

**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 4 (48)**

**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)**

© 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 4 (48)**

**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*

ТАРИЕВА Л.У. Предикации гипотаксиса с изъяснительными отношениями в эргативном языке	7
АСМЯТУЛЛИН Р.Р. Спецоперация и дискурс итальянских СМИ: корпусный анализ дискурса Corriere della Sera об экономических санкциях в отношении России в марте-июне 2022 г.	29
БУРИКОВА С.А., МАЛОЗЕМОВА К.Г. Персонификация как лексическое средство выразительности в заголовках статей бизнес-тематики	54
БУРРИНИ Э. Исправление ошибок в преподавании иностранного языка (итальянского) с помощью коммуникативного метода	75
РАДЮК А.В., НИКОГОСЯН М.В. Лексико-стилистические средства выразительности в англоязычном дискурсе лайфстайл-медиа	96
СОКОЛОВА В.Л. Коммуникативные стратегии воздействия на читателей в печатном дискурсе и языковые особенности их реализации в редакторской статье (на материале современной французской прессы)	120

## CONTENTS

### *Scientific articles*

TARIEVA L.U. Predications of hypotaxis with explanatory relations in an ergative language	7
ASMYATULLIN R.R. Special military operation and Italian mainstream media discourse: corpus-based analysis of Corriere della Sera discourse on anti-Russian economic sanctions in March- June 2022	29
BURIKOVA S.A., MALOZEMOVA K.G. Personification as a lexical stylistic device in business articles' headlines	54
BURRINI E. Approaching error in foreign language teaching (Italian) applying the communicative method	75
RADYUK A.V., NIKOGOSYAN M.V. Lexico-stylistic expressive means in the English-language lifestyle media discourse	96
SOKOLOVA V. L. Communicative strategies of influence on readers in media discourse and the language features of their implementation in editorial (based on the material of modern French press)	120

## НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

УДК 81'44

Л.У. Тариева

Ингушский государственный университет

### ПРЕДИКАЦИИ ГИПОТАКСИСА С ИЗЪЯСНИТЕЛЬНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ В ЭРГАТИВНОМ ЯЗЫКЕ

*Тема, избранная для рассмотрения, синхронно относится к одной из важных, так как сложное предложение эргативного языка интерпретируется в связи с функцией компонентов парадигмы лица, неоднозначно отражающихся в глаголе-сказуемом. Цель исследования заключается в экспонации грамматической основы, представляющей одну из ядерных конструкций частей сложного предложения с изъяснительными отношениями. Достижение цели обуславливает необходимость решения таких проблем как: вскрытие характера предикаций частей гипотаксиса предлагаемого типа, анализ структурно-семантической организации глагола-предиката, учет позиции и связи частей эргативной сложной конструкции. Научная новизна статьи заключается в том, что исследование эргативного предложения ведется на основе новой концепции, представляющей парадигму лица, относительно недавно введенной в технику лингвистического исследования. Структура глагола в эргативном нахском языке устроена так, что в нем открывается ниша, прежде всего для магистральной валентности. Главная валентность в эргативных языках диахронически принадлежит первым лицам парадигмы, размещающимся в структуре глаголов, обуславливая гетерогенность ядерных предикаций и, соответственно, частей сложной конструкции. В основу анализа предикаций положен метод компонентного анализа, так как структура глагола в эргативном нахском языке неоднозначная с точки зрения кодирования актанта в качестве магистральной валентности. Применяется также техника дистрибутивного приема, обуславливающего вскрытие неоднозначности ядерных предикаций и, соответственно, их связь в составе сложной конструкции.*

*Результаты анализа гипотаксиса избранного типа подтверждают специфику структурной и семантической устроенности эргативного глагола-предиката, кодирующего одно из лиц парадигмы со статусом «первое». Таким образом лицо парадигмы (метафорически и предмет тоже) на языковом уровне выступает в роли подлежащего. Практическое значение интерпретации предиката такого рода может и должно оказаться релевантным в контрастивных, типологических исследованиях гипотаксиса других эргативных языков.*

*Ключевые слова: гипотаксис, зависимое изъяснительное, семантика глагола, структура глагола, лицо парадигмы, номинативное сказуемое, эргативный глагол-предикат, аффективный глагол-сказуемое*

**UDC 81'44**  
**L.U. Tarieva**  
**Ingush State University**

#### **PREDICATIONS OF HYPOTAXIS WITH EXPLANATORY RELATIONS IN AN ERGATIVE LANGUAGE**

*The topic chosen for consideration is one of the important ones, as the complex sentence of ergative language is interpreted in connection with the function of the components of the person paradigm, ambiguously reflected in the verb-predicate. The aim of the study is to exhibit a grammatical basis representing one of the nuclear constructions of the portions of a complex sentence with indicative relations. Achievement of the goal requires solution of such problems as: revealing the character of predications of parts of hypotaxis of the proposed type, analysis of structural and semantic organization of verb-predicate, taking into account the position and connection of parts of ergative complex construction. The scientific novelty of the article lies in the fact that the study of ergative sentence is carried out on the basis of a new concept representing the paradigm of the person relatively recently introduced into the technique of linguistic research. The structure of the verb in the ergative Nakh language is arranged in such a way that it opens a niche primarily for the mainline valence. The main valence in ergative languages diachronically belongs to the first persons of the paradigm,*



*located in the structure of verbs, causing the ambiguity of nuclear predications and, accordingly, parts of a complex construction. The analysis of predications is based on the method of component analysis, since the structure of a verb in the ergative Nakh language is ambiguous from the point of view of coding the actant as the mainline valence. The technique of distributive approach is also used, which causes the revelation of ambiguity of nuclear predications and, accordingly, their relationship in a complex construction. The results of the analysis of hypotaxis of the chosen type confirm the specificity of the structural and semantic arrangement of the ergative verb-predicate coding one of the persons of the paradigm with the «first» status. Thus, the person of the paradigm (metaphorically and subject too) at the language level is the subject. The practical meaning of this kind of predicate interpretation may and should be relevant in contrastive, typological studies of hypotaxis in other ergative languages.*

*Keywords: hypotaxis, dependent explanatory, verb semantics, verb structure, paradigm face, nominative predicate, ergative verb-predicate, affective verb-predicate*

### **Введение**

Сложноподчиненные предложения с изъяснительным придаточным (инг. *духьтладакха тлатеха калам*) в эргативном языке обычно представляют гипотаксис с присловным подчинением, наряду с придаточным, распространяющим главную часть в целом. В качестве рабочего в статье используется ингушский язык, так как среди эргативных языков на базе этого языка интерпретирован блок константных признаков эргативности (Тариева, 2020).

Синхронно интерпретация сложноподчиненного предложения эргативного языка, во многом совпадающая с толкованием гипотаксиса номинативного языка, базируется на:

- 1) отношении зависимой части к главному предложению в целом (расчлененная структура);
- 2) отношении придаточного предложения к какому-либо члену предложения в главном, выходящего нередко за рамки соответствия членам простого предложения;
- 3) исследовании средств связи (союзов, союзных слов, скреп), соединяющих главное с зависимым;

- 4) анализе морфосинтактики знаменательного или местоименного (соотносительного) слова в главном;
- 5) толковании анафорических элементов главной и зависимой частей;
- 6) учете встроенности в семантическую структуру глагола лица парадигмы (предмета), обуславливающего функцию ядерной конструкции;
- 7) ассоциативной когезии лексем главной и зависимой частей.

Полиаспектный подход к анализу сложноподчиненного предложения современного ингушского языка, части которого связываются союзами, союзными словами, скрепами, экспонирующими определенного рода отношения между частями гипотаксиса, должен вскрыть специфику его функционирования. Аналитические показатели (союзы, союзные слова) связи главного и придаточного предложений сосуществуют в данном эргативном языке с особого рода средствами связи (синтетическими скрепами), доставшимися ингушскому языку от его сильносинтетического прошлого (Тариева, 2020). Скрепы, квалифицируемые Н.С. Валгиной в номинативном русском языке (Валгина, 2003, с. 294-295), на наш взгляд, скорее связаны с его старославянским прошлым, и не случайно русский язык синхронно содержит в своей структуре элементы эргативности (например, возвратная частица *-ся*, соответствующая семантически, и не только, ингушскому эргативному местоимению *аз 'я'* и др.). Из актуальных средств связи скрепы эргативного ингушского языка диахронически восходят (как показывают современные исследования) к сильносинтетическому строю ингушского языка, предшествовавшему эргативному (Тариева, 2020, с. 33, 37-38), и такого рода «дары синтетизма» скрепы должны стать предметом отдельного исследования. В данной работе исследуются конструкции эргативного гипотаксиса с изъяснительными отношениями, части которого соединены союзами, союзными словами.

#### **Материалы и методы**

Актуальность темы исследования состоит в необходимости интерпретации структуры и семантики частей гипотаксиса эргативного языка, отличающихся от языков номинативной стратегии. Основная задача статьи видится в том, чтобы

истолковать компоненты предикации частей сложноподчиненного предложения эргативного нахского языка, части которого соединены союзами и/или союзными словами. Решение этой задачи поможет в перспективе дифференцировать их от гипотаксиса, главное и зависимое предложение которого соединены синтетическими скрепами.

В основу интерпретации частей гипотаксиса с изъяснительными отношениями положены работы отечественных лингвистов, включая и современных синтаксистов-ингушеведов: Н.Ф. Яковлев (2001), В.А. Плунгян (2000), Я.Г. Тестелец (2001), Н.С. Валгина (2003), И.А. Оздоев (1981, 1982), Л.Д. Мальсагова (1986, 1998), Ф.Г. Оздоева (1998), Х.Р. Хайрова (2007), Л.У. Тариева (2017, 2020-2021) и др.

Чтобы достичь цели в исследовании сложноподчиненного предложения с придаточным изъяснительным в статье используется дистрибутивный метод анализа глаголов-предикатов различных корпусов. Применяется в работе и техника описательного метода, позволяющего вскрыть особенности функционирования главной и зависимой частей гипотаксиса. Компонентный анализ частей сложной конструкции с изъяснительными отношениями акцентирует внимание на глаголе-сказуемом с точки зрения его мотивированности / немотивированности, транзитивности / интранзитивности, комплетивности.

Одним из первых синтаксистов, признававших наличие изъяснительных конструкций в ингушском языке, был Н.Ф. Яковлев, истолковывавший их посредством особой «придаточной формы» с окончанием «сравнительного падежа» (Яковлев, 2001, с. 439-443).

И.А. Оздоев, напротив, в своей работе, посвященной сложноподчиненной конструкции, исследуя типы зависимых предложений (времени, образа действия, причины, цели, следствия, условные, уступки и сравнения), не рассматривает конструкции с придаточными изъяснительными (Оздоев, 1981, с. 24-32; Оздоев, 1982).

Если придаточное изъяснительное присловное, то в главной части такого предложения наличествует слово, которое запрашивает добавления информации, со структурно-смысловой точки зрения

такая лексема требует семантического восполнения или конкретизации значения.

Характер изъяснительного придаточного предложения, зависящий от структуры и содержания слова в главной части, распространяющего придаточную часть, гетерогенный:

1. *Сайрана хазар салташта (AFF), шоаи (NOM) тIехъаика болх аьнна* 'Вечером солдаты (NOM) **услышали, что** они (NOM) отступают'.

2. *Нах (NOM) раьза бар, лоалахоша (ERG) белхий бергба аьнна* 'Люди (NOM) **были довольны, что** соседи (NOM) будут проводить субботник'.

3. *Хьалхарча заманчоахь зоахалол деш цкъарчоа хоаттар (ERG), фу дай (NOM) ба цар?* 'В былые времена при сватовстве вначале **спрашивали, что за предки (NOM) у них?**'.

В приведенных конструкциях зависимое изъяснительное предложение, распространяющее предикат-сказуемое в главном различного рода дополнением, хотя нередки случаи синкретичного толкования придаточного.

Л.Д. Мальсагова в нескольких статьях, рассматривая сложноподчиненное предложение в сопоставительном аспекте, отмечает, что в первой половине прошлого века «относительно гипотаксиса ингушского языка сложились две противоположные точки зрения, высказанные известными исследователями кавказских языков» (Мальсагова, 1998), каждая из которых имеет своих последователей. Автор выделяет структурно-семантическое своеобразие изъяснительных конструкций как одной из наиболее продуктивных групп среди одночленных сложных предложений (Мальсагова, 1986, с. 56-59). Той же точки зрения придерживается Ф.Г. Оздоева, которая, исследуя изъяснительный тип придаточных предложений, соединенных с главным посредством союзов, указывает на факт их широкой представленности в ингушском языке (Оздоева, 1998, с. 11-12). Учитывая этот факт, И.А. Оздоев по свидетельству его коллег собирал материал по сложноподчиненному предложению с изъяснительными отношениями для отдельного исследования.

Х.Р. Хайрова приводит десять типов придаточных предложений, среди которых представлены и изъяснительные конструкции, так же отмечаемые автором как наиболее распространенные в

ингушском языке (Хайрова, 2007, с. 182, 188-191). В номинативном русском языке наблюдается та же ситуация: Н.А. Аверьянова со ссылкой на Русскую грамматику выделяет СПП с изъяснительными придаточными как самую многочисленную группу, представленную повествовательными придаточными (Аверьянова, 2018, с. 275).

**Результаты и обсуждение.** Конструктивным признаком функционирования эргативного гипотаксиса с придаточным изъяснительным является, прежде всего, лексический и морфосинтаксический характер слова в главной части, комплетивного по сути. Восполняться может не только глагол-сказуемое с закодированным в нем именем-предикатом, но и любое другое слово в главной части, квалифицируемое в качестве опорного. В связи с этим уместно вспомнить тезис Ф.Г. Оздоевой, которая, отметила, что в ингушском языке выделяются два структурных типа предложения, в одном из которых зависимое соотносится со всем главным предложением, а в другом – с одним из членов главной конструкции (Оздоева, 1998, с. 9).

Глагол-сказуемое в эргативном языке как опорное слово структурно и семантически неоднозначен:

4. *Сона (AFF) хетт, сигале (NOM) лохе lotlaеннача санна* 'Мне кажется, будто небо (NOM) низко надвинулось'.

5. *Сога (LOC) оалалу, со (NOM) ханажерахъа цIаваoгIалургвац аьнна* 'У меня получается сказать, что я (NOM) не смогу в ближайшее время приехать домой'.

6. *Вошо (ERG) массанега хъахайт, ше балха вода аьнна* 'Брат (NOM) всем сообщает, что он (NOM) идет на работу'.

