил, так и выросло.

Grandparents: Some of our greatest blessings call us 'grandma' and 'grandpa'.

When grandparents enter the door, discipline flies out of the window.

Grandparents are, without a doubt, some of the world's best educators.

Для внука дедушка — ум, а бабушка — душа.

Люблю своих детей, но внуки милей.

У кого есть бабушка и дед, тот не ведает бед.

Mother-in-law: Once blessed with a wonderful mother; twice blessed with my mother-in-law.

The only thing more intimidating than a huge international film star is your mother-in-law.

A daughter-in-law cannot be perfect by herself. A beautiful mother-in-law helps her be one.

A car is like a mother-in-law — if you let it, it will rule your life.

Свёкор — гроза, а свекровь выест глаза.

Удивительное явление, когда меж невесткой и свекровью разумение.

У хорошей тещи зятек — самый любимый сынок.

Зять говорит с тещей до вечера, а послушать нечего.

Conclusion

As Tarasov indicates systemic qualities of cultural changes are not directly observable, they are supersensual and often symbolic. The symbolic character of the systemic qualities of cultural objects, which does not reveal itself in the objects themselves, is revealed only to a

person who has knowledge of the system in which a particular cultural object acquires these qualities. Thus, the supersensual qualities of the objects of a particular culture are revealed only to the bearer of this culture, who has knowledge of the cultural and social systems of which these cultural objects are an element (Tarasov, 1996, p. 33).

How and what forms this or that culture imposes on the perception of the surrounding reality can be understood with the help of mass association test. The associative field of a particular word - stimulus obtained as a result of such an experiment is not only a fragment of a person's verbal memory, but also a fragment of the vision of the world of a particular ethnic group reflected in the consciousness of an "average" carrier of a particular culture, his motives and assessments and, consequently, his cultural stereotypes. Studies of linguistic consciousness with the help of an associative experiment make it possible to identify both the systematic content of the consciousness behind the word in a particular culture, and the consistency of the linguistic consciousness of the carriers of a particular culture as a whole and show the uniqueness of the vision of the world of each culture (Ufimtseva, 2011, p.207).

Lexico-semantic exercises, in which the words-reactions that are part of the associative fields of the studied concepts are highlighted as key ones, open up wide opportunities for compiling various exercises that contribute to optimizing the process of learning a non-native language. Associative exercises used in the learning process do not only provide the development of associative connections of words in the minds of students, but also develop the skills of understanding, combination and implementation of lexical units, activate the mental activity of students, enrich their vocabulary, make it possible to use a comparative method with the material being studied, form background knowledge (knowledge of realities and culture) of students, provide an opportunity, along with language, to develop the linguistic and cultural competence of students, and, finally, introduce an element of entertainment and play into the process of study.

Литература

1. Биллмайер К., Манга В. Исследование инструментальной прагматической вариативности: эффекты улучшения тестов на

- завершение дискурса // Прикладная лингвистика. – 2000. – № 21. – С. 517-552.
2. Блох М. В телах друг друга и вне их: Теория Разума, Эволюция, Истина и Природа социального. – Оксфорд: Ратледж, 2016.
 3. Бутлер Р. Дж. Исследование содержания основных конструкций // Теория и практика личностных конструкторов. – 2006. – №3. – С. 27-33.
 4. Вахитова Т.Ф. Лингвокультурологический подход к изучению лакун лексико-семантической группы "термины родства" в сопоставительном аспекте // МНКО. – 2018. – №5 (72). – Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskiy-podhod-k-izucheniyu-lakun-leksiko-semanticheskoy-gruppy-terminy-rodstva-v-sopostavitelnom-aspekte> (дата обращения: 30.07.2022).
 5. Вербицкий А. Контекстное обучение в компетентностном подходе // Высшее образование в России. – 2006. – №11. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontekstnoe-obuchenie-v-kompetentnostnom-podhode-1> (дата обращения: 25.08.2022).
 6. Горошко Е.И. Языковое сознание: Ассоциативная парадигма: дисс. ... д. филол. н.: 10.02.19. – Москва, 2001. – 287 с.
 7. Грибач С.В. Образ семьи в языковом сознании русских (гендерный аспект). Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2005. – 252 с.
 8. Дмитренко Т.А., Махмутова Е.Н. Овладение студентами межкультурной коммуникацией при обучении иностранному языку как психолого-педагогическая проблема // Вопросы прикладной лингвистики. – 2021. – № 42. – С. 40-67.
 9. Джоунс Д. Человеческое родство, от концептуальной структуры до грамматики // Поведенческие науки и науки о мозге. – 2010. – №33. – С. 367-416.
 10. Еллис Н., Симпсон В., Майнард К. Шаблонный язык у носителей первого и второго языков, корпусная лингвистика и TESOL: Психолингвистика, корпусная лингвистика и TESOL // Квартальный выпуск TESOL. – 2008. – №42. – 375-396.
 11. Залевская А.А. Значение слова и возможности его описания // Языковое сознание: формирование и функционирование / Отв. ред. Н.В. Уфимцева. – М., 1998. – С. 35–55.

12. Залевская А.А. «Рефлексия» и «языковое сознание»: вопросы терминологии // Вестник ТвГУ. Серия: Филология. – №4. – 2015. – С. 29-36.
13. Зинченко В.П. Проблема образующих сознания в деятельностной теории психики // Вестник МГУ. Сер. 14. «Психология». – 1988. – № 3. – С. 25-33.
14. Караулов Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть / РАН Науч. шк. "Рус. языковая личность" Рос. фонда фундам. исслед. – М., 1999. – 180 с.
15. Качинская И. Б. Термины родства и языковая картина мира (по материалам архангельских говоров). – Indrik, 2018. – 317 с.
16. Кемп С., Реджир Т. Родственные термины в разных языках отражают общие коммуникативные принципы // Наука. – 2012. – №336(6084). – С. 1049-1054.
17. Ким Дж. Учебная программа, основанная на компетенциях: эффективный подход к обучению цифровому кураторству// Журнал образования в области библиотечного дела и информатики. – 2015. – Выпуск 56, 4. – С. 283-297.
18. Коккола Н., Мондрагон Е., Алонсо Е. Модель ассоциативного обучения с двойной коррекцией ошибок в реальном времени. – Сити, Университет Лондона, 2017. – 143 с.
19. Крамш К. Контекст и культура в обучении иностранным языкам. – Изд-во: Оксфорд, 2010.
20. Кроненфелд Д. Родство Фанти и анализ терминологии родства. – Урбана: Университет Иллинойс Пресс, 2009.
21. Кубрякова Е.С. Языковое сознание и языковая картина мира. // Филология и культура. Материалы международной конференции. – Часть 1. – Тамбов, 1999. – С. 6-13.
22. Курилов Г. Н. Термины родства, отражающие древнюю культуру тундренных юкагиров // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/terminy-rodstva-otrazhayusche-drevnyuyu-kulturu-tundrennyh-yukagirov> (дата обращения: 30.07.2022).
23. Лантольф Дж. Введение в социокультурную теорию // Социокультурная теория и изучение второго языка, 2000. – С. 1-26.

24. Леонтьев А.А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1993. – С. 16-21.
25. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность: учебное пособие. – Москва: Смысл: Академия, 2004. – 352 с.
26. Лурия А. Р. Язык и сознание / под ред. Е. Д. Хомской. – М: Изд-во Моск. ун-та, 1979 – 320 с.
27. Malyuga E.N., Petrosyan G.O. Effective Integration of Distance Courses Through Project-Based Learning // *Frontiers in Education*. – Volume 6 :788829. – 2022. doi: 10.3389/feduc.2021.788829
28. Malyuga E.N., Orlova S.N. Teaching Professional English Terminology to Students of Economic Universities // 8th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN). – 2016. – Barcelona, SPAIN. – Pp. 7236-7241. <http://dx.doi.org/10.21125/edulearn.2016.0575>
29. Мартинович Г. А. Вербальные ассоциации и организация лексикона человека // *Филологические науки*. – 1989. – № 3. – С. 39-45.
30. Моисеев А.И. Термины родства в современном русском языке // *Науч. докл. высш. школы: Филол. науки*. – 1963. – №2. – С. 120-132.
31. Моисеев А.И. Термины родства и свойства как конверсивы на материале русского языка // *Лексико-семантические группы современного русского языка: Сб. научн. трудов – Новосибирск: НГПИ*. – 1985. – С.13-14.
32. *Общение. Языковое сознание. Межкультурная коммуникация / ред. Виноградов В.А.; Сорокин Ю.А., Уфимцева Н.В., Изд-во: М.: Институт языкознания РАН, 2005. – 296 с.*
33. ОФСТЕД. Изучение английского языка в качестве дополнительного языка: 11-16 с руководством по самооценке. – Лондон, 2001.
34. Пенни Ю. Курс преподавания иностранных языков: практика и теория. – Пекин: Издательство по преподаванию и исследованию иностранных языков, 2000.
35. *Русский ассоциативный словарь: [В 2 т.] / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева [и др.]; Рос. акад. Наук. – М.: АСТ: Астрель, 2002.*

36. Стейси А., Амэс С., Гренард Дж. Словесные ассоциативные тесты ассоциативной памяти и имплицитные процессы: теоретические и оценочные вопросы // Руководство по имплицитному познанию и зависимости под. ред. Виерс, Р., Стейси, А., 2006. – С. 75-90.
37. Тарасов Е.Ф. Языковое сознание — перспективы исследования // Языковое сознание: содержание и функционирование. XIII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации: тез. докл. Москва, 1—3 июня 2000 г. / под ред. Е. Ф. Тарасова. – М., 2000. – С. 3–4.
38. Тарасов Е.Ф. Межкультурное общение — новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. статей / под ред. Н. В. Уфимцевой. – М., 1996. – С. 7—22.
39. Тарасов Е.Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира: сб. статей / под ред. Н. В. Уфимцевой. – М., 2000. – С. 24—32.
40. Траутманн Т., Вайтли П. Кроу-Омаха: Новый взгляд на классическую проблему анализа родства. –Тусон: Издательство Аризонского университета. – 2012.
41. Уфимцева Н.В. Языковое сознание: динамика и вариативность. – М.: Институт языкознания РАН, 2011. – 252 с.
42. Хирёва Л. Н. Использование лексических смысловых ассоциаций в практике преподавания русского языка как иностранного французским и американским учащимся. – Государственный институт русского языка им. АС Пушкина, 2004.
43. Чжан М. Эмпирическое исследование применения ассоциативного метода при изучении лексики английского языка в колледже // Преподавание английского языка. – 2014. – №7(6). – 68-73.
44. Ю З. Р. Краткий обзор Метода ассоциаций в преподавании английского языка // Журнал социальных наук Хунаньского педагогического университета. – 2001. – № 30 (1). – С. 124-126.
45. Can T., Frazier S., McManus C., Rey A. Glocalisation in action: ‘Less is More’ English coursebook series // Training, Language and

Culture. – 2020. – №4(2). – Pp. 56-66. Doi: 10.22363/2521-442X-2020-4-2-56-66

46. Mouhoubi-Messadh C., & Khaldi K. Dealing with foreign language speaking anxiety: What every language teacher should know // Training, Language and Culture. – 2022. – №6(1). – Pp. 20-32. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-1-20-32

References

- Billmyer, K. (2000). Investigating instrument-based pragmatic variability: Effects of enhancing discourse completion tests. *Applied Linguistics*, 21(4), 517–552. <https://doi.org/10.1093/applin/21.4.517>
- Bloch, M. (2016). *In and Out of Each Other's Bodies: Theory of Mind, Evolution, Truth, and the Nature of the Social*. Oxford: Routledge
- Butler, R. J. (2006). Investigating the content of core constructs. *Personal Construct Theory Practice*, 3, 27–33.
- Can, T., Frazier, S., McManus, C., & Rey, A. (2020). Glocalisation in action: 'Less is More' English coursebook series. *Training, Language and Culture*, 4(2), 56-66. Doi: 10.22363/2521-442X-2020-4-2-56-66
- Dmitrenko, T.A., & Makhmutova, E.N. (2021). Students' intercultural communication skilling in the process of foreign language learning as a psychological and pedagogical problem. *Issues of Applied Linguistics*, 42, 40-67.
- Ellis, N., Simpson, V., & Maynard, C. (2008). Formulaic language in native and second language speakers: Psycholinguistics, Corpus Linguistics, and Tesol. *TESOL Quarterly*, 42(3), 375–396. <https://doi.org/10.1002/j.1545-7249.2008.tb00137.x>
- Goroshko, E.I. (2001). *Yazykovoe soznanie: Associativnaya paradigma*. (PhD thesis, Russia, Moscow).
- Gribach, S.V. (2005) *Obraz sem'i v yazykovom soznanii russkikh (gendernyj aspekt)*. (PhD thesis, Russia, Moscow).
- Hiryova, L.N. (2004). *Ispol'zovanie leksicheskikh smyslovykh asociacij v praktike prepodavaniya russkogo yazyka kak inostrannogo francuzskim i amerikanskim uchashchimsya*. (PhD thesis, Russia, Moscow, Gosudarstvennyj institut russkogo yazyka im. AS Pushkina).