7. *Поалхам (NOM) оттабича, со (NOM) духътIаваoл, цу хича кислород дуккха да яхаш* 'Проведя опыт, я (NOM) убеждаюсь, что в этой воде много кислорода'.

8. *Са (POS) сааькхъухъ, докха дикахетар (NOM) хургда яхаш* 'Я предчувствую, что произойдет что-то очень хорошее'.

Придаточная часть (примеры 4-8) относится к глаголу-предикату в главном. Если учесть тот факт, что лица парадигмы (первые лица) встроены в семантическую структуру ингушского глагола на правах первой (магистральной) валентности, образуя ядерные конструкции (Тариева 2021, с. 23, 25), то изъяснительные предложения при них могут быть квалифицированы как

распространяющие предикацию в целом. Предложения с такого рода расчлененной (или синтетической) структурой возможно квалифицировать в качестве **двучленных**. Принцип двучленности ослабевает в предложениях со смешанными, каузативными глаголами в главной части ингушского гипотаксиса.

Восполняться может, как отмечено выше, предложение в целом или его отдельный компонент (глагол-предикат, имя-предикат или прямое дополнение). Прямое дополнение мы не рассматриваем в качестве компонента предикативной основы ингушского элементарного предложения в силу того, что на функцию подлежащего, на наш взгляд, в эргативном языке может претендовать только:

1) имя (лицо парадигмы, предмет) со свойством известной волюнтаривности, обуславливающей ему право на магистральную валентность в структуре глагола-сказуемого;

2) но не лицо (предмет), в функции прямого дополнения, имеющего форму именительного падежа в связи с тем, что для эргативных языков синхронно актуален такой релевантный признак как фреймы каузации (Тариева, 2017, с. 266-267);

3) завершение каузативных процессов, вызывающих к жизни, прежде всего, постулированные качества и свойства лица (предмета), должно снять проблему падежной омонимичности подлежащего и прямого дополнения в обозримом будущем.

Изыяснительной зависимой части в ингушском языке запрашивают *низбола хандешаи* 'сильные глаголы' или *урхал ду хандешаи* 'управляющие глаголы' или их формы в главной части, которые обладают не только «нишей» для магистральной валентности. Со структурно-семантической точки зрения это, прежде всего, номинативные глаголы:

9. *Со (НОМ) йист хилар, да (НОМ) цлава лаьрхлавац аьнна* 'Я (НОМ) сказал, что отец (НОМ) не собирается приезжать домой'.

10. *Нани (НОМ) селхан денз лув, ше (НОМ) цу зоахалона раьза яц яхаш* 'Бабушка (НОМ) со вчерашнего дня обозначает, что сама (НОМ) недовольна этим сватовством'.

Глагол-сказуемое главной части, магистральной валентностью кодирует лицо в номинативной форме имени и, соответственно, относится к номинативному корпусу глаголов (пример 7, 9-10).

В качестве лексемы, требующей семантического восполнения, может выступать и глагол эргативного корпуса:

11. *Беро (ERG) сиха Йомадир, мича оттаде деза ше (NOM) алапаш* 'Ребенок (NOM) быстро усвоил, куда он (NOM) должен ставить буквы'.

12. *Дас (ERG) ший яьлан хьатIаийцадар, ше (ERG) веший бераш кхедергда аьнна* 'Отец (NOM) взял себе в обязанность, что сам (NOM) будет воспитывать детей брата'.

Лицо парадигмы, закодированное в глаголах такого рода благодаря своей полифункциональности может быть названо актором, или принципиалом в том понимании, в каком это слово представлено у Я.Г. Тестельца: «если актанта с такой ролью (ролью агенса) есть при данном глагольном предикате» (Тестелец, с. 346).

Эргативные глаголы в изъяснительных предложениях, как правило, бывают сложными, чаще каузативными (примеры 6, 11).

Аффективных глаголов в ингушском языке количественно меньше, чем номинативных и эргативных, в силу ограниченности и исчислимости функций чувственно-воспринимаемого аппарата человека, который они представляют лингвоцентрически:

13. *Сайран унахочоа (AFF) дайра, мишта увттаю лор-йишас (ERG) тIадамашк* 'Вечером больной (NOM) увидел, как ставит медсестра (NOM) капельницу'.

14. *Тутмакха (AFF) хоаделлар, ший гIулакх (NOM) телхад аьнна* 'Заключенный (NOM) почувствовал, что его дело (NOM) плохо'. Обычно аффективную форму имени кодируют модусные глаголы, тесно связанные с чувственно-эмотивной деятельностью речедеятеля (примеры 1, 4, 13-14).

Традиционно в ингушском языке выделяют и локативные конструкции с каузативными глаголами, участвующими в образовании сложноподчиненного предложения с зависимым изъяснительным, часто синкретично толкуемым:

15. *Сога (LOC) дешархо духьтIавоаккхавеллар, шийтта оагIув (NOM) Йомае еза хьа аьнна* 'У меня получилось убедить школьника, что ему надо выучить двенадцать страниц'.

16. *Сога (LOC) оаделлар, фу (NOM) эш хьона аьнна?* 'Я (NOM) смог сказать, что (NOM) тебе нужно?' (или 'У меня получилось сказать, что тебе нужно?').

Глаголы-предикаты (примеры 15-16) являются сложными, каузативными, они тесно связаны с каузативными фреймами, синхронно характерными для эргативных языков (Тариева, 2017, с. 266-269). Синкретичность в данном случае заключается в двояком толковании зависимой части (пример 15: *сенна* 'по поводу чего?' и *мишта* 'как'; пример 16: *фу* 'что' и *мишта* 'как').

Предложений с посессивной семантикой в главной части в ингушском языке меньше, что связано не только с функцией притяжательного падежа, который может делить место магистральной валентности в семантической структуре глагола-предиката с другим лицом (Тариева 2019), но и со степенью идиоматизации частей внутри глагола. Сравните конструкции:

17. *Марема (POS) саготлу, маца цлакхоачаргья ше (NOM) яхаи* 'Марем (NOM) переживает, что сама (NOM) поздно попадет домой' (или 'когда же она попадет домой') и:

18. *Аз (ERG) саготду, маца цлакхоачаргья-те со (NOM) яхаи* 'Я (NOM) переживаю, когда же я (NOM) попаду домой' с:

19. *Са (POS) хатта деза, нана (NOM) фу деш я?* 'Я (NOM) должен спросить, что делает мать (NOM)?' с:

20. *Во lo (ERG) хатта деза, фу деш я нана (NOM)* 'Сын (NOM) должен спросить, что делает мать (NOM)?'.

Посессивная и эргативная конструкции главной части (примеров 17-18) выступают как экспоненты фрейма каузации, указывающие на смещение свойств глаголов различных корпусов в рамках каузативного процесса.

Степень идиоматизации между компонентами внутри таких каузативных глаголов редко выходит за рамки аддитивности: «Изоморфизм «первого лингвистического членения» — не менее важная особенность, аддитивной модели, чем собственно аддитивный принцип (предполагающий равенство целого простой сумме составных частей)» (Плунгян, 2000, с. 39-40). Если следовать тезису об аддитивности, истолкованной В.А. Плунгяном, то можно утверждать, что ингушские каузативные глаголы без труда, при первом морфологическом членении распадаются на части: на глаголы со своей примарной магистральной валентностью. В приведенных иллюстрациях (примеры 9-20) отношение зависимой части к главной определяется морфосинтаксическими свойствами распространяемого опорного слова-глагола.



Принятый в классификации сложноподчиненных предложений (номинативных и эргативных языков) принцип, согласно которому главная часть сложной конструкции уподобляется простому высказыванию, а придаточная одному из членов предложения (дополнению, определению, обстоятельству) остается актуальным в исследовании отношений между частями гипотаксиса современного ингушского языка и, соответственно, других нахских языков.

Придаточное изъяснительное может присоединяться к глаголу-сказуемому или к опорному слову в главной части как:

I. **прямообъектное** дополнение (примеры 3-5), которое восполняет информативную недостаточность предикативного компонента в головном предложении:

21. *Гаргара наха (ERG) кхетадора, сенца дувзаденна да даь къамаьл* 'Родственники (NOM) **понимали, с чем** связана речь (NOM) отца'.

22. *Беро (ERG) цкъаза хоаттар, нана (NOM) мичай ший яхаи* 'Ребенок (NOM) изредка **спрашивал, где** его мать (NOM)'.

23. *Наха (ERG) сога оалар, хъанга деннад тахан дои (ABS)* 'Люди (NOM) мне **сообщали, кому** дали сегодня слово (В.п.)'.

II. **косвеннообъектное** дополнение, восполняющее информативную недостаточность глагольного сказуемого в основной части гипотаксиса, которое может быть как простым (примеры 6-7), так и составным:

24. *Хьалкъо (ERG) йоаккхий ю, ше (ERG) цу тлем тла дакъа лаьцад* яхаи 'Народ (NOM) **горд** тем, что сам (NOM) **принял участие** в этой войне'. (сенах 'чем?' и мишта 'каким образом?')

25. *Унахо (NOM) кхераи вацар, ше (NOM) лергва аьнна* 'Больной **не боялся**, что сам (NOM) умрет' (сенах? 'чего?').

26. *Бер (NOM) раьза дацар, нана (NOM) дIайода аьнна* 'Ребенок (NOM) **был недоволен**, что мать (NOM) уходит'.

27. *Йилуга (POS) саготлора, ше (ERG) денорг доадаьд аьнна* 'Девочка (NOM) переживала, что сама (NOM) потеряла дневник' (сенах? 'по поводу чего?' и хъанна? 'почему?').

28. *Нах (NOM) саготтдеи бацар, доархо (NOM) цхьаь висав* яхаи 'Люди (NOM) не переживали, что раненый (NOM) остался один' (сенах? 'по чему, по поводу чего?').

Хронологически первичными из различных типов предложений с придаточными прямо- и косвеннообъектными дополнениями (присловных, припредложенческих, приместоименных), являются приместоименные, представляющие наиболее архаичный пласт лексики естественных языков.

В некоторых эргативных сложных предложениях наблюдается эвиденциальный плеоназм в употреблении союзного слова (пример 16, 18).

Что касается слова в главной части сложноподчиненного предложения, к которой присоединяется изъяснительная часть, то здесь релевантность, (кроме общей характеристики глаголов: их корпусного распределения), как указано выше, приобретает лексико-грамматическая отнесенность опорного слова: его лексические и морфосинтаксические свойства. В связи с этим важной представляется мысль Ф.Г. Оздоевой (приемлемая для номинативных и эргативных языков) о том, что «Смысловые отношения между придаточной частью и членом главного предложения раскрываются за счет внутренних средств главного предложения» (Оздоева, 1998, с. 10).

В главной части распространяться могут слова определенного лексико-семантического ряда. Это могут быть слова-предикативы, глаголы речения, имена-деварбативы с семантикой говорения или произнесения и др., аффективные глаголы, модальные глаголы, требующие информативного восполнения. Придаточное предложение, компенсирующее информативную недостаточность слова в главной части, квалифицируется как однозначная структура (Валгина, 2003, с. 299), что является общим для языков и номинативной и эргативной стратегий. Сравните:

I. Глаголы **речения** в главной части обуславливают функцию изъяснительной придаточной части:

29. *Салтечо (ERG) шозза хабттар, фу эш царна* 'Солдат (NOM) дважды **переспросил**, что им нужно?'

30. *Йоккха саз (NOM) йистхул, мишта хила веза вай тайпан саз* 'Бабушка (NOM) излагает, каким должен быть человек (NOM) из ее рода'

31. *Беро (ERG) аьлар, мича долх вай (NOM), дада?* 'Ребенок (NOM) **произнес**, куда мы (NOM) идем, деда?'

Глаголы предложения в ингушском языке дихотомичны, по значению они подразделяются на глаголы говорения (*лув* 'говорю', *йистхул* 'один раз говорю', *кхайк* 'зову, окликаю') и произнесения (*оал* 'произношу', *ях* 'сообщаю', *дуви* 'озвученно излагаю', *вех* 'зову, приглашаю' и др.).

В ингушском языке за глаголами предложения с точки зрения семантического измерения, с одной стороны, стоит эгоцентрик Говорящий (пример 30) как одно из лиц парадигмы (Тариева, 2019), на понятийном уровне представляющий *кхета саг* 'homo sapiens', т.е. человека разумного. С другой стороны, глаголы предложения представляют эгоцентрического субъекта речи лицо Произносящее, обозначающее мыслительную категорию *сакхета саг* 'homo spiritus', т.е. человека-духа (пример 29, 31).

**II. Глаголы эмотивного характера:**

32. *Гладвахав хьо (НОМ), клаьнк (НОМ) деша эттав аьнна?* 'Ты (НОМ) обрадовался, что мальчик (НОМ) устроился учиться?'

33. *Да (НОМ) раьза ва, со (НОМ) цагла я аьнна* 'Отец (НОМ) доволен (есть), что я (НОМ) дома (есть)'.

34. *Моастагла (НОМ) амаглаваьннавар, ший тIема кечал (НОМ) халакьяьй аьнна* 'Враг (НОМ) был поражен, что его военное имущество (НОМ) было уничтожено'.

Глаголы-предикаты эмоционально-экспрессивного характера также кодируют лицо Говорящее, находящееся в условиях каузации (инхоатив).

**III. Слова категории состояния со вспомогательной глагольной частью:**

35. *Во да (SKS сор), шитта Iуррехва да (НОМ) балха дIавахар* 'Плохо (есть), что отец (НОМ) так рано ушел на работу (или: 'такой ранний уход отца на работу')'.

36. *Дикахет (SKS) сона (AFF), нах (НОМ) могаиш-маьрша цIенах кхийттаб аьнна* 'Приятно (СКС) мне, что люди (НОМ) в здравии вернулись домой'.

Слова категории состояния (примеры 35-36) в ингушском языке, в отличие от русского языка, кодируют лицо в аффективной форме имени, представляя субъективную реальность (*хьал* 'состояние').

Функционирование слова категории состояния с оценочным значением в эргативном и номинативном языках структурно не совпадает. В ингушском языке оно не употребляется вне глагола

бытия *ва* (*йа, ба, да*) 'есть, существует' (пример 35). В русском языке «слово с оценочным значением интерпретируется как именная часть сказуемого» (Ван Илин, М. Воейкова, 2020, с. 231), хотя глагол бытия (есть) элиминирован. Я.Г. Тестелец подобного рода эллипсисы называет синтаксическими невидимками (Тестелец, 2001, с. 280-281).

**IV.** Глаголы **знания**, мышления:

37. *Давна* (AFF) *хов*, *хъанца бахаб хъаший* (NOM) *лоамашка* 'Отец (NOM) знает, с кем уехали гости (NOM) в горы'.

38. *Цкъаза дагаух сона* (AFF), *мишита баьхаб-те гIалгIай* (NOM) *СибрегIа* 'Иногда я (NOM) думаю, как же жили ингуши (NOM) в Сибири?'.

39. *Со* (NOM) *дIатIавахар*, *фу леладу цига наха* (ERG), *ца хови* 'Я (NOM) подошел, не зная, что там делают люди (NOM)'.

Свойство глагола-сказуемого с эпистемическим *хов* 'знаю' статусом высказывания в главной части в данном нахском языке, также экспонируется аффективной формой имени, на глубинном понятийном уровне представляя логического субъекта (инг. *хов саг*) приобретенной семантики (Тариева, 2017, с. 283, 321).

**V.** **Модальные** глаголы:

40. *Массанена* (AFF) *лайра*, *бераи* (NOM) *соца цIадоагIаргда аьнна* 'Все (NOM) пожелали, чтобы дети (NOM) поехали домой со мной'.

41. *Сона* (AFF) *хетар*, *нана* (NOM) *цIагIа я аьнна* 'Мне представлялось, что мать (NOM) дома'.

42. *ЦIаьхха меттар* *унахочоа* (AFF), *шийца цхъа саг* (NOM) *ва аьнна* 'Внезапно больному показалось, что с ним кто-то (NOM) есть'.

43. *Сона* (AFF) *мотт*, *гIалгIай мотт* (NOM) *дегIабоагIаи латт аьнна* 'Мне кажется, что ингушский язык (NOM) набирает силу'.

**VI.** Глаголы **чувственного восприятия** (или аффективные глаголы):

44. *Дайнад сона* (AFF), *мишита дахад шо* (NOM) 'Я (NOM) видел, как вы (NOM) ушли'.

45. *Хезад лоамарошта* (AFF), *малагIа хиш* (NOM) *совдала мег лохе* 'Слышали горцы (NOM), какие воды (NOM) могут наводнить низину'.

Глаголы чувственного восприятия, модальные глаголы и глаголы эмотивного характера кодируют такое лицо парадигмы, которое представляет семантическую категорию: эгоцентрическое аффективное лицо, антропоцентрически обозначающее *хоалу саг* 'homo sentiens', т.е. человека чувствующе-воспринимающего (Тариева, 2017, с. 280-283).

#### **VII. Глаголы волеизъявления:**

46. *Аз (ERG) чам баккха лаьрхIар, мишта кийчдаь даа хIама (NOM) да ер* 'Я (NOM) решил проверить, как приготовлена эта еда (NOM)'.  
47. *Дас (ERG) чIоагIо йир, цIаккъя ше (NOM) цох дIакхетаргвац аьнна* 'Отец (NOM) твердо **решил**, что сам (NOM) никогда не встретиться с ним'.

Волеизъявление как свойство глаголов (его содержание) представлено именем в эргативном падеже, на семантическом уровне за ним стоит лицо Произносящее, а на понятийном логический субъект *сакхета саг* 'человек-дух'.

Волеизъявление как свойство глаголов (его содержание) представлено именем в эргативном падеже, на семантическом уровне за ним стоит лицо Произносящее, а на понятийном логический субъект *сакхета саг* 'человек-дух'.

**VIII. Придаточная часть, распространяющая масдары, квалифицируемые нами как специфическая группа имен-девербативов** ингушского языка, порождает неоднозначные структуры ингушского гипотаксиса (синкретичные – определительно-изъяснительные):

48. *Хоам (NOM), мича гуллу адам (NOM), аьнна, сайран хьакхавчар* 'Весть о том, где собирается народ (NOM), пришла вечером' (*малагIа хоам?* 'какая мысль' или: *хоам сенах лаьца* 'весть о чем?').

49. *Кхайкар (NOM), маца хьатIава веза белгаььяча метте аьнна.* 'Объявление о том, когда надо подойти к определенному месту' (*малагIа кхайкар?* 'Какой призыв' или: *Кхайкар сенах лаьца?* 'Призыв О чем?').

50. *Цкъаза кертача уйла (NOM) йоагIар, оаха (ERG) фу дергда-хьогI укхаза Iай аьнна* 'Изредка в голову приходила мысль (NOM) о том, что же мы (NOM) здесь будет делать зимой?' (*малагIа* (или: *фу) уйла?* или *сенах лаьца уйла?* 'мысль о чем?').

Наличие двойного «союза» (*фу... аьнна, мича .... аьнна, маца ... аьнна*) указывает на неоднозначность придаточной части. Неоднозначность сложноподчиненного предложения здесь

выражается в двойственности значения придаточной части, с определительно-изъяснительным значением.

Такого рода предложения с плеоназмом средств связи должны стать предметом отдельного исследования для определения семантики союзных слов, экстрагирующих в союзы, и их места в составе сложных конструкций эргативных языков. Если из состава двойного союза элиминировать вторую часть *аьнна* 'что' (примеры 48-50), то акцент смещается в сторону определительных отношений. Сравните предыдущую конструкцию с:

51. *Цкъаза кертача уйла (НОМ) йоаглар, фу дерргда-хьогI оаха (ERG) укхаза Iай* 'Нередко в голову приходила **мысль** (НОМ), что же мы (НОМ) здесь будем делать зимой?'

Имена-девербативы могут употребляться в главных предложениях в качестве предикатива (именной компонент), требующего зависимого предложения, синкретично толкуемого:

52. *Кхайкам (НОМ), тIем тIа ваха веза аьнна* 'Призыв (НОМ), что надо идти на войну'.

53. *Хаттараиш (НОМ), маца, фу язде деза аьнна* 'Вопросы (НОМ), когда и что (НОМ) надо написать'

Придаточное изъяснительное может распространять сочетания слов, тяготеющих к устойчивости. Это, как правило, слова категории состояния акциональной семантики со вспомогательной глагольной частью копулой: *да* (*ва, ба, йа*), *дар* (*вар, бар, яр*) 'есть':

54. *Эггара халагIа дар (СКС+сор), мича ваха веза, къоастадар* 'Тяжелее всего было определиться, куда надо идти'.

55. *Атта дац (СКС+ сор), фуд ца ховиш вагIа* 'Не легко (есть) сидеть, что происходит, не зная'.

56. *Эшар да (СКС+ сор), малув (НОМ) ца воагIаиш висар, тахка* 'Нужно выяснить, кто (НОМ) не прибыл'.

Зависимое предложение с семантикой изъяснительности в составе гипотаксиса, как показывают иллюстрации, занимает постпозицию по отношению к главной части, к слову в головном предложении, к которому они относятся. Обычное, постпозиционное расположение придаточного изъяснительного по отношению к главному связано «со смысловой асимметричностью» между главным и зависимым предложениями гипотаксиса (Оздоева, 1998, с. 10).

Изменение позиции зависимой части указывает на инверсию, тема-рематически обусловленную, или, например, определенную разговорным стилем речи (инг. *лебеча меттаца* 'разговорным языком').

### **Выводы**

В статье рассмотрены сложноподчиненные предложения с придаточным изъяснительным эргативного языка, присоединенные к главной части союзами, союзными словами. Такого рода предложения следует отличать от гипотаксиса, части которого соединяются такими специфическими средствами когезии, как синтетические скрепы, доставшиеся этому языку от его сильносинтетического прошлого.

Определено, что:

- 1) изъяснительные придаточные относятся к конструкциям с присловной зависимостью; в одночленных предложениях изъяснительного типа присловная зависимость обусловлена структурно-содержательной недостаточностью опорного слова главной части, запрашивающего восполнения, т.е. комплетивности (примеры 11-20).
- 2) Комплетивность эргативного языка обуславливается, прежде всего, таким свойством глагола, как транзитивность, которая отличается от переходности глагола номинативного русского языка. Эргативный глагол содержит в своей структуре нишу и не для магистральной валентности. Вторая валентность, которая открывается в структуре эргативного глагола, требует объекта в форме номинативного падежа (или абсолютива), это так называемое прямообъектное дополнение, которое в номинативном языке никак не может отвечать на вопрос именительного падежа;
- 3) опорное слово в главной части выступает как установка на продолжение мысли, как посыл на восполнение содержания (все примеры текста). Восполняться может компонент предикации: глагол как организатор грамматической основы предложения, в семантической структуре которого есть основная ниша для магистральной валентности в языках обеих стратегий;
- 4) первая, или магистральная валентность занимает позицию компонента предикативной основы, наряду с глаголом, обуславливая генерацию одночленных придаточных, нередко

синкретично толкуемых и в эргативном и в номинативном языках (примеры 48-50, 52-53);

5) в организации структуры грамматической основы частей сложноподчиненного предложения ингушского языка участвуют глагольные формы различных корпусов, основными из которых являются номинативные, эргативные и аффективные (примеры 9-14). Глаголы трех основных корпусов кодируют в качестве главной валентности одно из лиц парадигмы, на глубинном понятийном уровне представляющие трех логических субъектов (примеры 29-31, 37-39, 44-45), что не свойственно номинативным языкам;

6) локативные же и посессивные конструкции, участвующие в образовании сложноподчиненного предложения обычно экспонированы мотивированными глаголами-сказуемыми каузативного типа (примеры 15-16, 17,19), что не характерно для номинативных языков;

7) придаточная часть гипотаксиса эргативного ингушского языка распространяет слова различной структуры и лексико-семантической отнесенности. Имена-масдары, например, или слова-девербативы обуславливают возникновение в ингушском нахском языке синкретично (определятельно-изъяснительные и др.) толкуемых придаточных. Предикат, представляющий сочетание слов, тяготеющих к устойчивости (примеры 54-56), может присоединять зависимое изъяснительное (или определятельное) предложение.

8) как управляющая категория ингушский глагол, равно как и русский, обладает не только нишей (гнездом) для магистральной валентности, обуславливающей изъяснительные придаточные, соотносимые с **прямообъектным** дополнением (примеры 3-5, 21-23), и/или с **косвеннообъектным** дополнением (примеры 24-28), восполняя семантическую недостаточность опорного слова в главном;

9) пласт синкретично толкуемых придаточных предложений языков обеих стратегий выступает как промежуточное звено, обуславливающее переход от изъяснительных придаточных к определятельным или обстоятельственным (примеры 11, 48-50).

Знание функции эгоцентрических лиц парадигмы эргативного языка, за которыми на понятийном уровне стоят отдельные *саг* 'homo', наряду с учетом специфики функционирования глаголов



различных корпусов должно сыграть свою роль в описании синтаксиса сложного предложения эргативных языков в целом.

Сколько первых лиц представлено в структуре языка, столько и логических субъектов в эргативном мышлении, квалифицируемых на глубинном (понятийном) уровне как отдельные антропоцентрики, т.е. *saɣ* 'homo', образующие с глаголом единое диалектическое целое, и этот факт нельзя не учитывать и для адекватного перевода в переводческой деятельности.

В перспективе интерес представляет:

- 1) интерпретация предикативных компонентов, представленных глаголами различных корпусов (каждого в отдельности и в соотношении друг с другом) как одного из средств связи частей сложного предложения, с целью обоснования их участия в когезии частей гипотаксиса;
- 2) проблема количественности придаточных частей, распространяющих опорное слово в главном (или же головное предложение в целом).
- 3) исследование союзных средств синтетического типа, чтобы определить специфику и объем их функционирования в составе ингушского гипотаксиса (их место в лексике и морфосинтаксисе данного нахского языка и других нахских языков).

Знание синтетизмов как особого рода средств связи эргативного языка также должно внести свой вклад и в практику переводческой деятельности.

#### Литература

1. Аверьянова Н. А. Сложноподчиненные предложения в зеркале корпуса ошибок инофонов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. – № 11(89). – Ч.2. – С. 274-278.
2. Баркинхоева З. М., Хайрова Х. Р. Проблемы синтаксиса ингушского языка. – Нальчик. ГП КБР «Республиканский полиграфкомбинат им. Революции 1905 г», Издательский центр «Эль-ФА». – 2007. – 232 с.
3. Валгина Н.С. Современный русский язык. Синтаксис. 4 изд., исп. – М. «Высшая школа». – 2003. – 416 с.

4. Ван Илин, М.Д. Воейкова. Изъяснительные придаточные при оценочных существительных // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2020. – № 196. – С. 230-238.
5. Мальсагова Л.Д. Сравнительно-типологическая классификация сложноподчиненных предложений с придаточными изъяснительными в русском и вайнахских языках // Синтаксис вайнахских языков. – Грозный. – 1986. – С. 55-59.
6. Мальсагова Л.Д. Структурно-семантические модели сложноподчиненных предложений открытой структуры в ингушском языке // Актуальные проблемы ингушского языка. Сборник статей сотрудников отдела ингушского языка. – Назрань. Ингушский НИИ гуманитарных наук им. Ч. Ахриева. – 1998. – С. 22-31.
7. Оздоев И. А. К вопросу о сложноподчиненном предложении в ингушском литературном языке. // Вопросы вайнахского синтаксиса. – Грозный, Известия ЧИНИИИЯЛ, 1981. – С. 23-33.
8. Оздоев И.А. Сложное предложение ингушского литературного языка // Вопросы вайнахского синтаксиса. – Грозный. – 1982. С. 5-24.
9. Оздоева Ф. Г. Сложноподчиненные предложения в ингушском языке // Актуальные проблемы ингушского языка. – Назрань. – 1998. – С. 4-21.
10. Плунгян В.А. Общая морфология. Введение в проблематику. Учебное пособие. – М.: Эдиториал. УРСС, 2000. – 384 с.
11. Тариева Л. У. Речевые компоненты парадигмы лица в языках эргативного строя. – Назрань. – ООО «Кеп», 2017. – 376 с.
12. Тариева Л.У. Генерация союзного слова синтетического типа, объединяющего части гипотаксиса эргативного языка // *Annali d'Italia 'Научный журнал Итали', Italy. – Florence, 2020. – № 5. – VOL. 2. – С. 33-38.*
13. Тариева Л.У. Константные признаки языков эргативного строя // *American Scientific Journal. – 2020. – № (41). – Vol. 1. – С. 31-43.*
14. Тариева Л.У. Морфосинтаксическое представление модусно-диктумных (гипотаксических) взаимоотношений между

- лицами парадигмы // Дания. Danish Scientific Journal (DSJ). – 2019. – №28. – Vol.2. – С. 43-47.
15. Тариева Л.У. Условия локализации лица Говорящего в нахском языке // Вопросы прикладной лингвистики. – М., 2021. – Выпуск 4 (4). – С. 7-29.
  16. Тестелец Я.Г. Введение в общий синтаксис. – М.: Российский государственный гуманитарный университет. – 2001. – 845 с.
  17. Яковлев Н. Ф. Синтаксис ингушского литературного языка. – М.: «ACADEMIA», 2001. – 472 с.