- Jones, D. (2010). Human kinship, from conceptual structure to grammar. *Behavioral and Brain Sciences*, 33(5), 367–381. <https://doi.org/10.1017/s0140525x10000890>
- Jones, D. (2014). Crow-omaha. new light on a classic problem of kinship analysis. *Anthropos*, 109(2), 745–746. <https://doi.org/10.5771/0257-9774-2014-2-745>
- Kachinskaya, I.B. (2018). *Terminy rodstva i yazykovaya kartina mira (po materialam arhangel'skih govorov)*. Indrik.
- Karaulov, Y.N. (1999). *Aktivnaya grammatika i asociativno-verbal'naya set'*. RAN Nauch. shk. "Rus. yazykovaya lichnost'" Ros. fonda fundam. issled. Moscow.
- Karaulov, Yu.N., Cherkasova, G.A., Ufimceva, N.V. et al. (Eds.) (2002). *Russkij asociativnyj slovar'*. Ros. akad. Nauk. M.: AST: Astrel'.
- Kemp, C., & Regier, T. (2012). Kinship categories across languages reflect general communicative principles. *Science*, 336(6084), 1049–1054. <https://doi.org/10.1126/science.1218811>
- Kim, J. (2015). Competency-based curriculum: An effective approach to digital curation education. *Journal of Education for Library and Information Science Online*, 56(4), 283–297. <https://doi.org/10.12783/issn.2328-2967/56/4/2>
- Kokkola, N. H., Mondragón, E., & Alonso, E. (2019). A double error dynamic asymptote model of associative learning. *Psychological Review*, 126(4), 506–549. <https://doi.org/10.1037/rev0000147>
- Kramersch, C. (2010). *Context and Culture in Language Teaching*. Oxford University Press.
- Kronenfeld, D. B. (2009). *Fanti Kinship and the Analysis of Kinship Terminologies*. Urbana: University of Illinois Press.
- Kubryakova, E.S. (1999). Yazykovoe soznanie i yazykovaya kartina mira. In *Filologiya i kul'tura. Materialy mezhdunarodnoj konferencii* (pp. 6-13). Tambov.
- Kurilov, G.N. (2019). Terminy rodstva, otrazhayushchie drevnyuyu kul'turu tundrennyh yukagirov. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2. Retrived from: <https://cyberleninka.ru/article/n/terminy-rodstva-otrazhayushchie-drevnyuyu-kulturu-tundrennyh-yukagirov> (accessed: 30.07.2022)
- Lantolf, J. (2000). Introducing socio-cultural theory. In *Sociocultural theory and second language learning* (pp. 1-26). Moscow.

- Leont'ev, A.A. (1993). Yazykovoe soznanie i obraz mira. In *Yazyk i soznanie: paradoksal'naya racional'nost'* (pp. 16-21). M.: In-t yazykoznaniiya RAN.
- Leont'ev, A.N. (2004). *Deyatel'nost'. Soznanie. Lichnost'*. Moskva: Smysl: Akademiya.
- Luriya, A. R. (1979). *Yazyk i soznanie*. M: Izd-vo Mosk. un-ta.
- Malyuga, E. N., & Petrosyan, G. O. (2022). Effective Integration of Distance Courses Through Project-Based Learning. *Frontiers in Education*, 6, 788829. doi: 10.3389/educ.2021.788829
- Malyuga, E.N., & Orlova, S.N. (2016). Teaching Professional English Terminology to Students of Economic Universities. In *8th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN)* (pp. 7236-7241). Barcelona, SPAIN. <http://dx.doi.org/10.21125/edulearn.2016.0575>
- Martinovich, G.A. (1989). Verbal'nye associacii i organizaciya leksikona cheloveka. *Filologicheskie nauki*, 3, 39-45.
- Moiseev, A.I. (1963). Terminy rodstva v sovremennom russkom yazyke. *Nauch. dokl. vyssh. shkoly: Filol. Nauki*, 2, 120-132.
- Moiseev, A.I. (1985). Terminy rodstva i svoystva kak konversivy na materiale russkogo yazyka. In *Leksiko-semanticheskie gruppy sovremennogo russkogo yazyka* (pp. 13-14). Novosibirsk: NGPI.
- Mouhoubi-Messadh, C., & Khaldi, K. (2022). Dealing with foreign language speaking anxiety: What every language teacher should know. *Training, Language and Culture*, 6(1), 20-32. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-1-20-32
- OFSTED (2001) *Inspecting English as an additional language: 11–16 with guidance on self-evaluation*. London, OFSTED.
- Penny, U. (2000). *A Course in Language Teaching: Practice and Theory*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.
- Stacy, A. W., Ames, S. L., & Grenard, J. L. (2006). *Word association tests of associative memory and implicit processes: theoretical and assessment issues*. In R. W. Wiers, A. W. Stacy (Eds.), *Handbook of Implicit Cognition and Addiction* (pp. 75-90). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tarasov, E.F. (1996). Mezhekul'turnoe obshchenie - novaya ontologiya analiza yazykovogo soznaniya. In N. V. Ufimceva (Ed.), *Etnokul'turnaya specifika yazykovogo soznaniya* (pp. 7-22). Moscow.

- Tarasov, E.F. (2000). Aktual'nye problemy analiza yazykovogo soznaniya. In N. V. Ufimceva (Ed.), *Yazykovoe soznanie i obraz mira* (pp. 24-32). Moscow.
- Tarasov, E.F. (2000). Yazykovoe soznanie — perspektivy issledovaniya. In E.F. Tarasov (Ed.), *Yazykovoe soznanie: sodержanie i funkcionirovanie. XIII Mezhdunarodnyj simpozium po psiholingvistike i teorii kommunikacii* (pp. 3-4). Moscow.
- Ufimceva, N.V. (2011). *Yazykovoe soznanie: dinamika i variativnost'*. M.: Institut yazykoznaniya RAN.
- Vahitova, T.F. (2018). Lingvokul'turologicheskij podhod k izucheniyu lakun leksiko-semanticheskoy gruppy "terminy rodstva" v sopostavitel'nom aspekte. *MNKO*, 5 (72). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskij-podhod-k-izucheniyu-lakun-leksiko-semanticheskoy-gruppy-terminy-rodstva-v-sopostavitelnom-aspekte> (accessed: 30.07.2022).
- Verbitskii, A. (2006). Kontekstnoe obuchenie v kompetentnostnom podkhode. *Vyshee obrazovanie v Rossii*, 11, 39-46.
- Vinogradov, V.A., Sorokin Yu.A., & Ufimceva, N.V. (Eds.) (2005). *Obshchenie. Yazykovoe soznanie. Mezhkul'turnaya kommunikaciya*. M.: Institut yazykoznaniya RAN.
- You, Z. R. (2001). A Brief Look into the Method of Association in English Teaching. *Journal of Social Science of Hunan Normal University*, 30(1), 124-126.
- Zalevskaya, A.A. (1998). Znachenie slova i vozmozhnosti ego opisaniya. In N.V. Ufimceva (Ed.), *Yazykovoe soznanie: formirovanie i funkcionirovanie* (pp. 35–55). Moscow.
- Zalevskaya, A.A. (2015). «Refleksiya» i «yazykovoe soznanie»: voprosy terminologii. *Vestnik TvGU. Seriya: Filologiya*, 4, 29-36.
- Zhang, M. (2014). An empirical study of applying associative method in college English vocabulary learning. *English Language Teaching*, 7(6). <https://doi.org/10.5539/elt.v7n6p68>
- Zinchenko, V.P. (1988). Problema obrazuyushchih soznaniya v deyatelnostnoj teorii psihiki. *Vestnik MGU. Ser. 14. «Psihologiya»*, 3, 25-33.

УДК 811

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.05>

Е.И. Мадинян

Российский университет дружбы народов

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНО МАРКИРОВАННЫХ АЛЛЮЗИЙ В БРИТАНСКОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ (ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ПОДХОД)

Исследование аллюзий в деловом дискурсе приобрело важное значение, и этой теме посвящено большое количество исследований в связи с возрастающим интересом к вопросу манипулирования общественным мнением и формирования мировоззрения людей с помощью стилистических приемов. Статья посвящена исследованию аллюзий в лингвокультурологическом аспекте. Целью исследования является выявление особенностей употребления национально маркированных аллюзий в британском деловом дискурсе. Теоретическая база исследования включает в себя критический анализ лингвистических работ по экономическому дискурсу и аллюзиям. В статье приводятся определения аллюзии, а также рассматриваются ее типы и источники. Особое внимание уделяется аллюзии как фигуре, отражающей культурные и национальные ценности народа. Кроме того, анализируются примеры национально маркированных аллюзий, взятых из статей британской газеты-таблоида. Научная новизна работы состоит в исследовании источников аллюзий, с помощью которых особенно ярко передаются ценности народа, а также их роль в освоении культурного наследия. Особое внимание уделяется особенностям использования конкретных типов аллюзий и описанию интенций автора. Проанализировав источники национально маркированных аллюзий, отобранных из заголовков британской газеты, автор приходит к выводу, что в большинстве случаев авторы статей ссылаются на библейские сказания и мифологические произведения. Выводы снабжены количественными данными.

Ключевые слова: аллюзии, национально маркированная лексика, деловой дискурс, британский бизнес-дискурс, лингвокультурология

UDC 811
<https://doi.org/10.25076/vpl.47.05>
E.I. Madinyan
RUDN University

**PECULIARITIES OF THE USE OF NATIONALLY
MARKED ALLUSIONS IN BRITISH BUSINESS DISCOURSE
(LINGUOCULTURAL APPROACH)**

The study of allusions in business discourse has gained importance and a great number of works is devoted to this subject due to increasing interest in the issue of manipulating public's opinion and forming people's worldview by means of stylistic devices. The article is devoted to the study of allusions in linguocultural aspect. The aim of the study is to identify the peculiarities of the use of nationally marked allusions in British business discourse. Theoretical background of the research includes critical analysis of linguistic works on economic discourse and allusions. The article provides definitions of allusion, as well as discusses its types and sources. Particular attention is paid to allusion as a figure reflecting cultural and national values of the society. Besides, examples of nationally marked allusions taken from the articles of the British tabloid are analyzed. The scientific novelty of the research consists in the study of the sources of allusions, with the help of which the values of the nation are vividly transmitted, as well as their role in the development of cultural heritage. Particular attention is paid to the use of specific types of allusions and the description of the author's intentions. Having analyzed the sources of nationally marked allusions, selected from the headlines of the British newspaper articles, the author concludes that in most cases, the authors of the articles refer to the Biblical quotes and mythological stories. The conclusions are provided with quantitative data.

Key words: allusions, nationally marked vocabulary, business discourse, British business discourse, linguoculturology

Введение

Актуальность работы заключается в том, что в деловом дискурсе адресанты зачастую стремятся передать культурные и национальные ценности, используя в своей речи национально

маркированную лексику, отражающую культуру того или иного народа, поэтому становится необходимым изучить особенности употребления национально маркированных аллюзий в рамках делового дискурса.

Зачастую цитируемым определением «аллюзии» является определение Абрамса: «краткая прямая или косвенная отсылка на человека, место или событие, или на другое произведение или отрывок» (Абрамс, 1993, с. 24). Писатели отмечают, что аллюзия – это отличный прием, который способен вызвать в голове у читателя образы посредством использования нескольких слов. Употребление аллюзии включает «установление тона, создание подразумеваемой ассоциации, противопоставление двух объектов или людей, необычное сопоставление ссылок или введение читателя в мир, выходящий за рамки ограничений самого рассказа или отрывка» (Wheeler, 2011, [http](http://)).

Оксфордский словарь отмечает следующие значения термина аллюзия: 1) языковая игра, игра слов, каламбур; 2) символическое использование или сравнение; метафора, аллегория; 3) скрытое, подразумеваемое или косвенное значение.

Объектом исследования являются национально маркированные аллюзии в британском деловом дискурсе.

Предмет исследования – особенности употребления национально маркированных аллюзий в британском деловом дискурсе.

Настоящая работа призвана решить следующие задачи:

- 1) изучить понятия «аллюзии» и ее виды;
- 2) отобрать примеры национально маркированных аллюзий из заголовков статей британской газеты;
- 3) проанализировать источники отобранных аллюзий.

В ходе исследования использовались следующие методы: метод контролируемого отбора, лингвокультурный анализ, индуктивный метод, количественный метод.

Теоретической базой работы послужили фундаментальные положения терминоведения, сформулированные в исследованиях М. Абрамса, К. Норд и других авторов. Кроме того, задачам исследования содействовали труды таких отечественных авторов, как Б. Гаспаров, Е. Грудева, И. Христенко.

Практическая значимость работы состоит в использовании полученных результатов исследования в преподавании стилистики английского языка, лексикологии, лингвокультурологии, а также в других родственных дисциплинах.

Теоретическая база

Многие российские лингвисты рассматривают аллюзию как стилистическую фигуру, содержащую либо цитату, либо отсылку к литературной, исторической, мифологической, религиозной или политической ситуации, а также факт или лицо, зафиксированные в письменных источниках или в разговорной речи. По мнению И. Христенко, аллюзия – это вид пародии, не предполагающий использования стилистических средств первоисточника и не разрушающий эстетической ценности пародируемых произведений (Христенко, 1993).

Несколько иную трактовку предлагает Б. Гаспаров, по мнению которого аллюзия – это заимствование лишь отдельных элементов исходного текста, а основная мысль исходного текста, соотнесенная с новым текстом, присутствует в последнем скрытно (Гаспаров, 1996). Таким образом, чтобы понять аллюзивный текст, реципиенту необходимо обладать определенными фоновыми знаниями. В фоновые знания адресата должны входить знания об основных признаках аллюзии, иначе он не сможет добиться адекватного декодирования.