#### References

- Aver'yanova, N. A. (2018). Slozhnopodchinennyye predlozheniya v zerkale korpusa oshibok inofonov [Compound sentences in the mirror of the corpus of foreign phone errors]. *Philological Sciences. Issues of theory and practice*, 11(89), 274-278.
- Barkinhoeva, Z. M., & Hajrova, H. R. (2007). *Problemy sintaksisa ingushskogo yazyka [Problems of the syntax of the Ingush language]*. Nal'chik: Publishing Center "El-Fa" GP KBR "Republican Printing Plant named after Revolution of 1905.
- Valgina, N.S. (2003). *Sovremennyj russkij yazyk. Sintaksis. [Modern Russian Language. Syntax]*. M.: «Vysshaya shkola».
- Van Ilin, & Voyeykova, M.D. (2020). Iz'yasnitel'nyye pridatochnyye pri otsenochnykh sushchestvuyushchikh. *Izvestiya RGPU im. A.I. Gertsena*, 196, 230-238.
- Malsagova, L.D. (1986). Sravnitel'no-tipologicheskaya klassifikaciya spp s pridatochnymi iz'yasnitel'nymi v russkom i vajnahskih yazykah [Comparative typological classification of complex sentences in Russian and Vainakh languages]. In *Syntax of the Vainakh languages*, (pp. 55-59). Grozny.
- Malsagova, L.D. (1998). Strukturno-semanticheskie modeli slozhnopodchinennyh predlozhenij otkrytoj struktury v ingushskom yazyke [Structural and semantic models of complex sentences of open structure in the Ingush language]. In *Actual problems of the Ingush language. Collection of articles by employees of the Ingush Language Department*, (pp. 22-31). Nazran. Research Institute of the Humanities named after Chakh Akhriev.

- Ozdoev, I.A. (1981). K voprosu o slozhnopodchinennom predlozhenii v ingushskom literaturnom yazyke. Voprosy vajnahskogo sintaksisa. [On the question of a compound sentence in the Ingush literary language]. In *Vainakh Syntax Questions*, (pp. 23-330. Grozny, Proceedings of the Chechen-Ingush Research Institute of History, Language and Literature.
- Ozdoev, I.A. (1982). Slozhnoe predlozhenie ingushskogo literaturnogo yazyka [A complex sentence of the Ingush literary language]. In *Vainakh Syntax Questions*, (pp. 5-24). Grozny.
- Ozdoeva, F.G. (1988). Slozhnopodchinennyye predlozheniya v ingushskom yazyke [Compound sentences in the Ingush language]. In *Aktual'nye problemy ingushskogo yazyka*, (pp. 4-21). Nazran.
- Plungyan, V.A. (2000). *Obshchaya morfologiya: Vvedenie v problematiku [General morphology: Introduction to problems]*. Moscow: Editorial URSS.
- Tarieva, L. U. (2017). *Rechevye komponenty paradigmy lica v yazykah ergativnogo stroya [Speech components of the paradigm of the face in the languages of the ergative system]*. Nazran. Kep LLC.
- Tarieva, L. U. (2020). Generaciya soyuznogo slova sinteticheskogo tipa, ob'edinyayushchego chasti gipotaksisa ergativnogo yazyka [Generation of a synthetic-type conjunctive word combining parts of the ergative language hypotaxis]. *Annali d'Italia (Italy's scientific journal)*, 5 (2), 33-38.
- Tarieva, L. U. (2020). Konstantnye priznaki yazykov ergativnogo stroya [Constant signs of ergative languages]. *American Scientific Journal*, 41(1), 31-43.
- Tarieva, L. U. (2019). Morfosintaksicheskoe predstavlenie modusno-diktumnyh (gipotaksicheskikh) vzaimootnoshenij mezhdu licami paradigmy [Morphosyntactic representation of modus-dictum (hypotactic) relationships between persons of the paradigm]. *Danish Scientific Journal (DSJ)*, 28(2), 43-47.
- Tarieva, L. U. (2021). Usloviya lokalizacii lica Govoryashchego v nahskom yazyke [Localization conditions for a person Speaking in the Nakh language]. *Issues of applied linguistics*, 44 (4), 7-29.
- Testelet, Ya. G. (2001). *Vvedeniye v obshchiy sintaksis*. M.: Rossiyskiy gosudarstvennyy gumanitarnyy universitet.
- Yakovlev, N. F. (2001). *Sintaksis ingushskogo literaturnogo yazyka. [Syntax of the Ingush literary language]*. M.: «ACADEMIA».

УДК 811.131.1:339.9

Р.Р. Асмятуллин

Российский университет дружбы народов

РЭУ им. Г. В. Плеханова

**СПЕЦОПЕРАЦИЯ И ДИСКУРС ИТАЛЬЯНСКИХ СМИ:  
КОРПУСНЫЙ АНАЛИЗ ДИСКУРСА CORRIERE DELLA  
SERA ОБ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЯХ В  
ОТНОШЕНИИ РОССИИ В МАРТЕ-ИЮНЕ 2022 г.**

*Начало специальной военной операции на Украине привело к кризису в отношениях между Россией и странами Запада, который достиг критической точки. Массированные санкции по отношению к России были применены США, Европейским союзом и некоторыми другими странами в ответ. В таких условиях нельзя недооценивать роль СМИ в формировании общественного мнения. В соответствии с этим целью данной статьи является анализ дискурса ведущих итальянских СМИ об антироссийских экономических санкциях. Данная статья анализирует, как применение масштабных экономических санкций, введенных западными странами, лингвистически оформлено одним из крупнейших итальянских СМИ Corriere della Sera. Corriere della Sera — ежедневная итальянская газета, издаваемая в Милане. Содержание газеты можно охарактеризовать как либерально-консервативную политическую направленность; однако, учитывая в целом сбалансированный дискурс Corriere della Sera, автор остановился на этом СМИ. Особое внимание уделяется понятию когнитивной войны, которую можно определить как использование общественного мнения в качестве оружия. Корпус состоит из 45 статей, посвященные в основном экономическому аспекту принятых санкций; статьи, касающиеся политических или иных аспектов, не принимались во внимание. Методология данного исследования представлена использованием количественного подхода и качественного подхода. Для выделения единиц для дальнейшего анализа используется количественный подход (инструменты корпусной лингвистики). Качественный подход (критический анализ дискурса) используется с целью интерпретации данных. Отмечено, что количество материалов об*

*антироссийских экономических санкциях было больше в начале анализируемого периода. Анализ корпуса показывает тенденции инакомыслия России в дискурсе Corriere della Sera. Острый этап противостояния Запада и России, начавшийся в 2022 г., характеризуется дихотомией белого и черного между коллективным Западом и Россией, особенно в начале периода.*

*Ключевые слова: санкции, Россия, специальная военная операция, анализ дискурса, когнитивная война, общественное мнение*

**UDC 811.131.1:339.9**

**R.R. Asmyatullin**

**RUDN University**

**Plekhanov Russian University of Economics**

**SPECIAL MILITARY OPERATION AND ITALIAN  
MAINSTREAM MEDIA DISCOURSE: CORPUS-BASED  
ANALYSIS OF CORRIERE DELLA SERA DISCOURSE ON  
ANTI-RUSSIAN ECONOMIC SANCTIONS IN MARCH-JUNE  
2022**

*After the beginning of Russian Special Military Operation in Ukraine crisis in the relationships between Russia and the Western countries reached a tipping point. Massive severe sanctions were applied by the US, European Union and some other countries as a response to the Military Operation. The role of media in framing the public opinion in this crisis cannot be underestimated. This paper aims to analyse Italian mainstream media discourse on anti-Russian economic sanctions. This article analyzes the way the economic sanctions imposed by Western countries is linguistically framed by Corriere della Sera, one of the largest Italian media. Corriere della Sera is an Italian daily newspaper published in Milan. The content of the newspaper can be described as a liberal-conservative political focus; however, given the generally balanced discourse of the Corriere della Sera, the author settled on this media. Particular attention is paid to the concept of cognitive warfare, which can be defined as the use of public opinion as a weapon. The corpus consists of 45 articles devoted mainly to the economic aspect of the sanctions; articles related to political or other aspects were not taken*

*into account. The methodology of this study is presented using a quantitative approach and a qualitative approach. To select units for further analysis, a quantitative approach is used (tools of corpus linguistics). A qualitative approach (critical discourse analysis) is used to interpret the data. It is noted that the number of materials about anti-Russian economic sanctions was greater at the beginning of the analyzed period. The analysis of the corpus shows the tendencies of othering of Russia in Corriere della Sera discourse. The acute stage of the confrontation between the West and Russia, which began in 2022, is described by a white and black dichotomy between the collective West and Russia, especially at the beginning of the period.*

*Key words: sanctions, Russia, Special Military Operation, Critical Discourse analysis, Corriere della Sera, cognitive warfare, public opinion*

### **Introduction**

This article aims to analyse the Italian mainstream media discourse on anti-Russian economic sanctions introduced by the US, European Union and some other countries after the beginning of Russian Special Military operation in Ukraine. The discourses serve to create and maintain a certain paradigm, *framing* the perception of an event in a certain way. Carrying out a discourse analysis enables the researcher to reveal an eventual bias within the discourse.

Given the importance of dominating the informational space, the crucial role of the discourses in any major event cannot be underestimated. This paper focuses on the notion of *cognitive warfare*, which can be defined as *weaponization* of public opinion. The newly introduced warfare domain represents a particular interest for the researches studying the interconnection between the political processes and the language.

This paper aims to analyse how the appliance of massive economic sanctions introduced by the Western countries is linguistically framed by one of the biggest Italian media outlets Corriere della Sera. This article is composed of three parts. First part provides a theoretical background; second part introduces the applied methodology. The third discussion and results part represents an analysis of the corpus of 45 articles of *Corriere della Sera* on anti-Russian economic sanctions by means of Corpus Linguistics and the Critical Discourse Analysis.

### **Theoretical background**

This section provides a theoretical background for the present article. First, it covers *sanctions* as an instrument of foreign policy, highlighting the eventual risks and effects of adopted restrictive measures. Second, it justifies the choice of *Corriere della Sera* as of the source of the materials for analysis. Military actions often become the reason for the imposition of economic sanctions (Asmyatullin & Gertsev, 2015). Third, it covers the concept of *Self* and *Other* confrontation in media discourse. The following section is devoted to the concept of *cognitive warfare*, which nowadays represents an additional fundamental warfare domain; the final part of this section covers the *discourse theory*.

#### **Sanctions as a restrictive instrument of the foreign policy**

Economic sanctions represent a common punitive instrument of foreign policy widely used in international politics. Sanctions can be applied by a distinct national government as well as by international entities such as the United Nations. Sanctions aim to coerce, deter or punish the *target* states or other entities (e.g. terrorist organisations) that violate common international norms of behaviour (Masters 2019). Masters (2019) also claims that sanctions are viewed by the policymakers as a lower-cost, lower-risk response to a foreign crisis which is not able to bring crucial consequences the interests of this particular national government (*the sender*). There are various types of sanctions: political sanctions, economic sanctions etc. This article is mainly focused on the discourse on economic sanctions. *Economic sanctions* (Hufbauer et al. 1990) are financial or trade restrictions used by a state in order to change another nation's policies in some pre-specified manner.

Sanctions are often applied with a view to send an explicit signal of disapproval to the target nation; sanctions, however, represent a more moderate measure than an embargo (Bloj 2021) and, as Drury (1998, 497) states, allow international actors to act forcefully without referring to the use of military force.

#### *Sanctions as an instrument of foreign policy: risks and effects.*

Sanctions as an instrument of foreign policy may cause different effects for both *the sender* and *the target* countries. For instance, intuitively, given that nations are becoming more interdependent, the application of sanctions is expected to cause significant damage both to



the sender and the target country. However, in this case greater interdependence may become an advantage for both sides; in case of economic sanctions adoption, the sender(s) and the target(s) may access more markets, which makes the effect of sanctions less significant (Drury, 1998 503).

#### *Effectiveness of the sanctions*

The effectiveness of sanctions is difficult to measure. As Bloj (2021) states, the appliance of sanctions by *the sender* is based on the presupposition that the eventual economic hardship will transform into political tensions in the *target* country and will force the target government to reconsider its actions.

The impact (Weiss 1999, 500) sanctions have on a target country varies depending on economic, geographic and political factors; certain countries have a risk to be more affected by the sanctions than other countries. Therefore, (Drury 1998, 500) weak target countries that are less able to resist the sanctions and to find an alternative for the former suppliers. As Weiss (1999, 502) claims, each set of sanctions and their adoption as well as each target country/entity is unique; however, the impact of sanctions can be measured by observing the main economic, socio-demographic and health data in the target country.

Whether the sanctions can be considered *effective* depends on the goals the sender was attempting to achieve by implementing the restrictions. As Weiss (1999, 503) states, beyond officially declared purposes of sanctions adoption, an additional objective may be also to deter potential violators, raise the costs of non-compliance, isolate the target country, demonstrate resolve to allies or domestic constituents, send a symbolic message, and enhance general respect for international norms.

However, there is no common answer whether the sanctions represent an effective instrument of putting pressure on a target country. As Bloj (2021) claims, often sanctions lead to even more political integration within a target country; it may even result in a further unification of the target nation around the leader. However, (Bloj 2021) the fact that abolition of the sanctions as such often represents the main aim of the target countries (e.g. North Korea) diplomacy efforts may serve as a testimony of the effectiveness of sanctions.

#### *Risks of the sanctions*

The impact sanctions would have on the population of the target country is among the risks to consider. The adoption of sanctions is becoming less acceptable because of the unwillingness of the policymakers to cause civilian pain for a non-guaranteed political gain (Weiss 1999, 501). Causing suffering of vulnerable groups of a target country's population in order to mobilize them to rise up and overthrow a regime or its policies, which often are desirable outcomes for the sender, represents a serious concern for the policymakers (Weiss 1999, 501). Regarding this concern, Weiss (1999, 500) cites the former UN Secretary-General Boutros-Ghali who highlighted that usage of this '*blunt instrument*' of influence affects vulnerable groups, complicates the work of agencies operating in the humanitarian field, causes serious damage to the productive capacity of target nations and may also affect the neighbouring nations.

In theory, sanctions may be crafted in order to punish or pressure wrongdoers, avoiding to cause damage for populations (Weiss, 1999, 503). The so-called *smart sanctions* aim to target the wealthy and powerful while sparing vulnerable populations. Application of such selective smart sanctions leads to a greater political gain with less civilian pain, which would evidently enhance multilateral moral credibility (Weiss, 1999, 503)

*European Union: sanctions as a part of integrated action.*

In case of the EU, adoption of the sanctions is meant to have an additional goal: implementing the sanctions, Member States demonstrate an ability to elaborate a common ground for foreign policies (Bloj, 2021), to follow a common strategic interest; adoption of the economic sanctions demonstrates the capacity of the Union to use its economic and commercial weight and its institutional power to respond effectively to political (respect for human rights, democracy) and security (non-proliferation, territorial aggression, terrorism) challenges and to exert real political influence (Bloj, 2021).

Before the *Maastricht Treaty* (Treaty on European Union, 1992), sanctions used to be adopted under the *European Political Cooperation* (EPC), which gave a rather limited space for the development of intergovernmental cooperation in the field of foreign policy (Bloj, 2021). However, with the establishment of the *Common Foreign and Security Policy* (CFSP) set out in the second pillar of the Maastricht Treaty, the

EU acquired the capacity to adopt common international restrictive measures.

The Council's communication of 7 June 2004 serves as a source of the main principles for the Member States regarding the sanctions; according to the communication, Member States "committed to the effective use of sanctions as an important way to maintain and restore international peace and security in accordance with the principles of the UN Charter and of our common foreign and security policy". It also highlights that "sanctions should be targeted in a way that has maximum impact on those whose behaviour we want to influence. Targeting should reduce to the maximum extent possible any adverse humanitarian effects or unintended consequences for persons not targeted or neighbouring countries". It continues: "measures, such as arms embargoes, visa bans and the freezing of funds are a way of achieving this."

As Bloj (2021) states, the economic sanctions represent the restrictive measures applied by the Union together with other actions. These actions may include political dialog or other complementary measures.

#### *Anti-Russian sanctions adopted by the EU*

Major part of the EU's actions on a more abstract level are justified by the fact that the Union is by nature a specific kind of international actor (Kratochvil, Tichy 394), the "normative power" serving as a *role model* for other international actors and entities. Therefore, it gives the Union *privileges* and *responsibilities*. Sanctions represent one of the *instruments* the Union may use in order to re-create the balance violated by the target country/entity.

The Union and its allies first adopted a set of anti-Russian sanctions in 2014 after the referendum in Crimea. However, the most influential sets of sanctions were imposed by the Union after the beginning of a Special Military Operation on February 24, 2022. Since February the EU has imposed a number of packages of sanctions against Russia, including targeted restrictive measures (individual sanctions), economic sanctions and diplomatic sanctions.

#### **Corriere della Sera.**

This article aims to analyse the Italian mainstream media discourse on anti-Russian sanctions imposed by the EU in March-June 2022. In order to illustrate the Italian mainstream media discourse on European anti-Russian sanctions one of the most read Italian newspapers, *Corriere della sera* was chosen as a source of the articles for the analysis.

Corriere della Sera is an Italian daily newspaper published in Milan. The newspaper's contents can be described as of liberal-conservative political orientation; however, given a generally balanced discourse of Corriere della Sera the author opted for this media outlet. Apart from the liberal readers, the newspaper partly mirrors the views of the progressively-oriented readers.

#### ***Self and other in the discourse***

The categories of *self* and *other* are broadly exploited in media discourse. The identity of *self* is often largely based upon confrontation with the *other*. Shapiro (in Neumann 1999, 23) claims that the relationships between *self* and *other* have to be understood through the historical framework of these relationships since the evolution of these relationships may contain the elements of historically contingent beliefs and ideas of self. The positive *self*-representation is often complimented by the negative *other*-representation (Hanukaev, 2022).

Building a discourse means creating the identities both for the *Other* and for *Self* in certain conditions. Identities, however, can change and evolve over time (Malyuga & McCarthy, 2018, Pavlovskaya, 2021). Different representations may confront, be reiterated, modified, challenged, (Neumann 1999, 2); the same things may have different meanings not only in different periods but also in different contests during the same time (Neumann 1999, 3).

Nevertheless, the two countries have so much in common and such a rich and long history of interaction that this is reflected in the mutual enrichment of the vocabulary of the Italian and Russian languages (Yashina & Asmyatullin, 2016).

#### **Cognitive warfare**

Together with the four military domains defined by their environment (land, maritime, air and space), cognitive warfare is becoming its own domain in modern warfare; the cyber domain connects them all (Claverie, du Cluzel, 2022). *Cognitive warfare* represents an art of using technological instruments to influence the cognition of human targets on a global stage; the target, i.e. our individual intelligence considered both individually and as a group, mainly remains unaware of it (Claverie, du Cluzel, 2022).

Therefore, (Pradhan, 2022) in the *cognitive warfare*, human minds become the battlefield. Manipulated information is presented in such a manner that it creates a certain paradigm, resulting in creating pre-

determined perceptions and predetermined actions among the target audience (Malyuga, 2019, McGee, 2019). Cognitive warfare can be defined as *weaponization* of public opinion (Pradhan, 2022).

The cognitive warfare (Pradhan, 2022) “integrates all the elements available in the information, cyber and psychological domains” and pushes them to the next level; it not only manipulates the perception of the target, another goal is to ensure that the desired reaction within the target population is actually achieved (Radina & Kozlova, 2022). Therefore, there are three dimensions of cognitive warfare: psychological operations; engaging neurosciences, or the *weaponization* of brain sciences; implementing social engineering.

As Pradhan (2022) suggests, on the battle-field of cognitive warfare a weaker opponent, fighting effectively, has an opportunity to achieve strategic victory bypassing the traditional battle-field.

#### **Discourse theory**

The notion of *discourse* can be defined in different ways; the way a researcher defines what discourse is, determines the approach he employs to analyse the content. Baker (2010, 121), defines discourse as something viewed as the language which occurs above the level of the sentence, highlighting how the discourse creates frames and narratives which keep existing beyond the text. Fairclough (1995, 72) claims that discourse is a complex of three elements: social practice, discursive practice (text production, distribution and consumption) and the text; consequently, since the discourse is a social practice, context is fundamental for studying discourse. Foucault defines the discourse as a regime of truth, as well as the groups of statements that belong to a single system of formation (Neumann 2008, 4) emphasising the power of the discourse to shape the framework of the values which rule a certain society.

Certain discourses dominate certain informational spaces; the discourse may evolve and shift when the political, economic or social conjuncture changes (Baranova & Kriakina, 2020). Under certain circumstances, the discourses can remain unchallenged for years and decades, building the so-called *regimes of truth*, which are, according to Foucault (Neumann, 1999, 4) the discourses that hold certain things to be "truths". Discourses emerge as ideological frameworks which become points of reference for a given audience.

Wodak (2001, 14) argues that even the dominating discourses can

be criticized and problematized, this is done by analysing them, by revealing their contradictions and non-expressions and/or the spectrum of what can be said and what can be covered by them. Therefore, discourse analysis serves to view the discursive constructions critically. It disposes of a number of approaches that allow to reveal biased representations and exaggerations in a given discourse.

Discourse analysis is not a neutral approach. A researcher must acquire and state his position towards the problem he is analysing. The very nature of the approach implies the revelation of hidden inequalities and biases inside the discourse, and therefore researcher is supposed to be critical. The discourse *per se* is not manipulative; it can acquire manipulative connotations only produced within a specific context. For instance, as stipulated, manipulation is a social practice of power abuse, involving dominant and dominated groups, or institutions and their clients (Van Dijk 2006, 359), which means that the same narrative can be perceived as manipulative in one context and neutral in another context.

Discourses have the power of shaping *certain perception of reality*. The elites in power are able to create the dominant (or official) discourses and select which information to create the discourses facilitate the process by which certain information comes to be accepted as indisputable truth. The strength of dominant discourse is in transmitting the dominant narrative making the other narratives marginal and non-important. Official discourses make the opinions that lie outside the realms set by the discourse seen as irrational.

### **Methodology**

This section outlines the methodological approach applied for the present paper. First, this section provides an outlook on the research design including the data gathering process, corpus creation and justification of temporal range. Second, it introduces *Critical Discourse Analysis* which was used for qualitative interpretation of the data. Third, it describes the methodological tools of *Corpus Linguistics*, corpus based-approach applied in this paper; also it shortly covers the *AntConc 2*, software which was utilized to conduct qualitative analysis.

### **Research design**

Materials selected for the analysis were published by *Corriere della Sera* in March - first two weeks of June. The first article of the corpus is dated 08.03.2022 and the last article is dated 15.06.2022. Therefore, the

data consists of the articles published in the above-mentioned temporal range where anti-Russian economic sanctions were the primary topic. The author was taking into consideration the articles devoted mainly to the economic aspect of the adopted sanctions; the articles regarding political or other aspects were not taken into consideration. The materials were selected by the author manually. The corpus is composed of 45 articles. A total of 45 articles constitute 29229 tokens, strings bounded by separator characters (Conoscenti 2004, 36) and 5438 types, or *unique word forms* (Conoscenti 2004, 36). The following information contains data on the corpus:

Source – Corriere della sera  
Number of articles – 45  
Types – 5436  
Tokens - 29229

It was observed that the number of materials on anti-Russian economic sanctions was higher at the beginning of the period. Data are stored by the date of publication from the oldest to the newest in the form of one file in txt. format. After the corpus was created, collected materials were read in order to grasp the sentiment of the articles of the corpus and to identify the recurring themes (Conoscenti, 2004, 24).

### **Critical Discourse Analysis**

#### *Interdisciplinary approach*

Discourse analysis is an interdisciplinary approach; it crosses the staid and rigid disciplinary boundaries of linguistics and other disciplines (Unger, 2016, 2). Wodak (2001, 19) argues that interdisciplinarity can be implemented through adoption of a certain theoretical framework or through the approach to data collection and analysis as well as because of the context discourse analysis is applied. This paper adopts the approaches from different disciplines such as discourse analysis, media studies and political studies, regarding the issue out of traditional disciplinary boundaries.

Methodology for this study is represented by the usage of quantitative approach and qualitative approach. Quantitative approach (tools of Corpus Linguistics) is used in order to extract the units for further analysis. Qualitative approach (Critical Discourse Analysis) is used with the view to interpret the data.

Fairclough's Critical Discourse Analysis

*Critical Discourse Analysis* (Fairclough 2002, 25) is the name given to a diverse group of approaches to studying the language. However, (Fairclough 2002, 26) these approaches share a common concern with how language and semiosis interconnect with different elements of the social sphere; especially it concerns the unequal relations of power or exploitation present in a given society. CDA represents an interdisciplinary, or as Fairclough (2002, 26) defines it *trans-disciplinary*, an approach which merges linguistics with a set of other disciplines and theories (Fairclough 2002, 25). The sphere of interest of CDA is broad, ranging from racism, gender inequality and education to political discourses.

Critical Discourse Analysis addresses the discourse as the broader ideas communicated by the text (Van Dijk, 1993, Fairclough 2000, Wodak, 2001 cited in Machin, Mayr 2014, 20); the analyst carrying out the CDA has to pay attention to the particular choices of grammar and words in the texts with the view to reveal the discourses and ideologies (Machin, Mayr 2014, 20).

For Fairclough (2002, 26) central in understanding the CDA remains the assumption of the discourse being a *social practice*. By *social practice* Fairclough (2002, 26) implies a relatively stabilized form of social activity (media new production included). Therefore, for Fairclough (2002, 26) language is “a socially conditioned process” which constitutes a part of society.

For Fairclough (2002, 26) discourse is directly connected to ideology and hegemony. He argues that the *elites* i.e. the groups in power maintain their hegemony (the notion of *hegemony* was adopted from Gramsci's theory of *cultural hegemony*, which outlines that the ruling class uses cultural institutions to maintain power over the society) by having control over the ideologies, which become naturalized within a certain society and therefore represent a resilient framework of the *ideas, beliefs, values*, creating a hegemonic discourse.

### **The Corpus Analytical Framework**

#### Corpus-based approach

Corpus Linguistics is a branch of linguistics that involves computer-based analysis of the corpora, i.e. a large collection of naturally occurring spoken and written computer-readable texts, selected according to the particular criteria. The target corpus (Baker, 2006, 26) is ought to be selected in order to enable the researcher to conduct the analysis of a



specific topic or an issue; the *representativeness* of the corpus is more important than its size. According to Leech (2014, 27) the corpus is considered representative if the findings based on contents of this particular corpus can be generalized to a larger hypothetical corpus.

*Corpus-based methodology* represents an approach adopted by the researcher in order to validate, or, on the contrary, refute a hypothesis (deductive approach). Therefore, the corpus-based approach has a basic objective to describe and explain linguistic patterns of variation and use (Malyuga & McCarthy, 2020, McCarthy, 2017). According to Biber (2015), the results of the corpus-based research generally can not be applied to the language as whole; therefore, the patterns typical for one register are not valid for another register. For this paper a corpus-based approach was adopted; therefore, the materials for further investigation were determined by the researcher at the beginning of the process.

#### AntConc 2 software

There are various software programs that enable the researcher to conduct a quantitative linguistic analysis of the corpora. For this paper AntConc 2 software package was used. AntConc is a freeware corpus analysis toolkit for concordancing and text analysis available for different operating systems. It has the set of text analysis tools such as concordance, word and keyword frequency generators, tools for cluster and lexical bundle analysis.

#### Instruments of Corpus Linguistics

##### Frequency word list

Word frequency list (Scott, Tribble 2006, 12) is a list of word-types; the software for linguistic analysis reduces all the present word tokens to word-types. The wordlist function in *AntConc 2* allows to generate the list of all the words in a corpus ranging by their raw frequency or in alphabetical order and save the list for later use. A frequency list contains all the words in a corpus with the number of occurrences displayed next to each word (Malyuga & Rimmer, 2021).