Необходимо отметить, что аллюзии играют важную роль среди единиц, передающих культурно значимую информацию и отсылающих к культурно-исторической реальности и произведениям различных видов искусства. Национально маркированные аллюзии отражают ассоциацию с человеком, местом или событием определенной культуры, включая национальные традиции, язык, историю или литературу.

Аллюзия встречается во многих типах текстов, включая художественные тексты, академические эссе и тексты СМИ. В некоторых языках этот прием используется чаще, чем в других: Хинкель отмечает исследования, посвященные частому использованию аллюзий (исторических аллюзий, пословиц и поговорок) в риторических парадигмах корейских, китайских, японских и индонезийских писателей (Хинкель, 1993, С.90–108), а Качру указывает на многочисленные аллюзии, цитаты и ссылки на

эпосы, народную литературу, мифологию и исторические события в текстах индийских писателей, даже если язык текста – английский (Качру, 1995, С. 75–89).

Хотя термин «аллюзия» часто рассматривается в контексте косвенных ссылок на литературные источники, необходимо отметить, что аллюзии также достаточно часто содержат отсылки к детским стихотворениям или пословицам, названиям песен и т.д.

Аллюзия как средство выразительности в новостном деловом дискурсе

В рамках данного исследования мы изучаем аллюзии в новостном деловом дискурсе. Об актуальности данной темы свидетельствует детальное изучение текстов делового дискурса в работах таких ученых как Е.Н. Малюга, В.И. Карасик, Е. Лут, В. Мальцева, Е. Петушинская, Ю. Степанов, К. Томашевская, Н. А. Ковальская и др.

Определение делового дискурса, данное Ф. Баргиелла-Чиापпини и К. Никерсон носит наиболее универсальный характер: по мнению ученых, деловой дискурс – это устное или письменное общение между людьми, которые непосредственно заинтересованы в деловом взаимодействии с целью дальнейшего продвижения своих интересов (или интересов своей компании), а коммуникаторы являются обладателями определенных статусно-ролевых отношений (Bargiela-Chiappini & Nickerson, 2013, С. 26).

В.И. Карасик рассматривает деловой дискурс как часть институционального дискурса, также отмечая его ориентацию на статус коммуникаторов. Согласно ученому, в деловом дискурсе происходит «речевое взаимодействие членов социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, которые реализуют свои статусно-ролевые возможности в рамках установленных общественных институтов, число которых определяется потребностями общества на конкретном этапе его развития» (Карасик, 2006, [http](#)).

Вслед за вышеуказанными определениями А. О. Стеблецова также утверждает, что деловой дискурс является универсальным типом институционального дискурса, который обеспечивает необходимый уровень коммуникативного взаимодействия в любой сфере профессиональной деятельности (Стеблецова, 2014).

По мнению С. В. Шиловой, деловой дискурс следует изучать как один из видов официального взаимодействия, которое имеет свою специфику как в содержании и целях общения, так и в определенном характере отношений между участниками коммуникации (Шилова, 1998).

Рассмотрев определения, мы можем сказать, что основой делового дискурса является доминирование его статусно-ролевых (институциональных) характеристик, а также универсальность.

Новостной формат делового дискурса придает образности его формальности и универсальности, так как любые изменения в экономике и бизнесе находят отражение в средствах массовой информации, которые характеризуются обращенностью к массовой аудитории, доступностью для многих людей и распространением информации (Malyuga & Bانشhikova, 2011). Таким образом, периодические издания сообщают о фактах и событиях в мире экономики, формируют ценностное отношение к ним и побуждают оценивать экономические процессы, как отдельных людей, так и общество в целом (Peluso, 2021).

Целями новостного делового дискурса являются 1) освещение событий, происходящих на мировой экономической арене; 2) информирование о состоянии бизнеса и экономики; 3) формирование определенного отношения к различным экономическим изменениям и побуждение к определенным действиям; 4) создание экономических теорий; 5) изучение направлений экономического развития и условий жизни населения (Malyuga & McCarthy, 2018, С. 42).

В качестве особенностей новостного делового дискурса мы выделяем: информативность, актуальность, профессиональную значимость, объективность, формальность, последовательность, сочетание образности и эмоциональной окраски с высоким уровнем языковой стандартизации.

Язык новостного делового дискурса характеризуется разнообразием языковых средств и грамматических форм, использованием экономических терминов, сочетанием лексики разных жанров (Antipova, Rabeson & Smirnova, 2021). Это связано с необходимостью воздействовать на адресата, донести информацию и побудить к соответствующим действиям.

Одним из лексических средств выразительности, широко распространенном в новостном деловом дискурсе является аллюзия. Данное средство позволяет образно и лаконично донести до реципиента определенную информацию. Немаловажным является социально-культурный фон реципиента, благодаря которому читатель может расшифровать смысл, заложенный в той или иной аллюзии.

Как отмечает Е. Грудева, в заголовках и в самих текстах делового дискурса используются самые разнообразные виды аллюзии: 1) литературные цитаты-реминисценции, названия произведений, имена литературных персонажей; 2) измененные высказывания ученых, политиков, деятелей культуры; 3) факты, имена, фразы из Ветхого и Нового Завета, а также истории и персонажи из мифологии; 4) цитаты из популярных песен; 5) перефразированные названия телепередач, кинофильмов и рекламных роликов, а также цитаты из них; 6) названия картин, скульптур и других произведений искусства (Грудева, 2008). Грудева выделяет четыре основные особенности в употреблении аллюзий:

1) Прямая или косвенная речь

When you feel betrayed by a friend, you can say, "You too, Brutus?"
– Когда ты чувствуешь, что тебя предал друг, ты можешь сказать: «И ты, Брут?»

Цитата «И ты Брут?» означает: «И ты тоже предатель и изменник?». Данная аллюзия восходит к временам Уильяма Шекспира (1564-1616) и его пьесе «Юлий Цезарь». В трагедии их произносит Цезарь, увидев Брута среди напавших на него убийц-заговорщиков. Это выражение, ставшее нарицательным, используется в ситуациях, когда друг или соратник оказывается изменщиком или предаёт общее дело.

The rain has not stopped for forty days and forty nights – Дождь не прекращался сорок дней и сорок ночей.

В этом примере аллюзия “for forty days and forty nights” используется для обозначения продолжительного периода дождя и является отсылкой к Библии. Под числом «сорок» евреи подразумевают не определенное, а любое очень большое число. Если данное число упоминается в контексте времени, то оно будет означать «очень долго».

Следовательно, крылатая фраза из Библии про Моисея, который водил евреев по пустыне “for forty days and forty nights” отражает, что прошло неопределённо много времени, а не конкретно сорок дней.

2) Отсылка к устоявшимся выражениям, пословицам и поговоркам

He has just rushed past me like a mad bull – Он промчался мимо меня, как бешеный бык.

Аллюзия к устоявшемуся выражению «like a mad bull» имеет значение «как разъяренный, свирепый» в связи с отрицательными коннотациями, которыми обладает лексема “bull”. Данное животное символизирует ярость, отсутствие контроля, силу. Прилагательное “mad” усиливает существительное и передает наивысшую степень ярости.

You're an old woman, Emily, and there's no fool like an old fool – Ты старая женщина, Эмили, и нет хуже дурака, чем старый дурак.

В данном примере употреблена аллюзия с цитатой из английской поговорки «There's no fool like an old fool», означающей, что глупый старый человек особенно глуп, потому что старый человек должен был научиться на своем опыте не совершать тех ошибок, которые совершает молодой человек.

3) Отсылка к личностям или событиям

Аллюзия *arrow of love (стрела любви)* содержит отсылку к древнеримской мифологии, а именно – к богу любви Купидону, который пронзал сердца людей стрелами с целью зародить чувства между ними.

Аллюзия *opening Pandora's box (открытие ящика Пандоры)* содержит намек на миф о Пандоре – прекрасной девушке со лживой и хитрой душой, которая ослушалась мужа и открыла сосуд с людскими пороками. Они разлетелись по всему миру и навлекли на человечество много бедствий и болезней, от которых у него не было лекарств.

4) Отсылка к фильмам, песням, литературным произведениям и т.д.

His job is like pulling a sword out of a stone – Его работа подобна извлечению меча из камня.

Данная аллюзия включает отсылку к герою британского эпоса – Королю Артуру. Согласно легенде, мальчик Артур вытащил

заколдованный волшебником Мерлином меч из камня, в следствии чего его признали королем.

Don't be a Scrooge! – Не будь Скруджем!

Аллюзия «Don't be a Scrooge!» намекает на Скруджа – очень скупого персонажа повести Чарльза Диккенса «Рождественская песнь». Следовательно, данная аллюзия может быть адресована жадному и скупому человеку.

Профессор К. Норд провела комплексное исследование названий книг, содержащих аллюзии, включая художественную и нехудожественную литературу, а также академические и детские книги. Она отмечает, что большинство аллюзий являются интракультурными, и часто не могут быть переданы с одного языка на другой. Исключениями, по крайней мере, для европейских языков, с которыми она имела дело, являются мировая литература и библейские аллюзии (Норд, 1993). В большинстве других случаев необходимо найти какое-то иное решение, чтобы придумать слово или фразу, выполняющие функции оригинальной мысли. В целом, она не рекомендует искать для переводного заглавия аллюзию на языке перевода, характерную для конкретной культуры, за исключением фигур речи, пословиц и поговорок. Леппихальме также рассматривает переводческие дилеммы, связанные с аллюзией, которые часто приводят к «столкновению культур» и сложному выбору правильного слова для переводчиков (Леппихальме, 1997).

Аллюзии рассматриваются с точки зрения прикладной лингвистики в корпусном исследовании, о котором сообщает Леннон, который изучил аллюзии в британских газетах. Он обнаружил, что употребление аллюзий довольно распространено как в качественной, так и в желтой прессе, причем как в текстах статей, так и в их заголовках. Он классифицировал аллюзии на цитаты, названия (из, например, книг, песен, фильмов), пословицы, формульные тексты (такие как рекламные джинглы или фразы, основанные на сценариях), имена людей, персонажей, писателей, названия событий или организаций, и устоявшиеся выражения или идиомы. Леннон обнаружил, что журналисты, особенно в заголовках статей, часто искажают слова первоисточника, создавая каламбуры или неожиданные эффекты (Леннон, 2004).

Заголовок новостной статьи – это неотъемлемый компонент новости, который объединяет в себе функции предоставления информации, привлечения внимания, комментария, обращения к людям и разговора с людьми с точки зрения прагматики. Употребление аллюзии в заголовке новостной статьи играет важную роль в реализации этих функций.

Минимальная профессиональная этика и норма для тех, кто занят в индустрии новостных СМИ, – это отражение объективности и достоверности новостного дискурса. Использование речевых оборотов в значительной степени является распространенной стратегией авторов новостных статей. Для того чтобы отразить достоверность источника информации и показать объективность репортажа, автор статьи использует большое количество стилистических фигур, одной из которых является национально маркированная аллюзия, поскольку она создает визуальный эффект «магнита» и вызывает читательский интерес.

В ходе исследования употребления национально маркированных аллюзий был проведен эмпирический анализ около 314 заголовков газетных статей британского интернет-издания «The Independent», целью которого было определение источника аллюзий, употребленных в названиях статей. Во внимание были приняты заголовки как культурных, экономических и политических статей, так и статей о спорте, здоровье и образовании. Наиболее яркие примеры национально маркированных аллюзий, найденных в ходе исследования, представлены ниже.

*Money: **To be – or not to be – in equities?** – Деньги: **Быть – или не быть** – в инвестициях?*

В данном заголовке автор статьи, приводя цитату «**To be – or not to be**» («Быть или не быть») делает отсылку к монологу Гамлета из всемирно известной пьесы Уильяма Шекспира, являющегося национальным поэтом Англии. Данный вопрос заключает в себе размышление Гамлета о том, как дальше жить. Узнав тайну страшного преступления, Гамлет пребывает в мучениях, обдумывая, какой выбор сделать. Для Гамлета «не быть» означает смириться с преступлением и бездействовать. «Быть» – это исполнить свой долг, наказав преступника. Аллюзия «Быть или не быть» употребляется в качестве вопроса, требующего разрешения перед новым серьезным шагом, каким-либо действием. Автор

приводит такую аллюзию с целью подчеркнуть важность вопроса денежных вложений.

*Belgium reverses COVID cultural rules: **The show must go on!** – Бельгия отменяет ковидные ограничения на посещение культурных объектов: **Шоу должно продолжаться!***

Фраза “**The show must go on**” («Шоу должно продолжаться») является названием и строчкой припева песни британской рок-группы «Queen». Однако, выражение «Шоу должно продолжаться» не было впервые использовано в песне данной группы. Оно появилось в шоу-бизнесе и означало, что независимо от того, что происходит, какое бы шоу ни было запланировано, оно все равно должно быть поставлено для ожидающих зрителей.

Это выражение традиционно использовалось в театре, но оно возникло еще в 19 веке в цирках. Если животное вырывалось на свободу или артист получал травму, зритель и оркестр старались продолжать выступление, чтобы толпа не запаниковала.

Позже эта фраза стала более широко применяться к гостиничному бизнесу и шоу-бизнесу в целом. В конечном итоге фраза стала использоваться для передачи идеи о том, что мероприятие или деятельность должны продолжаться, даже если есть проблемы или трудности, с учетом или без учета реального шоу-бизнеса. Автор статьи обращается к этой аллюзии, тем самым приравнивая «шоу» к культурным мероприятиям, ограничения на запрет посещения которых уже сняты. Кроме того, автор передает восхищение и радость людей, которым уже разрешено посещать культурные центры после длительного запрета.

Let there be light: Just harness hydrogen to make sure Britain keeps the blackouts at bay – Да будет свет: Просто используйте водород, чтобы убедиться, что Великобритания не допустит отключения электричества

Данная фраза является частью строки из Библии короля Якова “And God said, Let there be light: and there was light” – «Бог сказал, да будет свет: и появился свет». Великобритания – страна, в которой большинство верующего населения исповедует христианство. Автор статьи приводит слова из Библии “**Let there be light**”, говоря об электричестве, тем самым отсылая к религии своего народа. Следовательно, мы видим, что данная аллюзия употребляется в своем прямом значении – при просьбе о свете.

Life first emerged in 'warm little ponds' almost as old as the Earth itself – Жизнь впервые возникла в «маленьких теплых водоемах», почти таких же древних, как сама Земля.

В данном заголовке автор приводит видоизмененную поговорку, оригинальная версия которой звучит как **“as old as the hills”**, что в переводе означает «старый как холмы». **“As old as the hills”** – английская идиома, происхождение которой считается библейским. Она представляет собой значительное преувеличение, с помощью чего оказывает большое воздействие на реципиента. Таким образом, автор статьи сравнивает начало жизни в водоемах с началом жизни на Земле посредством употребления английской поговорки.

Creativity rises from the ashes of revolution – Творчество восстает из пепла революции.

Аллюзия **“rise from the ashes”** («восстать из пепла») содержит отсылку к мифической птице Феникс из греческих и римских легенд. Данная фраза символизирует возрождение после того как что-то было разрушено. Это выражение отсылает к легендарному фениксу, птице, которая якобы восстала из пепла своего погребального костра с новой силой. Автор статьи использует данный прием, чтобы подчеркнуть возрождение прекрасного из безнадежного состояния.

These days, traders don't have nine lives anymore – В наши дни у трейдеров больше нет девяти жизней.

Оригинальная версия старой английской поговорки звучит следующим образом: **“A cat has nine lives”** («У кошки девять жизней»). Этот миф, вероятно, связан с тем, что падающие кошки могут крутиться в воздухе и приземляться на лапы. Это позволяет людям говорить, что у кошек несколько жизней, потому что они могут пережить падение с большой высоты.

Существует также много предположений о числе девять в этом выражении и о его природе. Данное число фигурирует в письменностях древних египтян, которые почитали кошек. Также девять было важным числом для греков. Наконец, существует кельтский миф о кошке Сит, которая была ведьмой, способной превращаться в кошку девять раз. Автор статьи перефразировал эту поговорку, чтобы показать, что у торговцев на фондовом рынке

больше нет возможности найти выход из сложной и опасной ситуации, не подвергаясь рискам.

Boris Johnson lashes out in 'narcissistic' resignation speech – Борис Джонсон разгневался в «самовлюбленной» речи об отставке.

В данном заголовке автор статьи употребляет слово “**narcissistic**” («самовлюбленный») для описания речи бывшего премьер-министра Великобритании, тем самым ссылаясь на героя греческого мифа Нарцисса, любовавшегося своим отражением, что передает отношение автора к выступлению Бориса Джонсона и его характерным чертам.

*The delivery wars: Starbucks Races Rival In China – **Война за доставку**: Компания Старбакс преследует конкурентов в Китае.*

Фраза “**the delivery wars**” («война за доставку») является отсылкой к названию серии фильмов в жанре эпическая космическая опера «Звездные войны». Фильм содержит множество сражений за господство, следовательно, автор использует данную аллюзию, чтобы сделать акцент на соперничестве между компанией «Старбакс» и ее конкурентами.

*The deadlock has created an end-of-days feeling in Parliament – Тупик создал в парламенте ощущение **конца света**.*

“**End-of-days**” («Конец света») – распространённый фразеологизм, употребляющийся как в прямом, так и в переносном значении при упоминании реальной или воображаемой угрозы вымирания всех людей, исчезновения цивилизаций, Земли или даже всей Вселенной. В более узком смысле – уничтожение всего живого. Данная аллюзия восходит ко многим источникам. Например, календарь мая, каббала, ислам, христианство, буддизм и др. В рассматриваемом отрывке «конец света» используется в качестве определения к лексеме «чувство/ощущение» и выражает неизбежность и катастрофичность ситуации, сложившейся в парламенте.

*Things could get worse before they get better – **Ситуация может ухудшиться, прежде чем станет лучше.***

Данная аллюзия является одним из законов Мерфи. Она значит, что все, что вы делаете, работает, вы на правильном пути. Ситуация должна стать хуже, прежде чем станет лучше. Это один из многих контринтуитивных принципов жизни, который отталкивает многих людей от пути саморазвития. В деловом дискурсе данный феномен

довольно широко распространен, так как многие компании проходят через этапы спада и рецессии прежде чем добиться успеха.

*So if Chinese policy makers are well aware of the underlying problems that cause such events, why don't they act? **Easier said than done** – Итак, если китайские политики хорошо осведомлены о скрытых проблемах, которые вызывают такие события, почему они не действуют? Легче сказать, чем сделать.*

"**Easier Said Than Done**" это популярная песня в исполнении группы The Essex, ставшая песней номер один в США в 1963 году и также широко распространенная поговорка. Она употребляется в качестве ответа человеку, который в трудной ситуации пытается давать советы. Зачастую имеет коннотации недовольства и раздражения. В данном отрывке автор встает на сторону китайских политиков, обращаясь к этой фразе и отвечая на риторический вопрос.

Таким образом, в результате исследования было выяснено, что авторы статей зачастую прибегают к употреблению национально маркированных аллюзий, чтобы передать собственное мнение об объекте статьи, а также чтобы привлечь внимание читателей и придать эмоциональную окраску. Кроме того, наиболее важной особенностью употребления национально маркированных аллюзий является отражение культурных и национальных ценностей народа.



Рисунок 1. Источники аллюзий

Итак, согласно рисунку 1, исследование показало, что основными источниками национально маркированных аллюзий являются библейские сказания и мифологические сюжеты. Тем не менее, аллюзии, связанные с английскими пословицами и поговорками, а также отсылающие к различным произведениям искусств также встречаются достаточно часто. Наиболее редко авторы статей в своих заголовках ссылаются на исторические события.

Заключение

На основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

1) Аллюзия, содержащая в себе цитату или отсылку к какой-либо литературной, исторической, мифологической, религиозной или политической ситуации, является не только основной чертой новостного дискурса, но и важной особенностью заголовков множества статей. Употребление аллюзии может повысить информативность заголовков новостей, обогатить их содержание, а также сделать заголовки более читабельными и привлекательными для адресата.

2) Основными видами аллюзии в английском деловом дискурсе являются аллюзии с отсылкой к литературным или музыкальным произведениям, кинофильмам, телепередачам, высказываниям известных людей, а также аллюзии, содержащие библейские и мифологические мотивы.

3) В результате исследования, в ходе которого было проанализировано 314 заголовков газетных статей британского интернет-издания «The Independent», целью которого было определение источника аллюзий, употребленных в названиях статей, было выяснено, что преобладающее большинство национально маркированных аллюзий содержит отсылки к Библии и мифологии (в 35,2% случаев). В 28,6% случаев источниками аллюзий являются произведения литературы, музыки и кино. Английские пословицы и поговорки также являются частыми объектами, на которые ссылаются авторы новостных статей (в 27,4% случаев). Наименее популярным источником аллюзии являются исторические события (в 8,8% случаев). Таким образом, культурная информация, закодированная в аллюзиях, играет

большую роль в изучении лингвокультурологии, поскольку, помимо прочего, она отражает отношение представителя той или иной культуры к национальным культурным ценностям и стереотипам.

Литература

1. Абрамс М. Глоссарий литературных терминов. – Harcourt Brace: Fort Worth, 1993.
2. Гаспаров Б. Язык, память, образ: лингвистика языкового существования. – Москва, 1996.
3. Грудева Е. Избыточность текста: история вопроса и методика исследования// Известия РГПУ им. Герцена. – 2008. – №59. – Рр. 109-114.
4. Карасик В.И. О категориях дискурса. – ВГСПУ. – 2006. – Режим доступа: <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubKaras.html>
5. Качру Я. Культура, контекст и письмо: Культура в преподавании и изучении второго языка. – Cambridge University Press: Cambridge, 1999. – С. 75–89.
6. Леннон П. Аллюзии в прессе: Исследование прикладной лингвистики. – Walter de Gruyter, 2004.
7. Леппихальме Р. Культурные столкновения: Эмпирический подход к переводу аллюзий. – Multilingual Matters, 1997.
8. Малюга Е.Н., Банщикова М.А. Англоязычный профессиональный жаргон в немецком рекламном медиадискурсе. – Lambert Academic Publishing, Germany, 2011.
9. Норд К. Введение в функциональный перевод: на примерах названий и заголовков. – Мюнхен, 1993. DOI: 10.1075/target.6.1.16rei
10. Стеблецова А. Прагмалингвистический подход к описанию дискурса: модель дескриптивного анализа и практика применения. // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – №1. – 2014. – С. 90–93.
11. Хинкель Е. Объективность и достоверность в академическом письме L1 и L2: Культура в преподавании и изучении второго языка. – Cambridge University Press: Cambridge, 1999. – Рр. 90–108.
12. Христенко И. Лингвистические и стилистические особенности аллюзии как средства создания подтекста. – Москва, 1993.

13. Шилова С. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в деловой коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1998.
14. Antipova A. S., Rabeson M. D., Smirnova O. V. Semantic shift in conflict terminology in contemporary Russian socio-cultural media discourse // *Training, Language and Culture*. – 2021. – №5(2). – Pp. 73-89. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-73-89
15. Bargiela-Chiappini F., Nickerson C., Planken B. *Business Discourse*. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2nd ed. – 2013.
16. Casert R. Belgium reverses COVID cultural rules: The show must go on! // *The Independent*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/brussels-covid-belgium-b1984032.html>
17. Davis J. Money: To be – or not to be – in equities? // *The Independent*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/money/money-to-be-or-not-to-be-in-equities-1276331.html>
18. English S. These days, traders don't have nine lives anymore // *The Independent*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/business/comment/simon-english-these-days-traders-don-t-have-nine-lives-anymore-8198342.html>
19. Forrest A. 'Them's the breaks': Boris Johnson lashes out in 'narcissistic' resignation speech // *The Independent*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/boris-johnson-resignation-speech-bitter-b2117979.html>
20. Hipwell D. Let there be light: Just harness hydrogen to make sure Britain keeps the blackouts at bay // *The Independent*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/let-there-be-light-just-harness-hydrogen-to-make-sure-britain-keeps-the-blackouts-at-bay-2064638.html>
21. Johnston I. Life first emerged in 'warm little ponds' almost as old as the Earth itself // *The Independent*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/science/origins-life-ponds-organisms-earth-age-study-a7978906.html>

22. Malyuga E., McCarthy M. English and Russian vague category markers in business discourse: Linguistic identity aspects // *Journal of Pragmatics*. – 2018. – №135. – С. 39-52.
23. Oxford Dictionaries Online by the Oxford University Press. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://languages.oup.com/>
24. Peluso M. The functional approach, semiotics and professional discourse // *Training, Language and Culture*. – 2021. – №5(2). – 62-72. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-62-72
25. Sheffield, G. Creativity rises from the ashes of revolution // *The Independent*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/theatre-dance/features/creativity-rises-from-the-ashes-of-revolution-8470441.html>
26. Wheeler, L. *Literary Vocabulary*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://web.cn.edu/kwheeler/lit_terms_A.html

References

- Abrams, M. A. (1993). *Glossary of Literary Terms*. 6th edition. Harcourt Brace: Fort Worth.
- Antipova, A. S., Rabeson, M. D., & Smirnova, O. V. (2021). Semantic shift in conflict terminology in contemporary Russian socio-cultural media discourse. *Training, Language and Culture*, 5(2), 73-89. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-73-89
- Gasparov, B. (1996). *Language, memory, image: linguistics of language existence*. Moscow.
- Grudeva, E. (2008). Text Redundancy: History and Research Methodology. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 59, 109-114.
- Hinkel, E. (1999). *Objectivity and credibility in L1 and L2 academic writing: Culture in Second Language Teaching and Learning*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Karasik, V.I. (2006). *O kategoriyah diskursa*. VGSPU. Retrieved from: <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubKaras.html> (accessed 10.07.2022)
- Kachru, Y. (1999). *Culture, context and writing: Culture in Second Language Teaching and Learning*. Cambridge University Press: Cambridge.