In corpus analysis the frequency list serves as the basic quantitative technique in order to find out how frequently a word occurs in the corpus; it helps to trace typical patterns in the corpus. Scott and Tribble (11, 2006) state that word frequency lists could provide a starting point for the understanding of a text in terms of its lexis. According to Baker (2006, 2010) the most frequent words in the corpus can reveal an ideological stance and attitude of the language users and provide an indicator of a

particular bias (Baker 206, 2010). He argues that the ideological stance can result because of the preferred use of one lexical item over another. In most cases, grammatical words (such as articles and prepositions) result at the top of the list because of their general frequency in the language.

#### Concordances

*Concordance* is a line of text extracted from the corpus. The concordance line allows the researcher to see a *search word* (known as *node word*) or a string of words in the context. In the software package *AntConc 2* the concord function is the feature that provides the total list of occurrences of a word in its context. In *Corpus Linguistics* the concord function enables the analyst to carry out qualitative analysis by presenting the search word in the middle of its context on the left and right side in each of the concordance lines.

Observation of frequently occurring words at the left or right side of the node word enables the researcher to trace the patterns surrounding the word. In this paper the concordance tool is utilized in order to trace the patterns surrounding the words under examination; these patterns can be extracted through the observation of the concordance lines organized in alphabetical order.

#### Case study

This section presents the case study. The section is divided into several analytical categories. The method used for data analysis and interpretation is based on combination of the tools of *Corpus Linguistics* such as frequency list and concordances which were integrated with the tools of qualitative *Critical Discourse Analysis*.

#### *Frequency word list*

As the first step, the frequency word list was created. Grammatical words such as prepositions, articles, etc., given their generally high frequency, result the most frequent items in the corpus. However, they were eliminated and the word list with the most frequent content items (nouns, adjectives etc.) was created. The table below contains the most frequent content words in the corpus with their ranking in the initial frequency list and calculated total frequency; some of them (*sanzioni*, *petrolio*) were taken for further analysis.

Rank in the corpus	Word	Freq.
24	SANZIONI	165
25	UE	164
28	RUSSIA	156
31	GAS	141
35	MOSCA	104
37	PETROLIO	91
38	RUSSO	90

*Table 1: the list of words edited and truncated*

During the analysis several analytical categories were distinguished. The following discussion and results section provides the results of the analysis. Direct quotes of Corriere della Sera articles are followed by translations into English.

#### **Discussion and results**

##### *Self VS Other: demonization of Russia in Western discourse*

The analysis of the corpus shows the tendencies of *othering* of Russia in Corriere della Sera discourse. The acute stage of confrontation between the West and Russia which started after the beginning of the Russian Special Military Operation is described in a white and black dichotomy between the collective West and Russia, especially at the beginning of the period. The confrontation between the Self (collective West) and Other (Russia) is framed linguistically with the usage of such strong epithets like *stato-canaglia* regarding Russia and a generally hostile narrative.

1. **Le banche europee voltano le spalle alla Russia,** strette tra le sanzioni imposte a Mosca dall'Occidente e la grave crisi economica che sta esplodendo nel Paese. (2022.03.06)

**The European banks have turned away from Russia** squeezed between the sanctions imposed by the West and the deep economic crisis which is taking place in the country

*Sanctions as an instrument of punishment*

As the consequence of this confrontation, the sanctions as an instrument of foreign policy are framed as an act of a fair *punishment* of the *other*.

2. Se l'Occidente oggi fa **la guerra con le sanzioni**, in parte è proprio perché il nostro è un mondo più globalizzato di quello di ieri. (2022.03.18)

If today the West **is combating with the sanctions**, partly this is because our world is more globalized than it was yesterday.

3. Gli investitori stanno infatti aspettando di ricevere il pagamento di 117 milioni di dollari di cedole su due obbligazioni russe, i primi pagamenti di questo tipo da quando i Paesi occidentali hanno risposto all'invasione dell'Ucraina con **sanzioni finanziarie senza precedenti**. (2022.03.17)

The investors are actually waiting to receive the payment of 117 millions of dollars of coupons for two Russian obligations, the first payments of this type since the western countries have replied to invasion to Ukraine with **unprecedented financial sanctions**.

As it was outlined in the first section, the European Union sees itself as a moral power in international relations; it is also manifested in application of sanctions upon an actor which according to the existing paradigm are violating the order. Therefore, the application of sanctions is justified by the means of language as a measure of re-stabilization of the order.

With the usage of the concordance function, the *patterns* appearing at the right side of the word *sanzioni* (sanctions) were analysed. The table below contains the patterns with their total number in the corpus.

Word	Patterns at the right side of the word
Sanzioni (156)	contro Mosca (7), europee (6), occidentali (6), contro la Russia (5), economiche (4), dell'UE (4), finanziarie (3), alla Russia (3), sulla Russia (2), di ritorsione (2), a Mosca (1), ai russi (1), all'energia russa (1), americane (1), attuali (1), bloccano (1), contro le istituzioni finanziarie e le imprese (1), creano difficoltà (1), degli Stati Uniti e dell'Unione Europea (1), dell'Europa (1), dell'Occidente (1), esistenti (1), faranno male (1), impediscono gli scambi(1), imposte a Mosca (1), includano anche gli idrocarburi (1), legate al gas (1), messe finora (1), pallide (1), più dure (1), riportano Mosca ai tempi dell'Urss (1), statunitensi ed europee (1), su petrolio e gas (1), sul gas (1), sul nostro Paese (1), sul nostro Sistema (1), sulla nostra economia (1), vanno approvate all'unanimità (1), verso Mosca (1)

Table 2: collocates at the right side of the word *sanzioni*

The analysis of the patterns at the right side of the word *sanzioni* shows that it mainly concerns the object of the sanctions (Russia) and the subject (Europe, the West). However, some patterns (*creano difficoltà, faranno male, più dure, riportano Mosca ai tempi dell'Urss*) have some emotional connotation.

4. O meglio i soldi in cassa ci sarebbero ma **le sanzioni occidentali** e l'impossibilità di accedere al circuito internazionale dei capitali di fatto impedisce il servizio del debito pubblico in valuta forte. (2022.03.17)

Or better, there is money in the box, but **the western sanctions** and impossibility to access to international circuit of the capitals in fact prevent public debt service in a strong currency.

5. Più **le sanzioni faranno male**, più sarà complicato avere unità tra gli Stati membri. (2022.04.07)

The more **sanctions bring damage**, the more difficult it will be to reach unity between the Member States.

Corriere della Sera

### *Energy issues*

The energy issues resulted to be one of the most crucial elements of the discourse. With the usage of the concordance function, the *patterns* appearing at the left of the word *petrolio* (oil) in the corpus were manually selected and analysed. The table below contains the patterns at the left side of the word *petrolio*.

<b>Collocates at the left side of the word</b>	<b>Word</b>
embargo del (al) (sul) (verso) (12), gas e (7), importazioni di (5), carbone e (4), misure sul (3), fornitura (2), proventi del (2), abbandonare (1), il padrone assoluto del (1), un milione di barili di (1), bloccare il (1), blocco al (1) colpire il (1), dipendenti dal (1), dipendenza dal (1), eliminazione del (1), esportazioni (1), sanzioni europee (1), paesi-produttori di (1), produzione di (1), prodotti raffinati del (1), sanzionare il (1), sanzioni su (1), stop al (1), trattano il (1), usare più (1), vendita di (1)	petrolio (91)

*Table 3: collocations at the left side of the word petrolio*

Such words as *embargo*, *ban*, *measures* regarding the oil hit the most in the corpus; the restrictive measures on the energy remain the central part of the discourse on sanctions.

6. Il sesto pacchetto, che comprende **l'embargo sul petrolio** russo, continua a essere ostaggio del veto dell'Ungheria.(2022.05.18)

The sixth package which includes the **embargo on Russian oil** keeps being blocked by the veto of Hungary.

Corriere della Sera

### *Historical connotation: Cold War narrative*

The historical narrative associated with the Cold War age characterized by the confrontation between the West and the Soviet Union is present in the corpus. The Cold War narrative is less present than the three two analytical categories, however, it is manifested in colourful metaphors.

7. Finiti bottoni e jeans: le sanzioni riportano Mosca **ai tempi dell'Urss** (2022. 05.25)

No more jeans: the sanctions have thrown Moscow **to USSR age.**

8. Le élite e i ceti medi di Mosca o San Pietroburgo non avevano libertà politiche, ma fino a due settimane fa vivevano il resto della vita come i loro simili di Milano o Parigi. Ora sono tornati di colpo in **Unione Sovietica.** (2022.03.10)

The elites and the middle class in Moscow and Saint Petersburg had never had political freedom, before two weeks ago they had had a lifestyle very similar to the one in Milan or Paris. Today they have suddenly turned back to the **Soviet Union.**

9. Ma i cambiamenti di queste 15 settimane hanno portato il Paese in una situazione che molti paragonano a quella degli **anni più bui della Guerra Fredda.** (2022. 05.25)

The transformations of the last 15 weeks have brought the country to a situation which can be compared to **the darkest times of the Cold War.**

Corriere della Sera

The examples reported above contain the elements of historical narrative present in the discourse.

#### *Sarcasm*

Sarcastic comments and ambiguous irony are present in the discourse. Usage of the mocking comments, especially on the opponents, serves to enhance *the other's* negative representation. As Konyaeva (75, 2021) argues, in the discourse humour can have a manipulative purpose to demonstrate the absurdity of the social way to solve a particular problem and in order to discredit certain actors in front of the mass audience. Often the opposition *us VS them* is revealed in the use of sarcastic evaluation (Konyaeva 75, 2021), which may take the form of mocking an event, situation or person, and become an instrument of discrediting.

10. Sono passati solo tre mesi ma **la Russia sembra essere piombata in un'altra era geologica.** (2022. 05.25)

Only three months have passed, but **Russia already seems to be stuck in another geological era.**

Corriere della Sera

For instance, in the sentence reported above comparison between the effect of sanctions and **another geological era** is an example of sarcasm.

### **Conclusion**

This paper aims to analyse the discourse of one of the biggest Italian media outlets *Corriere della Sera* on anti-Russian economic sanctions. The methodology applied for this study is represented by qualitative corpus-based analysis integrated with the tools of qualitative Critical Discourse analysis. During the analysis, several analytical categories were distinguished.

The analysis of the language of the articles proved that the *Corriere della Sera* discourse on anti-Russian economic sanctions contains a certain *bias*. Negative linguistic representation of Russia and further justification of the severe economic sanctions led to creation of a strong enemy-image.

### Литература

1. Асмятуллин Р.Р., Герцев А.В. Исследование влияния экономических санкций на Югославию // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. – 2015. – №. 6. – С. 146-152.
2. Яшина М. Г., Асмятуллин Р. Р. История российско-итальянских торговых отношений и итальянизмы в русском языке // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: сборник статей VII международной научной конференции. Российский университет дружбы народов. 2016. – 2016. – С. 273-279.
3. Baker P. Sociolinguistics and corpus linguistics. – Edinburgh University Press, 2010.
4. Baranova L. L., Kriakina N. L. ‘Safe’political discourse: Linguo-cultural and pragma-linguistic perspectives // Training, Language and Culture. – 2020. – Т. 4. – №. 3. – С. 31-42.
5. Caffarena A., Conoscenti M. The Tipping Point. Donald Trump and the Discourse on World (Dis) Order in the Press and Expert Media // Comunicazione politica. – 2017. – Т. 18. – №. 3. – С. 385-406.
6. Claverie B., Du Cluzel F. “Cognitive Warfare”: The Advent of the Concept of “Cognitics” in the Field of Warfare. – 2022.
7. Conoscenti M. Language engineering and media management strategies in recent wars. – Bulzoni, 2004. – Т. 4. – Pp. 1-222.



8. Drury A. C. Revisiting economic sanctions reconsidered // *Journal of Peace Research*. – 1998. – T. 35. – №. 4. – Pp. 497-509.
9. Fairclough N. *Media Discourse* (London, Edward Arnold) // Ferraro, KF (1995). *Fear of Crime: Interpreting Victimization Risk*. – Albany, NY. – 1995.
10. Fairclough N. How to Analyze Talk in Institutional Settings // A. McHoul, M. Rapley / *Critical Discourse Analysis*. – 2002. – C. 25-41.
11. Hall R. B. *Applying the "Self/Other" Nexus in International Relations*. – 2001.
12. Hanukaev A. Considering perspectives of others: A case study of intercultural learning among English language learners in Norway // *Training, Language and Culture*. – 2022. – T. 6. – №. 1. – C. 33-48.
13. Konyaeva Y. M., Samsonova A. A. Sarcastic evaluation in mass media as a way of discrediting a person: Greta Thunberg case // *The European Journal of Humour Research*. – 2021. – T. 9. – №. 1. – C. 74-86.
14. Kratochvíl P., Tichý L. EU and Russian discourse on energy relations // *Energy policy*. – 2013. – T. 56. – C. 391-406.
15. Leech G. *The state of the art in corpus linguistics*. – Routledge, 2014. – C. 20-41.
16. Li C. P. The effectiveness of sanction linkages: Issues and actors // *International Studies Quarterly*. – 1993. – T. 37. – №. 3. – C. 349-370.
17. Manchin D., Mayr A. *How to do critical discourse analysis*. – 2014.
18. Makarychev A. Russia and/versus the EU: From post-political consensus to political contestations // *L'Europe en Formation*. – 2014. – №. 4. – C. 27-39.
19. Malyuga E., McCarthy M. English and Russian vague category markers in business discourse: Linguistic identity aspects // *Journal of Pragmatics*. – 2018. – T. 135. – C. 39-52.
20. Malyuga E. N., Michael McCarthy. Non-minimal response tokens in English and Russian professional discourse: A comparative study. // *Voprosy Jazykoznanija*. – 2020. – T. 4. – C. 70-86.
21. Malyuga E. N., Rimmer W. Making sense of “buzzword” as a term through co-occurrences analysis // *Heliyon*. – 2021. – T. 7. – №. 6. – Article e07208.
22. McCarthy M. Usage on the move: evolution and re-revolution //

- Training, Language and Culture. – 2017. – T. 1. – №. 2. – C. 8-21.
23. McGee P. Cross-cultural pragmatic failure // Training, Language and Culture. – 2019. – T. 3. – №. 1. – C. 73-84.
  24. Neumann I. B. Uses of the other: "the East" in European identity formation. – University of Minnesota Press, 1999. – T. 9.
  25. Pradhan S.D. Role of cognitive warfare in Russia-Ukraine conflict: potential for achieving strategic victory bypassing traditional battlefield // The Times of India. – May 8, 2022.
  26. Scott M., Tribble C. Textual patterns: Key words and corpus analysis in language education. – John Benjamins Publishing, 2006. – T. 22.
  27. Paipais V. Self and other in critical international theory: assimilation, incommensurability and the paradox of critique // Review of International Studies. – 2011. – T. 37. – №. 1. – C. 121-140.
  28. Radina N. K., Kozlova A. V. Text Sentiment as a Factor of Electronic Petition Success (On the Data Collected from Change. Org) // Issues of Applied Linguistics. – 2022. – P. 90.
  29. Weiss T. G. Sanctions as a foreign policy tool: Weighing humanitarian impulses // Journal of Peace Research. – 1999. – T. 36. – №. 5. – C. 499-509.
  30. What are sanctions on Russia and are they hurting its economy? // BBC, June 27 2022. – URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-60125659>
  31. Wodak R., Meyer M. Methods of critical discourse studies. – Sage, 2015.