- Khristenko, I. (1993). *Linguistic and stylistic features of allusion as a means of creating subtext*. Moscow.
- Shilova, S. (1998). *Soblyudenie i narushenie principov rechevogo obshcheniya v delovoj kommunikacii*. (Candidate thesis, Russia, Saint Petersburg).
- Lennon, P. (2004). *Allusions in the Press: An Applied Linguistic Study*. Walter de Gruyter.
- Leppihalme, R. (1997). *Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusions*. Multilingual Matters.
- Malyuga, E.N., & Bانشhikova, M.A. (2011). *Anglojazychnyj professional'nyj zhargon v nemeckom reklamnom mediadiskurse [English language professional jargon in German advertising mediadiscourse English language professional jargon in German advertising mediadiscourse]*. Saarbrücken: LAP LAMBERT.
- Nord, C. (1993). *Einführung in das funktionale Übersetzen: Am Beispiel von Titeln und Überschriften [Introduction to functional translation: Using the example of titles and headings]*. München. DOI: 10.1075/target.6.1.16rei
- Steblecova, A. (2014). Pragmalingvisticheskiy podhod k opisaniyu diskursa: model' deskriptivnogo analiza i praktika primeneniya. *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 1, 90–93.
- Bargiela Chiappini F., Nickerson C., & Planken B. (2013). *Business Discourse*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Casert, R. (2022). *Belgium reverses COVID cultural rules: The show must go on!* The Independent. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/news/brussels-covid-belgium-b1984032.html> (accessed 21.07.2022)
- Davis, J. (2022). *Money: To be – or not to be – in equities?* The Independent. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/money/money-to-be-or-not-to-be-in-equities-1276331.html> (accessed 21.07.2022)
- English, S. (2022). *These days, traders don't have nine lives anymore.* The Independent. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/news/business/comment/simon-english-these-days-traders-don-t-have-nine-lives-anymore-8198342.html> (accessed 21.07.2022)
- Forrest, A. (2022). *'Them's the breaks': Boris Johnson lashes out in 'narcissistic' resignation speech.* The Independent. Retrieved from:

- <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/boris-johnson-resignation-speech-bitter-b2117979.html> (accessed 21.07.2022)
- Hipwell, D. (2022). *Let there be light: Just harness hydrogen to make sure Britain keeps the blackouts at bay*. The Independent. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/let-there-be-light-just-harness-hydrogen-to-make-sure-britain-keeps-the-blackouts-at-bay-2064638.html> (accessed 21.07.2022)
- Johnston, I. (2022). Life first emerged in 'warm little ponds' almost as old as the Earth itself. The Independent. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/news/science/origins-life-ponds-organisms-earth-age-study-a7978906.html> (accessed 21.07.2022)
- Malyuga, E., & McCarthy, M. (2018). English and Russian vague category markers in business discourse: Linguistic identity aspects. *Journal of Pragmatics*, 135, 39-52. DOI: 10.1016/j.pragma.2018.07.011
- Oxford Dictionaries Online by the Oxford University Press*. (2022). Retrieved from: <https://languages.oup.com/> (accessed 21.07.2022)
- Peluso, M. (2021). The functional approach, semiotics and professional discourse. *Training, Language and Culture*, 5(2), 62-72. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-62-72
- Sheffield, G. (2022). *Creativity rises from the ashes of revolution*. The Independent. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/theatre-dance/features/creativity-rises-from-the-ashes-of-revolution-8470441.html> (accessed 21.07.2022)
- Wheeler, L. (2022). Literary Vocabulary. Retrieved from: http://web.cn.edu/kwheeler/lit_terms_A.html (accessed 21.07.2022)

УДК 81-13

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.06>

А.С. Танчук

Российский университет дружбы народов

**ВЕБИНАР ПО ОБУЧЕНИЮ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ
КАК НОВЫЙ ВИД ВИРТУАЛЬНОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО
ДИСКУРСА И ЕГО ЛИНГВОСИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ
ПОТЕНЦИАЛ**

В связи с интернетизацией и глобализацией общества современное образование вынуждено приспосабливаться и следовать за развитием современных технологий. В результате традиционные методы образования стали дополняться новыми методами и подходами к обучению, которые основаны на использовании Интернет-технологий. Поэтому дистанционное образование или образование в виртуальной среде вышло на первый план и стало занимать лидирующие позиции среди других образовательных учреждений. Данное исследование представляет собой изучение скриптов и видеозаписей вебинаров для преподавателей английского языка с целью установить вербальные и невербальные особенности вебинаров и описать лингвосинергетический потенциал этого нового явления. В связи с тем, что вебинар представляет лекцию или семинар, существующие в контексте компьютерно-опосредованной коммуникации, он включает в себя черты как интернет-дискурса, так и образовательного дискурса. Одной из отличительных черт англоязычных вебинаров по обучению английскому языку является непосредственно способ коммуникативного взаимодействия (создание текстов с помощью интернет-технологий и других средств, обеспечивающих интерактивность. Также к особенностям относится коммуникативная направленность, поскольку текст, используемый в вебинаре может как включать в себя обратную связь, так и быть однонаправленным. Более того важной отличительной чертой англоязычного вебинара будет являться его хронотоп, так как общение между участниками может осуществляться в двух режимах – онлайн и оффлайн.

Ключевые слова: образовательный дискурс, дистанционное образование, дискурс анализ, ливвосинергетика, интернет-дискурс, вебинар

UDC 81-13

<https://doi.org/10.25076/vpl.47.06>

A.S. Tanchuk

RUDN University

**WEBINAR ON TEACHING ENGLISH AS A NEW
GENRE OF VIRTUAL PEDAGOGICAL DISCOURSE AND ITS
LINGUOSYNERGETIC POTENTIAL**

Due to the globalization and internetization of society, modern education has to adjust to the rapid development of modern technologies. As a result, traditional educational methods have begun to be supplemented with new teaching techniques and methods, which are based on the use of the telecommunication and Internet technologies. Therefore, education in a virtual environment or, in other words, distance education or came to the fore and began to occupy a leading position among other educational facilities. This reasearch study is an investigation of the scripts and videos of webinars for English language teachers. The main goal is to establish verbal and non-verbal peculiarities of webinars and describe linguosynergetic potential of this new phenomenon. Due to the fact that webinar is a form of a lecture or a seminar that exists in the context of computer-mediated communication, it includes features of both internet and educational discourses. Moreover, interaction of two types of discourses (educational and internet) and features of webinar itself (heterogeneous audience, usage of modern technologies, etc.) forces the lecturer to use the vocabulary connected to the channel of communication, implement idiographic and para-graphic means of non-verbal communication, etc. One of the distinctive features of English webinars for teaching English is the method of communicative interaction (creation of texts with the help of Internet technology and other means, providing interactivity). Also another feature includes the communicative focus, because the text used in a webinar can both include feedback and be one-directional. Moreover, an important distinguishing feature of the English webinar

will be its chronotope, because the communication between participants can be carried out in two modes - online and offline.

Keywords: webinar, educational discourse, computer-mediated communication, internet discourse, online learning, teaching English language, professional development, teacher education, distance learning

Введение

Сегодня интернет стал одним из основных контекстов, где формируются, транслируются и передаются знания. Процесс глобализации, активное развитие технологий, пандемия COVID – 19 стали дополнительными стимулами для более активной интернетизации общества, что привело к тому, что практически все сферы жизнедеятельности человека перешли в интернет-среду или адаптировались к ней. Таким образом, можно утверждать, что глобальная сеть Интернет стала коммуникативным пространством, которое преобразует человеческую жизнь, в том числе образовательные процессы, подходы и методики обучения. Некоторые ученые считают, что благодаря современным технологиям и их стремительному развитию современное образование нацелено на три основных направления – «Открытые инновации, открытая наука, открытость миру» (European Comission, 2016), что является стимулом для перехода от традиционного формата дистанционного обучения к онлайн-обучению (Тленкопачева, 2019). Для того чтобы соответствовать современным требованиям и не отставать от развития современных телекоммуникационных технологий современное образование вынуждено постоянно изменяться, подстраиваясь под текущие реалии.

Таким образом, традиционные методы образования постоянно развиваются дополняются все новыми методами, имеющими в своей основе активное использование как компьютерных и телекоммуникационных технологий, так и технологий, использующихся сетью Интернет. Такое взаимодействие открывает новые возможности для изменения образовательного пространства, дополняя его новыми средствами и способами обучения (например, дистанционное образование, онлайн курс, вебинар и т.д.).

В результате, находясь на стыке двух видов дискурса (интернет и образовательного), общение учитель-ученик в контексте интернет-пространства, а также коммуникация других участников образовательного дискурса в рамках такого дискурсивного пространства приобретает новый характер. Данное дискурсивное пространство получило название «виртуального педагогического дискурса», где на первый план вместе с текстом выходят и экстралингвистические факторы (Тленкопачева, 2016). Так, например, на сегодняшний день популярностью пользуются такие виды виртуального педагогического дискурса как профессиональные блоги и форумы, образовательные вебинары и платформы и т.д. Все они имеют одну цель – обучить, но используют отличные друг от друга средства.

Виртуальный педагогический дискурс, обслуживающий современное дистанционное образование, имеет свои отличия от привычного традиционного педагогического дискурса (Леденева, 2014; O'Dowd, 2017). В данном контексте дистанционное обучение рассматривается как особого вида коммуникативное взаимодействие между педагогом и обучающимися. К отличительным чертам данного коммуникативного пространства, находящегося на стыке двух видов дискурса, можно отнести следующие характеристики:

- гетерогенность обучающейся аудитории;
- текст, генерированный с помощью интернет-технологий;
- разный уровень профессиональной подготовки аудитории;
- возможность создать единое образовательное пространство (Галичкина, 2001; Горошко 2009; Ахренова 2000).

Поэтому интерес к изучению вопросов обновления англоязычной среды в контексте постоянного расширения каналов коммуникации не случаен (Малюга, 2009; Crystal, 2017; Александрова, Менджерицкая, Малахова, 2017).

Как уже было сказано выше, современный образовательный процесс дополняет свои методы обучения новыми средствами, основанными на активном использовании интернет и телекоммуникационных технологий (Казанцева, 2017). Одним из таких средств является вебинар.

Вебинар (от англ. «webinar», сокр. от «web-based seminar») – онлайн-семинар/ лекция/ курс, организованный при помощи специальных web-технологий или платформ, которые позволяют принимать участие как онлайн, так и оффлайн. Кембриджский бизнес-словарь определяет это явление, как мероприятие, где группа людей в определенное время выходит в сеть Интернет с целью изучения чего-либо следующим образом (Cambridge Business English Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/webinar>). Словарь Вебстера трактует понятие вебинара как образовательную презентацию, проводимую в режиме реального времени, участники которой могут задавать вопросы и оставлять комментарии (Merriam Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/webinar>).

Однако на данный момент не существует точного определения такому относительно новому явлению как вебинар. Некоторые ученые рассматривают вебинар как одно из средств методической помощи педагогам, которое обусловлено техническими возможностями участников, ограничениями используемого программного обеспечения и функциональностью вебинара (Геркушенко, Геркушенко, 2013). Другие ученые определяют его как «виртуальный речевой жанр, который обладает особыми технологическими возможностями» (Фенина, 2016, с. 67). В контексте реализации высшего образования вебинар рассматривается онлайн лекция/ семинар, с помощью которого у преподавателя появляется возможность передавать знания, а студенты способны получить знания благодаря виртуальной классной комнате, в которой возможно видеть и слышать друг друга из разных точек мира. (Герасименко, 2012). Н.В. Соломина рассматривает вебинар как «современную коммуникативную технологию, которая характеризуется новыми формами коммуникации, облегчающими донесение информации и позволяющими активно использовать инновационные формы образования» (Соломина, 2014). М.Н. Гладкова и М.М. Кутепов утверждают, что данный феномен является «интерактивным сетевым учебным занятием, проводимым преподавателем дистанционно с использованием различных программных средств и сетевых ресурсов, обеспечивающих высокую информационную

насыщенность и активность обучающихся в режиме реального времени» (Гладкова, Кутепов, 2017; С.64).

Рассматривая вебинар, как взаимодействие образовательных и интернет технологий, можно обратиться к Верма и Сингх, которые выделяли такие преимущества вебинара как сотрудничество (collobaration – возможность коммуникативного взаимодействия, т.е. возможность делиться медиа файлами и возможность участников вести общение), несколько спикеров (multiple speakers), более доступная целевая аудитория (greater target access – возможность участи большего количества людей), не привязанность к месту (no location dependency), интерактивная платформа (interactive platform), обучение оффлайн (learning offline – доступ к записи вебинара в удобное для участников время), привлечение опытного специалиста (engage senior speaker), обратная связь (feedback – с помощью окна чата во время проведения вебианара или отсроченная коммуникация через электронную почту после проведения мероприятия) (Verma & Singh, 2010, p.134-135).

Таким образом, можно сказать, что вебинар – жанр виртуального педагогического дискурса, главной целью которого является донесение и передача знаний с помощью интерактивных медиа технологий в сети Интернет, обеспечивающих непрерывность образовательного процесса, а также возможность онлайн и оффлайн участия, что обеспечивает мгновенную или отсроченную обратную связь в отношениях учитель-ученик.

Являясь новым жанром виртуального педагогического дискурса, вебинар имеет цели и ценности, присущие как образовательному, так и интернет-дискурсу. Исходя из этого, целями данного жанра как части образовательного пространства являются: передача навыков и знаний профессиональному сообществу или студентам и развитие личности. Однако цель социализации личности выражена слабо, поскольку условия интернет-коммуникации и ее категории дистантности и анонимности не позволяют в полной мере участнику (обучающемуся) вести диалог с говорящим и полилог с другими участниками. Являясь частью интернет-дискурса, вебинар, как жанр интернет-дискурса, обладает характеристикой диалогичности коммуникации, которая понимается как учет говорящим фактора адресата (реального или воображаемого), его

смысловой позиции, а также обозначение этой направленности определенными языковыми средствами. Однако ценность вебинара как жанра виртуального педагогического дискурса может быть доказана его интеллектуальной, нравственной, воспитательной, мотивационной и материальной функциями.

Другой отличительной чертой вебинара, указывающей на то, что традиционный формат лекции или семинара вынужден адаптироваться к существованию в интернет-среде, является его хронотоп. Так, например, личное присутствие всех участников дискурса в режиме реального времени является обязательным в рамках традиционного образовательного дискурса. Хронотоп вебинара, в свою очередь, также предусматривает появление участников в определенное время в определенном месте (онлайн платформа). Однако, благодаря существованию в интернет-среде и возможности осуществления коммуникации после окончания мероприятия (электронная почта, сайт и т.д.), данное условие не является обязательным. Специфический хронотоп вебинара позволяет нам выделить несколько его видов используемым предусматривающим интерактивностью интернет-технологиям. К ним относятся конференции (организованные на онлайн платформе, с участием модератора и лектора, в режиме онлайн с окном для чата для вопросов и комментариев); презентация (записанная презентация с аудио сопровождением); информативный видео ролик; вебинар как часть курса.

Лектором вебинара традиционно является представитель профессионального сообщества, в случае вебинаров по обучению английскому языку это практикующий педагог английского языка или руководитель тренингов для преподавателей иностранного языка. Аудитория состоит из представителей профессионального сообщества или так называемого массового адресата, характерными чертами которого являются неоднородность и разный уровень профессиональной компетентности.

Поскольку вебинар сочетает в себе черты образовательного и интернет-пространств, отношения между лектором и аудиторией можно охарактеризовать как статусно-ориентированные, поскольку они характеризуются сохранением дистанции и стремлением установить доверие со стороны лектора. Вербальная реализация таких отношений может быть выражена в речи говорящего

использованием императивных предложений, модальных глаголов и риторических вопросов.

(1) *«So take a minute or two just to think about those things»* [Hockley];

(2) *«You should also be doing...doing the reading. You should be the books before the students with the books, but that's why you should this but one of them is a student wants to recommendation you'd be able to direct them in one way or another»* [Boobyer];

(3) *«Remember yourselves when you started teaching your students. Was it individual vocabulary items? Was it the grammar points that was difficult or the it wasn't? Wasn't it the most difficult dealing with discipline, dealing with twenty students at the same time? Remember yourselves when you started teaching your students»* [Eneydi].

Кроме того, еще одной особенностью говорящего считается способность строить, излагать и анализировать текст в соответствии с нормами, которые могут стать основой для создания в рамках языка обилия специфических текстов современного мира.

Таким образом, изучение новых жанров виртуального педагогического дискурса требует разработки схем, которые были бы способны адекватно описать алгоритм вербального и невербального взаимодействия модератора или лектора с аудиторией в рамках вышеупомянутого дискурсивного пространства (Kharkovskaya, Ponomarenko, & Radyuk, 2017). Именно поэтому целью данного исследования является изучение и описание основных особенностей и характеристик вебинаров (на материале вебинаров по преподаванию английского языка). Значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в качестве рекомендаций тем, кто захочет организовать собственный вебинар по интересующей теме.

Методы

В ходе исследования было проанализировано 119 скриптов и видео вебинаров по обучению английскому языку, которые проводились такими образовательными порталами, как Cambridge University Press ELT, BBC Learning English на сайте www.britishcouncil.org и Youtube каналах BBC Learning English и Cambridge University Press ELT.

Вошедшие в выборку вебинары по обучению английскому языку были записаны и проведены на платформе Adobe Connect, которая дает участникам возможность общаться с лектором с помощью окна чата и позволяет последнему использовать презентацию и показывать дополнительный материал аудитории во время проведения занятия.

В ходе исследования записи вебинаров были преобразованы в скрипты-тексты с помощью программы Subtitle Workshop и онлайн платформы <https://otter.ai/>

Результаты

Структурно-композиционные особенности вебинаров по обучению английскому языку

Анализ вебинара как нового жанра виртуального педагогического дискурса показал, что онлайн семинар имеет четкую типологическую структуризацию и определенную последовательность ее компонентов. Как жанр образовательного дискурса, он отражает все присущие традиционной лекции композиционные компоненты:

- введение – модератор и лектор представляются аудитории, обозначают план и основные задачи лекции/ семинара;
- основная часть – лектор делает основной доклад;
- заключение – модератор и лектор объявляют об окончании лекции/ семинара и отводят время на вопросно-ответную сессию.

Поскольку вебинар является частью не только образовательного, но и интернет-дискурса, он также включает в себя структурные компоненты характерные компьютерно-опосредованной коммуникации. Исследование показало, что экспозиционная и заключительная части будут отличаться от традиционной лекции в институте образования благодаря своему существованию в интернет-среде. Таким образом, экспозиция делиться на следующие части:

1) приветствие аудитории:

(1) *«Hi everyone! Good morning, afternoon, good evening wherever you are...»* [Taylor];

(2) *«Thank you very much, Ellen, for the introduction. And good morning, good afternoon and good night to anybody and everybody at this virtual webinar room»* [Petrie]

(3) «Welcome to the webinar for the British Council Teacher Educating Community» [Peachey];

2) представление лектора вебинара модератором и обозначение областей его компетенции и уровня профессиональных знаний:

(1) «Hello and welcome everybody. And today we're talking about 'teacher burnout' with Agnes Enyedi and she is a full-time teacher educator. And she teaches at the department of English language and pedagogy. She also runs workshops and in services courses for teachers and presents at national and international conferences. And she runs courses for teachers in various countries such as Germany, Uzbekistan, Spain and Turkey. So got lots of experience working with teachers and has done a lot of research into...um...teacher burnout» [Agnes].

С одной стороны, данный этап дает аудитории возможность познакомиться с докладчиком или лектором и увидеть сферу его/ее профессиональных интересов. С другой стороны, этот этап играет важную роль в убеждении аудитории в компетентности спикера и высоком уровне его профессиональных знаний. Как правило, модератор или сам докладчик перечисляет основные достижения в рабочей сфере, рассказывает об опыте работы и других аспектах профессиональной деятельности, демонстрирующих профессиональные навыки и квалификацию, что способствует созданию положительного имиджа лектора.

3) Подтверждение качества связи и готовности технического оборудования:

(1) «Okay, thank you. Okay, well, I come to the conference. Um. Just to check you can hear me. You can't hear me? I can't believe it. Can you...? Yeah. Okay, so welcome to the teaching for success online conference. I hope you can hear me okay now. First of all, thanks everyone for coming. Glad to see here» [Anderson];

(2) «So, let me know if there any sound problems or anything like that but Ellen I think you confirm that loud and clear so I'll carry on» [Dr. Ch. Lima].

Поскольку вебинар существует в контексте интернет-пространства и компьютерно-опосредованной коммуникации

данный этап является важным в структурной организации вебинара, так как с помощью него лектор и модератор могут удостовериться в том, что на данный момент нет никаких технических недочетов, способных испортить восприятие и презентацию информации

4) обозначение наличия Q&A session:

(1) «*I can see the chat box on the left-hand side. So, if you have any questions as we go along, both Paul and I will be making notes of those, so I can answer those questions in the last 10, or 15 minutes. Depends on how we do webinar at the end*» [Caldwell];

(2) «*So, if you have any questions, you can hang on with them until the end. I'll also be giving you some tasks to do throughout the sessions*» [Ellis];

(3) «*Also, if have any questions to ask Agnes, please, put them in the chat box and I will make a note of any question that Agnes doesn't manage to answer, we will talk about it at the end*» [Agnes].

Поскольку представляется достаточно сложным следить за возникающими по ходу повествования вопросами аудитории лектором или модератором устанавливается лимит времени в конце вебинара, когда аудитория может задать интересующие ее вопросы по теме вебинара:

5) обозначение темы вебинара и последовательности изложения материала:

(1) «*So we'll start off by having a brief discussion together, of the term mentoring and what it means. We will then look at these tips on how to establish nurture and mentoring relationships with a mentor. Mentor is the person that receives the mentoring. At the end of the talk will reflect together on what you've learned*» [Kennedy].

Данный этап помогает лектору вести аудитории от пункта к пункту, подготавливая слушателей к предстоящей работе, что также облегчает восприятие и понимание информации.

Описанная выше структура экспозиционной части может варьироваться в зависимости от типа вебинара или образовательной организации, на базе которой проводится онлайн семинар.

Остальная часть вебинара практически ничем не отличается от традиционной лекции или семинара.

Однако, заключительная часть вебинара включает в себя характеристики, которые показывают, что данный жанр виртуального педагогического дискурса существует в интернет-среде. Во-первых, вопросно-ответная сессия ограничена по времени, а вопросы аудитория задает, используя окно чата. Так, например, в речи лектора можно встретить следующую реплику: «*If anyone has questions, we don't have mics available, like you can't use your mic to ask a question, but you can enter it into the chat box and we will do our best to respond*» [Randi].

Кроме того, иногда лектор или модератор может предложить аудитории продолжить общение по теме вебинара и присылать вопросы на рабочую или личную электронную почту: «*If anyone wants to email me directly, I'm quite happy. The email addresses are on the presentation. There are two email addresses. It means if you've got any thought, ideas, contact me directly if it's OK with you*» [Harding].

Во-вторых, модератор или лектор может напомнить о доступе к записи и материалам вебинара: «*Later we will be sending out an email in about a week's time with a link to the recording. The full recording of the webinar and also with a certificate of attendance for anyone who attended today and thanks again*» [Prior].

Таким образом, анализ композиционной структуры показывает, что лекция или семинар в онлайн-формате включает в себя структурные компоненты, характерные для интернет-среды и компьютерно-опосредованной коммуникации, транслируя через использование языка погружение образовательного процесса в необычные условия обучения. Сохраняя первоначальные цели образовательного дискурса, мы наблюдаем в вебинаре композиционные изменения.

Лексические особенности вебинаров по обучению английскому языку

Поскольку вебинар сочетает в себе черты как образовательной, так и интернет-среды, его лексическое наполнение также является отражением этого явления, которое актуализируется в выборе языковых средств. Основным критерием такого выбора является не только основная цель вебинара (обучение и передача знаний), но и канал коммуникации (компьютерно-опосредованная

коммуникация). Таким образом, перед ведущим вебинара стоит сложная задача учета особенностей аудитории, а именно, ее гетерогенность, разный уровень профессиональной подготовки и знаний, владения языком и т.д.

На лексическом уровне данное явление находит свое отражение в использовании нейтральных общих слов, дискурсивных формул приветствия и прощания. Например, *to move on, to check out, to turn out, scout out, back up, gonna, wanna, gotta, crappy, kinda, to go down, fall down*.

Анализ вебинаров также показал, что адресат в большинстве случаев является представителем профессионального сообщества и владеет определенным набором профессионально ориентированных языковых единиц. Таким образом, учитывая, что лектор также является представителем педагогического сообщества, использование терминов из профессиональной области является обоснованным. Данную группу лексических единиц можно разделить на несколько категорий в зависимости от области образовательного процесса, к которой относятся слова. Эти группы представлены следующими лексическими единицами:

- Лексика, описывающая место проведения занятия и институт образования – «*school*», «*university*», «*college*», «*classroom*», «*workplace*», «*lesson*»;
- Участники образовательного процесса – «*teacher*», «*student*», «*learner*», «*professor*», «*teacher trainer*», «*teacher educator*», «*primary school students*», «*secondary school students*», «*pupils*»;
- Составляющие образовательного процесса – «*homework*», «*classwork*», «*assignment*», «*coursebook*», «*whiteboard*», «*grammar exercises*», «*worksheet*», «*handout*», «*a model sentence*», «*glossary*», «*textbook*»;
- Речевые навыки – «*skill*», «*writing*», «*reading listening*», «*to drill*», «*practice*», «*extend vocabulary and grammar*», «*pronunciation*», «*academic skills*», «*multiple skills*», «*literacy*»;
- Степень образования и уровень владения языком – «*beginner*», «*intermediate*», «*primary school*», «*secondary school*», «*proficiency*», «*lowish students*»;

- Работа в класс – «*to review*», «*tic-tac-toe activity*», «*to learn*», «*individual work*», «*group work*», «*brainstorm*», «*oral task*», «*written task*»;
- Педагогическая терминология – «*cognitive approach*», «*learner-centered approach*», «*integrated approach*», «*socio-cultural approach*», «*classroom-based approach*», «*cognitive load theory*», «*long term memory*», «*method*», «*strategy*», «*educational standards*», «*pedagogical community blended learning*», «*a contract teacher*», «*assessment*», «*framework*», etc.;
- Действия преподавателя – «*to encourage*», «*to engage*», «*to involve students*», «*to integrate*», «*to simplify*», «*to complicate*», «*to contribute*», «*to motivate to check*», «*to adapt (exercises)*», «*to discourage*», «*to transform the task*», «*to correct*», «*to deliver a lesson*», «*to plan a lesson*»;
- Аббревиатуры из сферы образовательного дискурса – *TLE, CLIL, CPD, EFL, ESL, ELT, TOEFL, IELTS, CELTA, ELTRA, L1, L2, CBT etc.*

Активное использование терминов и лексики из профессиональной области и сферы во время вебинара способствует развитию профессионального глоссария в контексте онлайн-образования.