#### Referenecees

- Asmyatullin, R., & Gertsev, A. (2015). The Study of Economic Sanctions Influence on Yugoslavia. *Scientific Review. Series I: Economy and Law*, 6, 146-152.
- Baker, P. (2010). *Sociolinguistics and Corpus linguistics*. Edinburg: Edinburg University Press Ltd.
- Baranova, L. L., & Kriakina, N. L. (2020). 'Safe' political discourse: Linguo-cultural and pragma-linguistic perspectives. *Training, Language and Culture*, 4(3), 31-42. Doi: 10.22363/2521-442X-2020-4-3-31-42
- Caffarena, A., & Conoscenti, M. (2017). The tipping point. Donald Trump and the Discourse on World (Dis)Order in the Press and Expert Media. *Comunicazione Politica*, 3, 385-406

- Claverie, B., & Du Cluzel, F. (2022). "Cognitive Warfare": The Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. In Bernard Claverie; Baptiste Prébot; Norbou Buchler; François du Cluzel (Eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*, NATO Collaboration Support Office, 1-7.
- Conoscenti, M. (2004). *Language engineering and media management strategies in recent wars*. Roma: Bulzoni.
- Drury, A. C. (1998). 'Revisiting Economic Sanctions Reconsidered. *Journal of Peace Research*, 35(4), 497-509
- Fairclough, N. (2002). "Critical Discourse Analysis." In Alec McHoul and Mark Rapley (Eds.), *How to Analyze Talk in Institutional Settings*, (pp. 25-38). London: Bloomsbury Publishing.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. London: Arnold.
- Hall, B. R. 2001. Applying the «Self/Other» Nexus in International Relations. *International Studies Review*, 3(1), 101-111.
- Hanukaev, A. (2022). Considering perspectives of others: A case study of intercultural learning among English language learners in Norway. *Training, Language and Culture*, 6(1), 33-48. doi: 10.22363/2521-442X-2022-6-1-33-48
- Konyaeva, Yu., & Samsonova, A. (2021). Sarcastic evaluation in mass media as a way of discrediting a person: Greta Thunberg case. *The European Journal of Humour Research*, 9(1), 74-86.
- Kratochvil, P., & Tichy, L. (2013). EU and Russian discourse on energy relation. *Energy policy*, 56, 391-406.
- Leech, G. (2014). *The state of the art in corpus linguistics*. Routledge. (Pp. 20-41).
- Li, Chien-pin. (1993). The Effectiveness of Sanction Linkages: Issues and Actors. *International Studies Quarterly*, 37(3), 349-370.
- Machin, D., & Mayr, A. (2014). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. London: SAGE
- Makarychev, A. (2014). Russian and/versus the EU: From Post-political Consensus to Political Contestations. *L'Europe en Formation* 4(374), 27-39.
- 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

- Malyuga, E.N. (2019). Emergent Trends in English Scientific Discourse: Issues of Research Relevance and Linguistic Identity. *Tomsk State University Journal of Philology*, 58, 52-70.
- 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>.
- McCarthy, M. (2017). Usage on the move: Evolution and re-volution. *Training, Language and Culture*, 1(2), 8-21. doi: 10.29366/2017tlc.1.2.1
- McGee, P. (2019). Cross-cultural pragmatic failure. *Training, Language and Culture*, 3(1), 73-84. doi: 10.29366/2019tlc.3.1.5
- Neumann, I. B. (1999). *Uses of the other: 'the East' in European identity formation*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Pradhan, S.D. (2022). Role of cognitive warfare in Russia-Ukraine conflict: potential for achieving strategic victory bypassing traditional battlefield. *The Times of India*, May 8. Accessed July 23, 2022.
- Scott, M., & Tribble, Ch. 2006. *Textual Patterns: Key Words and Corpus Analysis in Language Education*. Philadelphia: John Benjamins.
- Vassilios, P. (2011). Self and other in critical international theory: assimilation, incommensurability and the paradox of critique. *Review of International Studies*, 37, 121-140.
- Weiss, Th.G. (1999). Sanctions as a foreign policy tool: Weighing Humanitarian Impulses. *Journal of Peace Research*, 36(5), 499-509
- What are sanctions on Russia and are they hurting its economy? BBC, June 27 2022. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/world-europe-60125659>
- Wodak, R., & Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: SAGE
- Yashina, M.G., & Asmyatullin, R.R. (2016). History of Russian-Italian Business Partnership and Italianisms in Russian. In *Current Problems of Linguistics and Linguodidactics of a Foreign Language for Business and Professional Communication*, (pp. 273-279).

Radina, N.K., & Kozlova, A.V. (2022). Text sentiment as a factor of electronic petition success (on the data collected from change.org). *Issues of Applied Linguistics*, 45, 89-114. <https://doi.org/10.25076/vpl.45.04>

#### Sources

- Council of the European Union. (2004). *Communication of Council of the European Union Basic Principles on the Use of the Restrictive Measures (Sanctions)*. 10198/1/04 REV 1, Brussels. (Accessed July 8, 2022)
- European Commission. *EU sanctions map*. Retrieved from <https://sanctionsmap.eu/#/main> (Accessed July 8, 2022)
- European Commission. (2022). *Press Release: Ukraine: EU agree to extend the scope of sanctions on Russia and Belarus*, Brussels. Retrieved from [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_1649](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1649) (Accessed July 10, 2022)
- European Commission. (2022). *Overview of sanctions and related tools* Brussels, Retrieved from [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/international-relations/restrictive-measures-sanctions/overview-sanctions-and-related-tools\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/international-relations/restrictive-measures-sanctions/overview-sanctions-and-related-tools_en), (Accessed July 10, 2022)
- European Council. (2022). *Timeline – EU restrictive measures against Russia over Ukraine* Retrieved from <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/sanctions/restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/history-restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/>(Accessed July 8, 2022)
- Foundation Robert Schuman, Sanctions. (2021). *Privileged instrument of European Foreign Policy* European Issue 598, Brussels, Retrieved from <https://www.robert-schuman.eu/en/european-issues/0598-sanctions-privileged-instrument-of-european-foreign-policy> (Accessed July 10, 2022)

УДК 81.33

С.А. Бурикова, К.Г. Малоземова  
Российский университет дружбы народов

### **ПЕРСОНИФИКАЦИЯ КАК ЛЕКСИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ЗАГОЛОВКАХ СТАТЕЙ БИЗНЕС- ТЕМАТИКИ**

*В обществе сложилось мнение, что язык бизнеса считается скучным и непримечательным, но на практике Лингвистика доказывает обратное. Данная статья посвящена комплексному изучению явления персонификации в заголовках статей бизнес направленности. Основная цель статьи заключается в рассмотрении особенностей использования данного лексического стилистического средства путем практического изучения заголовков деловой тематики в отношении международной повестки дня. Особенное внимание уделяется изучению заголовков и языка профессионального общения. Ключевой замысел авторов заключается в определении корректного употребления персонификации и изучении ее влияния на примере заголовков делового содержания. Исследование базируется на выборке наиболее ярких примеров ее функционирования на примере заголовков статей международной прессы как неотъемлемой части бизнес-медиа дискурса. Результаты исследования показали, что данный лингвистический элемент следует рассматривать в индивидуальном порядке ввиду уникальности контекста. Авторы заключают, что заголовки бизнес статей, где наблюдается пренебрежение выразительными средствами, особенно персонификацией, не цепляют читателя. Соответственно, бизнес-медиа дискурс становится опорой для влияния и привлечения внимания круга читателей. Исследование может быть использовано как лингвистом, изучающим персонификацию путем стилистического анализа, так и простому читателю, который заинтересован тем, что происходит на мировой арене.*

*Ключевые слова: персонификация, стилистическое средство, лексическое средство выразительности, троп, метафора, бизнес-медиа дискурс, язык делового общения, статья бизнес-тематики, заголовок, международная пресса*

UDC 81.33

S.A. Burikova, K.G. Malozemova  
RUDN University

## PERSONIFICATION AS A LEXICAL STYLISTIC DEVICE IN BUSINESS ARTICLES' HEADLINES

*In society it is believed that language of business tends to be dry and dull, but, in practice, Linguistics proves it wrong. The following article is devoted to a comprehensive study of the phenomenon of personification in business articles' headlines. The main objective of the article is to identify peculiarities of using such lexical stylistic device on the basis of business-themed headlines' practical study being referenced to international agenda. Much attention is given to aspects of headline and business language. The purpose of the study is to outline what personification is used for as well as the role of it in business headlines. The research focuses on investigating the brightest examples of its usage in foreign newspapers' headlines as a part of business media discourse. The results of the study have shown that such linguistic element should be considered individually due to uniqueness of the context. The authors conclude by noting that without stylistic devices, especially, personification, business articles' headlines wouldn't be eye-catching for a reader. Accordingly, business media discourse has become the greatest tool of influencing and attracting readers' attention. The study can be a helpful guide both to a linguist, studying personification stylistically, and a reader, interested in worldwide agenda.*

*Keywords: personification, stylistic device, lexical stylistic device, trope, metaphor, business media discourse, professional language, business article, headline, international newspaper*

### **Introduction**

It is a common truth that we, living at the age of globalization and modernization, come across business-related issues every single day in all its possible forms, i.e., on TV, radio, Internet, press etc. According to A. M. Meyrmanova and M. I. Kudritskaya business, mostly, newspaper in this area “is an integral part of the culutre” (Meyrmanova, Kudritskaya, 2019, p. 65). From the linguistic point of view, business is still a widely discussed phenomenon due to constant changes and

improvements. Stereotypically, people believe that the following type of style is all about numbers and statistics, but, in reality, it is such a stylistically colored element, that like Christmas tree toys, flash the world with its uniqueness.

Language tends to be the link between a person and inner world. Here, a special attention must be given to newspapers. Press has a voice and a listener, and, in most cases, we search for data in newspapers (digital and paper ones) (Karpovskaya, Shiryaeva & Zheltukhina, 2019). In addition, newspapers are one of the oldest ways to present information to the public in an effective way, and, as a result, every single day the world of news expands in all spheres.

It is no doubt that the first thing that we come across in press is the headline. We tend to pick a piece of news by asking the question whether the headline is eye-catching or not. The headline is something that should reflect the meaning of the entire publication. To fulfill the functions, the authors use different techniques such as stylistic devices.

Stylistic devices have always been a hot topic for discussions among linguists (Oparina, 2021, Katsaounis & Steinmüller, 2021, Kuparadze, 2016, Karpovskaya, Shiryaeva, & Zheltukhina, 2019, Langlois, 2021). As practice shows, each case of using a stylistic device, whether it is a book or a newspaper, should be considered in an individual way. The peculiarities of using these constructions are more relevant than ever as here context plays a primary key role. Context is something that acquires additional meaning with the help of words referring to the transfer meaning of it (Usmonova, 2020).

The fields of using personification are limitless, it can be traced in sociology, philosophy, literature or psychology. As for the linguistic approach, we must take into account the attraction of the reader's attention by concretizing of facts and impacting the plot of the narration. The context makes personification a multifunctional link in the linguistic chain. The main idea here is devoted to analyzing the hypothesis of the author (Oparina, 2021).

Taking into consideration personification in business articles' headlines, this stylistic device is more common one and has a number of specific features. The relevance of the research topic is determined by the fact that personification is used in newspapers constantly, but this stylistic device is not studied properly from the viewpoint of business. It is also worth considering the fact that today there is a significant increase



in the popularity of newspapers. Through the analysis of newspaper headlines, we manage to trace why personification is used and what functions it serves.

The research is mostly based on Russian and foreign scientists' studies. The theoretical and practical basis of work is made only on the basis of relevant and updated materials. The results of the analysis can be used in such aspects as studying stylistics devices in educational institutions and developing the language of the press worldwide.

#### **Theoretical background**

Over the past few decades, Stylistics, being the human language and examining how it functions, has significantly succeeded in developing various notions on how to make the language the greatest mechanism for interaction between people, performing distinctive functions from expressing ideas to reasoning thinking through words. According to P. Verdonk, Stylistics can be defined as “the analysis of distinctive expression in language and the description of its purpose and effect” (Verdonk, 2002, p. 4) Language is such a flexible phenomenon that, alongside with stylistically colored elements, such factors as divisions in society and differences in cultural traditions and values lead to changeability in the use of this or that language.

Stylistic device forms a general set of methods and elements how to color the text. Stylistic devices are usually divided into 4 major groups (Galperin, 2011). The choice of using stylistic devices depends on such concepts as context, moral, effect and function itself, and every single technique gives a written text or everyday speech expressiveness and uniqueness. The following groups are considered as follows:

1. Lexical Stylistic Devices (ex: metaphor, epithet, personification).
2. Syntactical Stylistic Devices (ex: repetition, detachment, ellipsis).
3. Lexico-Syntactical Stylistic Devices (ex: simile, antithesis, climax).
4. Graphical and Phonetic Stylistic Devices (ex: alliteration, assonance, capital letters). (Arnold, 2019)

Personification is a lexical stylistic device that assigns human features to a non-human entity or inanimate object in order to express a point or idea in a more colorful, imaginative way (Mamadaliev, Karimova, 2019). Overall, it is claimed that we use personification as a

compositional device that is used mostly to bring the poetic sense of narration (Mamadaliev & Karimova, 2019)

Accordingly, linguists all over the world have disputes over what it actually is. For some linguists, it is trope. Tropes mainly differ themselves from other stylistic devices in semantic way (Edgecombe, 1997). Other linguists disapprove it by saying that it is a stylistic device. But, more commonly, it is considered as lexical stylistic device, specifically, a type of metaphor. Metaphor expresses the object of comparison and this is the stylistic device, which is characterized by the dynamism of the narrative (Ivchenkov, 2020). It is claimed by S. Yu. Voskresenskaya that "...the semantic differences between metaphor and personification are undeniable... it should be considered individually" (Voskresenskaya, p. 14).