Формат вебинара предполагает наличие в речи лектора ИТ-лексики: «*youtube, facebook, twitter, Instagram, internet connection connect, webinar, demonstrate/ share screen/photo, camera, downlod, send, email, upload, link, slide, to google*». Данная группа лексических единиц больше относится к вводной и заключительной частям вебинара, так как в этих частях спикер и модератор проверяют качество связи, привлекают аудиторию к активному использованию чата для общения и т.д.

В ходе исследования мы провели статистический подсчет лексических единиц в скриптах-текстах вебинаров с помощью онлайн портала <https://istio.com/rus/text/analyz/>, что позволило узнать частотность использования лексических единиц.

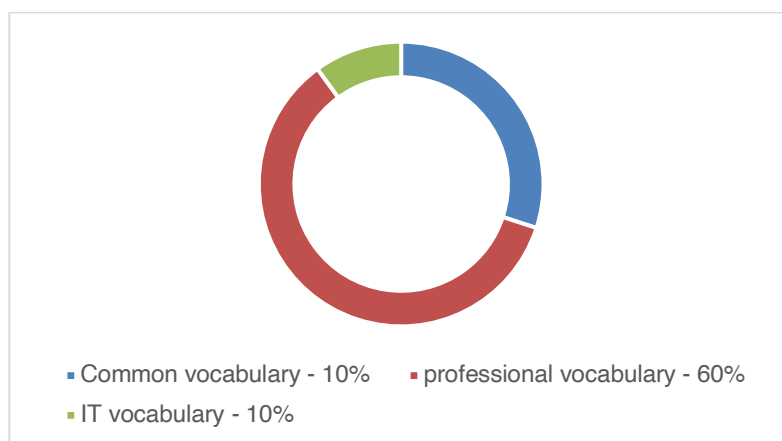


Рисунок 1. Соотношение лексического наполнения основной части вебинаров по обучению английскому языку

Таким образом, особенности лексического наполнения вебинара еще раз показывают, что его существование в интернет-пространстве и интердискурсивный характер отражается в использовании лексических единиц, представляющих собой сочетание характеристик как статусно-ориентированной, так и других форм интернет-коммуникации. Сохранение институционального характера коммуникации между участниками онлайн лекции/ семинара реализуется в присутствии в речи ведущего профессионально ориентированной лексики и этикетный формул. Наличие разговорных и общеупотребительных лексических единиц, в свою очередь помогает лектору облегчить процесс восприятия и понимания предоставляемой информации и служит маркером массового характера адресата. Присутствие в речи лектора профессионально-ориентированной лексики указывает на направленность основного содержания лекции или семинара и говорит о том, что лектором подразумевается наличие у аудитории базового представления об области профессиональной деятельности. Наличие лексики, связанной с каналом коммуникации, делает акцент на принадлежность вебинара к интернет-дискурсу и является отражением основных тенденций в дистанционном образовании, указывая на конкретные интернет-платформы для проведения занятий в дистанционном формате, а

также приложения, которые могут быть использованы как студентом, так и преподавателем для достижения максимальных результатов обучения.

Когнитивно-прагматические характеристики вебинаров по обучению английскому языку

Помимо вербальных средств коммуникации вебинар позволяет как лектору, так и аудитории прибегать к активному использованию невербальных средств коммуникации для достижения максимального прагматического эффекта. Как показало исследование, выбор коммуникативных стратегий зависит не только от целей образования, но и от канала коммуникации. Таким образом, можно выделить следующие коммуникативные стратегии, используемые в англоязычных вебинарах по обучению иностранному языку:

- стратегию самопрезентации:

«I teach on the international Diploma in language teaching management, which if you're not familiar with is a Cambridge English course, that works with the University of Queensland, as it in the US. And through that cause I get to meet a lot of managers, a lot of educational managers academic managers directors of studies and so on. In around the world, all over the world» [Hockley];

- стратегию установления виртуальной связи:

«I hope that I'm loud and clear. It was difficult for me hear some words Paul has just said. Can you make it clear to me in the chat if I'm speaking too fast or too quietly? Great! OK, at the moment it sounds like loud and clear»;

- тактика информирования, рассказа о личном опыте:

«So, we'll start off by having a brief discussion together of the term mentoring and what it means. We will then look at these tips on how to establish nurture and mentoring relationships with a mentee. Mentee is the person that receives the mentoring»;

- стратегию рекомендации и совета:

«In this example, I am using some information from Corpus Research knowing that these are the 15 most common verbs. And I could... do this activity in several different ways depending on what we've been covering in my class. I might have one of my students come up and give the instructions, so they would be speaking in a more formal manner»;

- тактику смягчения:

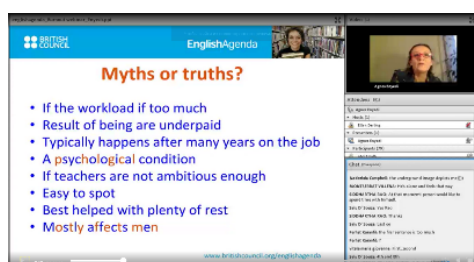
«So, the evidence would be, perhaps, a teacher, collected from their students, replacing training technology out of the classroom».

К другим невербальным средствам, к которым прибегают участники вебинара, можно отнести использование фонографических, параграфических и идеографических средств.

Помимо интонации, мимики и жестов, присущих больше ведущему или лектору вебинара ввиду возможности использовать видео-камер, наиболее ярким, характерным для интернет-коммуникации невербальным компонентом общения является использование визуально-графических средств, которые используются для выражения эмоций, обратной связи и других аспектов коммуникации, компенсируя отсутствие «живого» общения между коммуникантами.

Так, например, мы можем наблюдать следующие приемы, используемые как лектором, так и аудиторией:

- Точки для обозначения пауз: «*Muhammad Shujaat: Ok...but where does coaching fit in? Is it a new concept?*»;
- Повторение гласных для обозначения пролонгированности произношения: «*José Gaudimim: Oh deaaaaaarrrr*»;
- Эмотиконы: «*Sunny Bracco: Good morning! Warm greetings from Florida, Uruguay 😊*»
- Повторение пунктуационных знаков для семантического или интонационного ударения: : «*Lois Dalphins: exactly!! Why?!*»;
- Цвет и размер шрифта (в презентации);
- Картинки для более яркой демонстрации или для переключения внимания



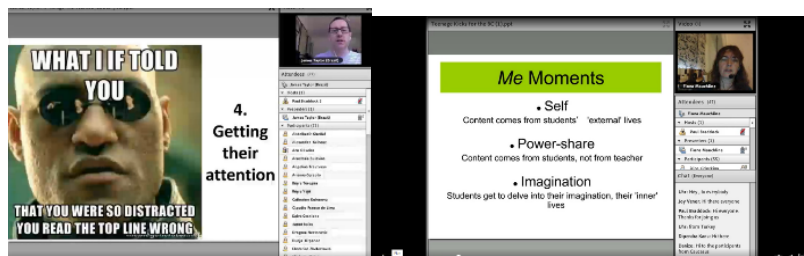


Рисунок 2. Параграфические средства в презентации лектора/ведущего вебинара

Использование упомянутых выше невербальных средств помогает лектору достичь максимального прагматического эффекта и разнообразить свое повествование, а аудитория, в свою очередь, может дать обратную связь.

Лингвосинергетический потенциал вебинаров по обучению английскому языку

Лингвосинергетика как относительно новое направление в изучении языка как открытой сложной нелинейной системы открывает возможности для совершенствования методологических схем и подходов к научному осмыслению результатов, полученных в сфере исследований языка. Ученые, чьи работы выполнены в русле данного направления современного языкознания, предпринимают попытки к описанию и выявлению механизмов саморегулирования языка и дискурса в состоянии неравновесности, возникающем в ходе их развития (Пономаренко, 2004, 7).

Изучению дискурса с позиций синергетики посвятили свои работы Е.В. Пономаренко (Пономаренко, 2007, 14), И.В. Савина (Савина, 2006, 1), В.А. Пищальникова (Пищальникова, 1998, 5), В.Г. Борботько (Борботько, 2007, 4) и др. ученые. Исследователи рассматривают дискурс как «средство отражения мыслительных, чувственных, психических процессов, свойственных человеку» (Пономаренко: 8). Английский язык, являясь языком международного общения и, как следствие, включающий в себя не только ценности, культуру и особенности менталитета носителей языка, но и активно адаптирующийся к особенностям речевого поведения представителей других наций и народов, является одним

из наиболее ярких примеров открытой сложной нелинейной системы (Malyuga & McCarthy, 2020).

Вебинар как сложное относительно новое коммуникативное явление, сочетающее в себе характеристики как образовательного, так и интернет-дискурса, заслуживает пристального внимания исследователей-языковедов.

Рассматривая вебинар с точки зрения синергетического подхода, следуют отметить, что в его основе лежат коммуникативные цели образовательного дискурса (передача знаний, социализация и развитие личности) (Malyuga & Petrosyan, 2022). В этом случае контекст и интернет-среда играют роль аттракторов. Они накладывают определенные рамки для проведения занятия, с учетом специфики компьютерно-опосредованной коммуникации и среды. Такое занятие или семинар/ лекция будут отличаться от академической лекции в традиционном ее понимании и будут вынуждены подчиняться новым условиям своего существования в компьютерно-опосредованной среде, внося изменения в первую очередь в свое структурное оформление. Таким образом, вебинар включает в себя структурные компоненты, характерные для интернет- и компьютерно-опосредованной коммуникации, «транслируя через языковые средства новую информацию о том, что процесс образования погружен в непривычное учебное пространство» (Rimmer, 2019). Сохраняя изначальных целей образовательного дискурса в рамках вебинаров наблюдаются композиционные изменения традиционного формата лекций/ семинаров, проявляющих себя, например, в вопросно-ответной сессии (Q&A session) в заключении (так как именно она подразумевает участи в двух форматах – онлайн и оффлайн): «*And someone is typing the question. Okay. Um, so... So, Dan your question is have I experimented with digital media for writing. Yes, not with that class, but with other classes*» [Jones]. и проверки устойчивости интернет-соединения в начале и по ходу развертывания вебинара: «*Paul (moderator): I think your connection is gone or something but it's good to have you frozen. Okay, so everybody we're just having a few technical issues. Bear with me. I'm gonna fix this. Okay, sorry everyone if you could just bear with us. Cecilia, for a moment temporarily. I'm sure she'll be back in a moment*» [Nobre].

Нормы и экстралингвистические факторы общения в интернет-среде реализуют себя в речи лектора с помощью лексических единиц и паралингвистических средств для достижение максимального прагматического эффекта (Malyuga & Rimmer, 2021, Carrier, 2018):

- присутствие лексики, связанной с каналом коммуникации – *«youtube, facebook, twitter, Instagram, internet connection connect, webinar, demonstrate/ share screen/photo, camera, downalod, send, e-mail, upload, link, slide, to google»;*
- использование коммуникативной стратегии установления связи – *«Can you make it clear to me...; Can everybody hear me; Can you just write something...»;*
- активное внедрение идеографических и параграфических средств невербальной коммуникации, обеспечивающих возможность получения моментальной обратной связи от аудитории и стимулирующих использование аудио- и видео-демонстраций – *«adults tend to be more "polite" :D: «no sound(»;* *I think we should also add WHY I became an Eng. Teacher!!».*

Точки бифуркации вебинара не меняют мотивационных и целевых установок участников вебинара. Однако в данном случае подразумевается изменение модуса – переход от устной формы дискурса к его устно-письменной разновидности в силу условий, диктуемых средой интернет коммуникации, а именно в следующих условиях: 1) отсутствие возможности для адресата личного, «материального» присутствия; 2) отсутствие возможности визуального контакта с адресатом, что побуждает к использованию определенных схем взаимодействия с аудиторией и акцентированию внимания на окно чата, где в большинстве случаев отслеживается степень понимания предоставляемой информации.

Степень неопределенности или энтропия вебинара гораздо выше, чем у традиционной лекции, поскольку нарушен его хронотоп (онлайн/ оффлайн участие и не прикрепленность к месту). Более того необходимо учитывать канал коммуникации, который и является причиной непривычного для семинара или лекции хронотопа в рамках вебинара. В связи с этим высока степень неопределенности и непредсказуемости происходящего (например, отключение интернета или поломка технического оборудования). Это обуславливает наличие таких композиционных особенностей,

как прерывание хода повествования для проверки качества связи с аудиторией или устранение технических проблем. Кроме того, одной из коммуникативных стратегий и тактик, к которым прибегает лектор и модератор вебинара является установление виртуальной связи со слушателями, что тоже в определенной степени является одним из показателей неустойчивости сети:

«Cecilia: Hello, I'm sorry. I had an internet connection problem. Yes, any slides sharing again. Can I share my presentation again, Paul?»

Paul: Yes. Just a second. Just get it back. Okay.

Cecilia: So, can you see my slides? Just gonna do that. Yes. Yeah. Okay.

Paul: Cheers. Yes.

Cecilia: That happens right real life. Okay, so I was talking...»
[Nobre]

Таким образом, с учетом вышеперечисленных особенностей, можно утверждать, что вебинар, с точки зрения лингвосинергетики, является относительно новым самоорганизующимся жанром виртуального педагогического дискурса (Kharkovskaya, Ponomarenko & Radyuk, 2017).

В данном случае необходимо учитывать методичное включение новых структурных, лексических и экстралингвистических элементов традиционного формата семинара/ лекции к условиям их реализации и существования в интернет-среде.

Заключение

Вебинар как жанр виртуального педагогического дискурса и образования обладает характеристиками и особенностями сразу двух типов дискурсов. Это проявляется во встраивании структурных, лексических и экстралингвистических особенностей традиционного формата семинара или лекции в условия их реализации в интернет-пространстве. Такое взаимодействие обнаруживается на лексическом, композиционном уровнях, в выборе определенных коммуникативных стратегий и тактик (самопрезентация, привлечение и поддержание внимания, установление и поддержание виртуальной коммуникации и т.д.), паралингвистических средств, используемых с целью освоения профессиональных навыков.

Как пример сочетания характеристик образовательного и интернет-пространств можно использовать речь лектора, которая

содержит лексические единицы, характерные для статусно-ориентированного и интернет-общения. Использование этикетных и дискурсивных формул общения (формулы приветствия и прощания и т.д.), профессионально ориентированной лексики делает акцент на сохранение институционального характера общения между участниками вебинара. Присутствие общеупотребительных и разговорных лексических единиц, в свою очередь, облегчает восприятие и понимание предоставляемой информации, привлекая массовую и неоднородную по языковой подготовке аудиторию. Интердискурсивный характер англоязычных вебинаров по обучению английскому языку также передается в выборе коммуникативных стратегий и тактик.

С одной стороны, перечисленные факторы служат доказательством того, что в рамках англоязычных вебинаров по обучению английскому языку интернет-дискурс встраивается в образовательную среду. С другой стороны, данный тип дискурсивного пространства является примером адаптации образовательного дискурса к относительно новому интернет-контексту и пространству. Все вышеперечисленное может являться стимулом для дальнейшего рассмотрения вебинара как явления интердискурсивного характера с позиции лингвосинергетики.

Литература

1. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. на соискание степени д-ра филол. наук: 10.01.01. – М., 2000. – 49 с.
2. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: дис. ... д-ра социол. наук: 10.02.04. – Ростов н/Д, 2004. – С. 157.
3. Борботько В.Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике. – М.: КомКнига. 2007. – 288 с.
4. Галичкина Е.Н. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 328 с.
5. Герасименко Т.Л. [и др.]. SMART-технологии (вебинар и социальные сети) в преподавании иностранного языка в

- неязыковом вузе // Экономика, статистика и информатика. – 2012. – № 5. – С. 9-12.
6. Геркушенко С.В., Геркушенко Г.Г. Дидактические аспекты применения вебинаров для методического сопровождения профессиональной деятельности педагога дошкольного образования [Электронный ресурс] // Концепт: научно-методический электронный журнал. – 2013. – № 8. – С. 51-55. – Режим доступа: URL: <http://www.econcept.ru/2013/13580.htm>.
 7. Гладкова М.Н., Кутепов М.М. Образовательный вебинар как форма организации учебного процесса в высшей школе // Успехи современной науки. – 2017. – Т. 1. – № 3. – С. 63 – 65.
 8. Горошко Е.И. К уточнению понятия «Компьютерно-опосредованная коммуникация»: проблемы терминоведения // Образовательные технологии и общество. – Казань, 2009. – Т. 12. – № 2. – 446 с.
 9. Пищальникова В.А. К становлению лингвосинергетики // Структурная организация и самоорганизация текста: Монография / Г.Г. Москальчук / Вступ. ст. – Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та. – 1998. – С. 5-11.
 10. Пищальникова В.А. К становлению лингвосинергетики // Структурная организация и самоорганизация текста: Монография/ Г.Г. Москальчук / Вступ. ст. Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та. – 1998. – С. 5-11.
 11. Пономаренко Е.В. О принципах синергетического исследования речевой деятельности // Вопросы филологии. – 2007. – № 1. – С. 14-23.
 12. Пономаренко Е.В. Системность функциональных связей в современном английском дискурсе: Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04, 10.02.19. –М., 2004. – 447 с.
 13. Савина И. В. Лингвосинергетические аспекты функционирования глаголов коммуникации (на материале английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – ГОУ ВПО “Поволжская государственная социально-гуманитарная академия”, 2009. – 24 с.
 14. Савина И.В., Баранова А.Д. Концепт «образование» как один из центральных в англоязычной концептосфере // Наука и культура России. – 2019. – Т. 1. – С. 218-220.

15. Самкова М. А. Основы лингво-синергетического подхода к изучению дискурса // Лингвистика и межкультурная коммуникация – инновационные подходы и пути развития. В 2 книгах. Книга 2: монография. – Одесса: КУПРИЕНКО С.В., 2013. – С. 19-31.
16. Фенина В.В. Влияние технологических факторов на виртуальный речевой жанр (на примере жанра «Вебинар») // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2016. – № 3. – С. 67-73.
17. Фролов Ю.В. Подготовка и проведение вебинаров: учебно-методическое пособие для преподавателей, студентов и слушателей системы повышения квалификации. – М.: Изд-во МГПУ, 2011. – 30 с.
18. Aleksandrova O. V., Mendzheritskaya E. O., Malakhova V. L. Dynamic changes in modern English discourse. *Training, Language and Culture*. – 2017. – № 1(1). – Pp. 92-106. doi: 10.29366/2017tlc.1.1.6
19. Cambridge Business English Dictionary [Electronic resource]. 2022. – Mode of access: <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed 1.08.2022)
20. Carrier M. English for the underserved: Closing the digital divide // *Training, Language and Culture*. – 2018. – №2(4). – Pp. 9-25. doi: 10.29366/2018tlc.2.4.1
21. Crystal D. My priority for the next 50 years: An online cultural dictionary // *Training, Language and Culture*. – 2017. – № 1(1). – Pp. 14-27. doi: 10.29366/2017tlc.1.1.1
22. Fraser B. An approach to discourse markers // *Journal of Pragmatics*. – 1990. – №14. – Pp. 383–395.
23. Kazanzeva E.A. Features of modern pedagogical discourse // *Uspehi sovremennoi nauki. Vestnik Ufimskogo gosudarstvennogo nefte-technicheskogo universiteta*. – 2017. – №3. – Pp. 35-45.
24. Ledeneva S.N. School of teaching business English and the language of business administration // *Vestnik MGIMO*. – 2016. – №5(38). – Pp. 209-211.
25. Malyuga E. N., Petrosyan G. O. Effective Integration of Distance Courses Through Project-Based Learning // *Frontiers in Education*. – 2022. – №6. – 788829. doi: 10.3389/educ.2021.788829

26. Malyuga E.N., McCarthy M. Non-minimal response tokens in English and Russian professional discourse: A comparative study // *Voprosy Jazykoznanija*. – 2020. – №4. – Pp. 70–86. DOI: 10.31857/0373-658X.2020.4.70-86
27. Malyuga E.N., Rimmer W. Making sense of “buzzword” as a term through co-occurrences analysis // *Heliyon*. – 2021. – №7 (6). – Article e07208. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07208>.
28. Merriam Webster Dictionary [Electronic resource]. – 2022. – Mode of access: <https://www.merriam-webster.com/> (accessed 2.08.2022)
29. Ponomarenko E.V., Chekhranova T.A., Plavinskaya N.A. Functional non-linearity as means of building up sense space of business English // *Issues of Applied Linguistics*. – 2018. – № 30. – Pp. 65-85.
30. Rimmer W. Questioning practice in the EFL classroom // *Training, Language and Culture*. – 2019. – № 3(1). – Pp.53-72. doi: 10.29366/2019tlc.3.1.4
31. Verma A., Singh A. Webinar – Education through Digital Collaboration // *Journal of emerging technologies in Web intelligence*. – 2010. – №2(2). – Pp. 131-136.
32. Wang S.-K., Hsu H.-Y. Use of the Webinar Tool (Elluminate) to Support Training: The Effects of Webinar-Learning Implementation from Student Trainers’ Perspective // *Journal of Interactive Online Learning*. – 2008. – №7(3). – Pp.175-194.

References

- Akhrenova, N.A. (2000). *Internet discourse as a global intercultural phenomenon and its linguistic design*. (PhD thesis abstract, Russia, Moscow).
- Aleksandrova, O.V., Mendzheritskaya, E.O., & Malakhova, V.L. (2017). Dynamic changes in modern English discourse. *Training language and culture*, 1(1), 100–117.
- Bondarenko, S.V. (2004). *Social structure of virtual network communities*. (PhD thesis abstract, Russia, Rostov-on-Don).
- Borbotko, V.G. (2007). *Principles of discourse formation: From psycholinguistics to linguosynergetics*. M.: KomKniga.
- Cambridge Business English Dictionary. (2022). Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed 1.08.2022)

- Carrier, M. (2018). English for the underserved: Closing the digital divide. *Training, Language and Culture*, 2(4), 9-25. doi: 10.29366/2018tlc.2.4.1
- Crystal, D. (2017) My priority for the next 50 years: an online cultural dictionary. *Training Language and Culture*, 1(1), 13–27.
- Fenina, V.V. (2016). Influence of technological factors on the virtual speech genre (on the example of the "Webinar" genre). *Bulletin of VSU. Series: Linguistics and intercultural communication*, 3, 67-73.
- Fraser, B. (1990) An approach to discourse markers. *Journal of Pragmatics*, 14, 383–395.
- Frolov, Yu.V. (2011). *Preparing and conducting webinars: a teaching aid for teachers, students and trainees of the advanced training system*. M.: Publishing House of MGPU.
- Galichkina, E.N. (2012). *Internet communication as a new speech formation*. M.: FLINTA: Nauka.
- Gerasimenko, T.L., Grubin, I.V., Gulaya, T.M., Zhidkova, O.N., & Romanova, S.A. (2012). SMART technologies (webinar and social networks) in teaching a foreign language in a non-linguistic university. *Economics, statistics and informatics*, 5, 9-12.
- Gerkushenko, S.V., & Gerkushenko, G.G. (2013). Didactic aspects of the use of webinars for methodological support of the professional activities of a teacher of preschool education. *Concept: scientific and methodological electronic journal*, 8, 51-55. Retrieved from: <http://www.ekconcept.ru/2013/13580.htm>.
- Gladkova, M.N., & Kutepov, M.M. (2017). Educational webinar as a form of organization of the educational process in higher education. *Successes of modern science*, 1(3), 63 - 65.
- Goroshko, E.I. (2009). To clarify the concept of "Computer-mediated communication": problems of terminology. *Educational technologies and society*, 12(2), 446.
- Kazanzeva, E.A. (2017). Features of modern pedagogical discourse. *Uspehi sovremennoi nauki. Vestnik Ufimskogo gosudarstvennogo nefte-technicheskogo universiteta*, 3, 35-45.
- Ledeneva, S.N. (2016). School of teaching business English and the language of business administration. *Vestnik MGIMO*, 5(38), 209-211.

- Malyuga, E. N., & Petrosyan, G. O. (2022). Effective Integration of Distance Courses Through Project-Based Learning. *Frontiers in Education*, 6, 788829. doi: 10.3389/educ.2021.788829
- Malyuga, E.N., & McCarthy, M. (2020). Non-minimal response tokens in English and Russian professional discourse: A comparative study. *Voprosy Jazykoznanija*, 4, 70–86. DOI: 10.31857/0373-658X.2020.4.70-86
- Malyuga, E.N., & Rimmer, W. (2021). Making sense of “buzzword” as a term through co-occurrences analysis. *Heliyon*, 7 (6), e07208. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07208>.
- Merriam Webster Disctionary. (2022). Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/> (accessed 1.08.2022)
- Pishchalnikova, V.A. (1998). To the formation of linguosynergetics. In G.G. Moskalchuk (Ed.), *Structural organization and self-organization of the text* (pp. 5-11). Barnaul: Publishing House of the Altai State university.
- Pishchalnikova, V.A. (1998). To the formation of linguosynergetics. In G.G. Moskalchuk (Ed.), *Structural organization and self-organization of the text* (p. 5-11). Barnaul: Publishing House of the Altai State. university.
- Ponomarenko, E. V. (2007). On the principles of synergetic research of speech activity. *Issues of Philology*, 1, 14-23.
- Ponomarenko, E.V. (2004). *Systemacy of functional connections in modern English discourse*. (PhD thesis, Russia, Moscow).
- Ponomarenko, E.V., Chekhranova, T.A. & Plavinskaya, N.A. (2018). Functional non-linearity as means of building up sense space of business English. *Issues of Applied Linguistics*, 30, 65-85.
- Rimmer, W. (2019). Questioning practice in the EFL classroom. *Training, Language and Culture*, 3(1), 53-72. doi: 10.29366/2019tlc.3.1.4
- Samkova, M. A. (2013). Fundamentals of a linguo-synergetic approach to the study of discourse. In *Linguistics and intercultural communication - innovative approaches and ways of development* (pp. 19-31). Odessa: KUPRIENKO S.V.
- Savina, I. V. (2009). *Linguistic and synergistic aspects of the functioning of verbs of communication (on the material of the English language)*. (Candidate thesis abstract, Russia, Volga State Social and Humanitarian Academy).

- Savina, I.V., & Baranova, A.D. (2019). The concept of "education" as one of the central ones in the English-speaking concept sphere. *Science and Culture of Russia, 1*, 218-220.
- Verma, A., & Singh, A. (2010). Webinar – Education through Digital Collaboration. *Journal of emerging technologies in Web intelligence, 2*(2), 131-136.
- Wang, S.-K., & Hsu, H.-Y. (2008). Use of the Webinar Tool (Elluminate) to Support Training: The Effects of Webinar-Learning Implementation from Student Trainers' Perspective. *Journal of Interactive Online Learning, 7*(3), 175-194.