When it comes to the text itself, personification usually serves as a multifaceted phenomenon, the main role of which is to reveal the degree of certainty. Besides, it gives the written text colorfulness due to bringing connection between inanimate objects and human actions, as well as creating the atmosphere of imaginary world. R. Jakobson and M. Halle are sure that "all the distinctive vehicles in the text serves primarily to differentiate whole words" (Jakobson & Halle, 2010, p. 5). Depending functions, there are several elements to consider such as explanation of central ideas and concepts, emotional support and deeper meaning.

Headline itself is a one sentence that describes that outline of the text which is something that is the first thing we pay attention to in written text. Especially in newspapers, making concrete headline means success. Different stylistic devices can be traced when analyzing them, and personification is not an exception. When it comes to business-related articles, the style of it has its own stylistic appearance, so that stylistic devices add a charm to the narration. It has a potential to improve because of competitiveness of press nowadays (Korotkova, 2021).

Currently, there is no single classification among linguists when considering the functions of personification in the text. It is known by the fact that such peculiarities as author's style, context and emotional perspective have a place to be. Indeed, we have come to the conclusion that even though personification is mostly used in poetry, several functions may refer to business.

In order to realize how personification interacts in business articles' headlines, here, we must take into consideration the newspapers as the

fourth branch of power as well as from the viewpoint of rapid changes in genres' system (Samusevich, 2008). Only with the help of this device, we can notice how personification can be revealed not only in literary text but in professional field, i.e., the style of official documents (Malyuga & Banshchikova, 2011). Therefore, personification can be a helpful tool not only in a literary text but in a professional one as well.

#### **Business media discourse**

In terms of analyzing the discourse itself, namely, it is said that there are numerous types of existing discourses on pretty much any field of study. In that case, we must take into account the phenomenon of personification in particular discourse. Currently, as N.V. Badaeva states "media is influenced by socio-cultural and demographic divisions in society..." (Badaeva, p. 8).

Namely, it is a must to illustrate in advance what the theory of investigating the following discourse is. In the following research, we analyze the personification from the viewpoint of business. At the same time, media is also our priority.

Accordingly, discourse is mostly linked to processes of social interaction (Vorkachev & Vorkacheva, 2019). To combine business and media, a new sub type of discourse is outlined which is business-media discourse.

Here, business-media discourse aims at providing detailed analysis on international agenda. In order to differentiate the exact material and look through what is happening in the world in press from the business side, we aim at picking business-media discourse that is willing to match the proper understanding of how to make business text more concrete. Stylistically colored expressions take place in any type of discourse, namely in the author's speech, description, reasoning (Kapranova & Korobchak, 2021). From the linguistic point of view, the persuasive style of business-media discourse is something that deals with the problem-solving world of business (Ivanov & Pogoretskaya, 2021). And, in fact, it fulfills various tasks in terms of outlining the content and the idea of the written text.

#### **The notion of headline as a linguistic element**

Based on press, being one of the branches of social life and influencing the minds, we tend to review what is happening in the world through informational sources. Newspapers today are willing to find

something new that attract people's attention (Bagdasaryan & Orlova, 2021, Malyuga, 2008).

When it coincides with written text, our generation doesn't have much time to pay attention to every single business article. Thus, we pay attention to the headline first.

It is usually placed at the beginning of each written text in order to specify and summarize the key idea in one or two sentences maximum. Besides, M. Djurayev explains that it is "the first impression about the topic" (Djurayev, 2020). It is somehow a push-up to readers to click on the article. In some cases, the headline can be understood only when reading the whole article.

Grammatically and lexically, they may be way different: changing the place of the words, using idioms, neologisms, stylistic devices, punctuation, quotes etc. Accordingly, it focuses on such functions of headlines as the ability to catch readers' attention.

#### **Linguo-stylistic approach to analyzing personification**

As being one of the main parts of the research, linguo-stylistic approach or analysis, has always been valuable when investigating this or that linguistic phenomenon.

As practice shows, it has been used since oratory times. Now, we tend to analyze each text, based on its aesthetic functions. Because of the fact that each text in any functional style transfers messages, the correct organization gives the key to readers how to perceive the information (Bogdanova, 2006).

If we divide the investigation into sectors "linguo" and "stylistic", it is believed that the text itself is being transformed and considered in lexical and stylistically organized components.

The main idea is that the following type of approach is the one that is distinguished in expressing authors' intentions. Through this analysis, it is possible to compare style, tone, register of the narration. Every single style differs from each other in genres, spheres, features, morphological, syntactical and lexical peculiarities (Vinogradov, 1961).

When it comes to personification, here several components must be taken into account: the context, the meaning, the intention of the author and functional aspect.

With the help of such approach, it becomes clear why exactly people tend to use personification in newspapers' headlines as the official language which serves mainly to being diplomatic and terminological

one. In that case, it is all about breaking the stereotypes as personification mainly influences the whole narration, so that the research should be developed from the functional perspective.

#### **Functional significance of personification**

Generally speaking, if the language is analyzed from the viewpoint of functional aspect, i.e., considering linguistic structures and processes, we must take into account the fact that nowadays context is the key role of highlighting the written text.

Contextually, the use of personification can be traced through affection of ideas and the range of readers. In case of headlines, it is more about ideology (Kuparadze, 2016).

Without stylistically colored elements, it would be impossible to understand how author is expressing this or that idea. Nevertheless, with the help of these tools, we manage to quickly feel the plot of what should be said.

In case of personification, it usually is presented in several key functional ideas. Even though, the phenomenon is not so widely discussed, especially in business headlines, still, it is possible to somehow summarize the idea of personification as a lexical stylistic device that mostly figures out the ways how to catch readers' attention.

It is a general truth that this trope, as a whole, tends to make things alive, and the same happens with the headline, through which we can exactly say what the function is. Context and individual author's style of writing is something that form the basis of the complete understanding of the issue.

#### **Materials and methods**

As a methodological basis, we have chosen to consider foreign press as practical part of the research. Newspapers, specifically online versions, have a tendency to provide up-to-date information and, as a result, articles' headlines are the most profitable example of investigating stylistic devices as personification and many more. Business articles usually serve as one the most significant parts starting from banking sector till management. The research is based mostly on analyzing the most vivid examples of personification in headlines, reviewing the context, explaining why it is used and what function it serves.

Another thing that should be taken into account is authors' intentions. The research is based on examining how and what for personification is being used on a regular basis in business-related articles' headlines.

However, from the functional side, it is rather important to dive into the content of the whole article to realize the exact reason of both the intention and specifics of its usage.

The methods that have been used may be considered as the following. Continuous sampling method aims at collecting data, i.e., 150 articles have been selected with a personification in the headline. Then, descriptive qualitative method is able to investigate and classify lexical stylistic device as well as newspapers depending on their functions. And, as a result, quantitative method explores the frequency of using personification in newspapers.

Through linguo-stylistic approach of investigating the brightest examples of personification in business articles' headlines, we are not only able to take into account the language itself, the discourse and the context, but, mainly, we are aimed at specifying the functional component and how personification is existing in different contextual variations.

#### **Study and results**

The following part of the research is dedicated to analyzing the brightest examples of using personification in business articles' headlines in order to explain how this trope is being used in this or that business field. The research material is based on investigating headlines with personification in it in online versions of international press. 150 articles have been investigated, and the material is based on choosing the material written in 2017-2022.

Firstly, we must take into account the idea of attracting the audience's attention. Accordingly, several examples can be highlighted. The example, taken from newspaper "The Guardian" is headlined:

*"World Bank warns higher interest rates could trigger global recession"*. (The Guardian, 16.09.2022).

According to the context, the inflation currently is a major issue, and, as a result, the World Bank is responsible for keeping it at average level. Thus, personification here focuses on telling people that there has to be some changes in society, and World Bank in headline, as a parent, forces the world to do the right thing to prevent consequences.

Another example on how to influence the audience's mind can be taken from "The New York Times":

*"Safety Concerns Overshadow Europe's First New Gas Link in Decades"* (The New York Times, 01.10.2022).

A special attention is devoted to Europe working on new ways how to produce and provide gas to the population. Personification brings to the context some kind of hope and putting “concern” at the first place that means exactly the intention to force the readers click the link.

Two more examples that concern the motivational effect in case of using lexical stylistic device. In business sphere, this element provides information on how to become successful and find new ways to get involved into making profits of everyday habits. Here, we must look through the headlines that bring this point into the world. If we dive into the context of the article, taken from “The Economist”, it is said that:

*“TikTok isn’t silly. It’s serious”* (The Economist, 15.01.2022).

It is quite interesting to mention that the whole headline is, indeed, a personification. The App here is compared and treated as a person. Specifically, here a context is about TikTok becoming a phenomenon in social media game. The following business is flourishing which means that personification “TikTok isn’t silly” may be interpreted in the way that the app is not just videos, it is more about business and making money. Thus, lexical stylistic device here functions as to provide more of motivation in readers.

Next point is being referenced to “Bloomberg” newspaper that goes:

*“How **HBO Survived** The Two Worst Media Mergers of the Century”* (Bloomberg, 07.11.2022).

Being a great source for watching films and shows, it is still on the flow despite the possible outcomes depending rivals in the industry. Despite the fact that popular shows are being closed, HBO manages to find alternative ways how to keep up with trends and ideas. Through the upcoming book, the story of the company is revealed. In fact, personification here aims at showing readers that putting efforts into business will always be profitable, and that this world is inconsistent.

Another important point is about representing the meaning, specifically, it aims at singling out the key issue. In many cases we tend to read the article first before understanding the main problem, but here we read the article and immediately can think over how to possibly get rid of the issue. The greatest example can be traced in “The Guardian”:

*“Netflix with ads **draws** some big **brands** – but others are **unimpressed**”* (The Guardian, 04.11.2022).

The context is the following. Netflix, due to leaving Russian market, has decided to implement new ideas and attract new users with the help

of subscriptions with ads. Some brands use this opportunity to promote their products, but to others, it is nothing but irritating way to show the goods as people are most likely to be annoyed about. Double personification is used here in order to show the audience that the meaning is not hidden, and basically, it represents the attitude of the brand and customers.

Next article from “The Wall Street Journal” is headlined:

“*Small **Businesses Get Creative** as They Still **Struggle** with Hiring*” (The Wall Street Journal, 26.09.2022).

The key idea of the article is that the world has changed significantly, especially since COVID times, and, as a result, there is a massive competition on a job market. Accordingly, new businesses try everything they possibly can to influence people working there and not let the business down because of possible lack of money to pay to employees.

Trope is being used in this headline to outline that, as human beings, there is a possibility of ruining everything, and being CEO means huge responsibilities. As a result, it is shown in the newspaper that the meaning is implemented in the possibility of working extremely hard and gaining some efforts.

The very next aspect that must be taken into account is, of course, emotionality. It is one of the most widely used function, and several up-to-date materials can specify the main role of using personification.

We have come across the example from “The Washington Post”:

“*Pandemic **aftershocks overwhelm** global supply lines*” (The Washington Post, 24.01.2021).

Of course, pandemic here serves as a really evil character in movies, so it ruins peoples’ lives, i.e., lockdown, mortality, job loss, economic downturn etc.

Here, personification, concerning pandemic overwhelms, means that consequences lead to economic troubles in delivering goods. Personification serves to bring empathy to readers.

Another example that attracts the attention is the article by “The Times” that goes:

“*Elon Musk’s **Twitter takes flight** – into a storm*” (The Times, 29.10.2022).

The recent news about the richest man in the world, buying a social media app is pretty much known to everyone. As it is stated, the policy of the company will go through major changes. As a result, it may bring



the company to its lowest, as Elon Musk has to rebuild the system from scratch.

Personification here is used to express fears and possible anger concerning newly updates. Storm is represented in a way that the darkest times are coming. Mostly, this lexical stylistic device represents the pessimistic thoughts of the narration.

Persuasive attitude towards business-related articles is something that has a tendency on recent events. In particular, the following idea to force readers to think or do something comes across constantly. For example, according to “The Independent”, it is claimed in the headline that:

*“Recovery in Shopper Numbers Slows as Inflation Bites”*(The Independent, 06.10.2022).

A special attention is devoted to the rise of inflation in terms of the lowest number of customers. Definitely, people start caring and spending money more cautiously because of uncertainty worldwide.

Nevertheless, the author persuades us that despite inflation, people can reassure themselves that when the customer service is low, the prices can easily go down, so that the shopping centers will get much more profit.

Hereinafter, an example from “The New York Times” proves that the headline can scream and be persuasive since the first word:

*“The U.S. accused Chinese companies of supporting Russia’s military”* (The New York Times, 29.10.2022).

According to the context, because of international conflicts, there are several sides of the problem. On the contrary, one country blames another country for actions that may seem inappropriate for it. The persuasive effect is that one country responds harshly to several statements. The persuasion is based on overweighing the reality.

One of the most specific functions that can be traced is propagandistic one which specifically reflect the newspapers’ moral point of view. Hereinafter, these two examples can be traced:

*“What Italian Business Makes of Georgia Meloni”* (The Economist, 29.09.2022).

We may find in this article what the outcome for business is as new government in Italy is formed. Here, the trope is used in a way that it shows how this or that field, positively or negatively, reflects to changes in government.

*“With Rishi Sunak, the City’s takeover of British Politics is Complete”* (The Guardian, 27.10.2022).

The same situation is traced here. Basically, after rapid changes in the UK, people tend to look differently at possible consequences. The function is traced through professional position of the newspaper.

The greatest point that can be highlighted is the function of describing the situation in detail. The very two examples are outlined that represent it the best:

*“Principle or pragmatism? Big brands quit Russia”* (Financial Times, 09.10.2022).

It tells the story about the largest companies leaving Russia due to disagreements in policy and shipment issues. Here, personification implies CEOs of companies that have decided to leave Russian market field. Accordingly, this lexical stylistic device shows that the following issue is a really hot topic. So, here we may notice that brands (under the leadership) quit (decide to leave market) Russia. Personifications shows persistence and consistency of actions and, mainly, concrete thoughts.

One more example is taken from “Bloomberg” which says:

*“A Circus finds a New Animal Trick: Holographic Lions, Elephants, and Whales”* (Bloomberg, 17.02.2022)

It is said that a new business is being implemented in French circus to protect animals and to bring colorfulness to the show. The idea to use this lexical stylistic device proves to both outline inventions in business and make profits.

Also, personification can be used when describing trends. The brightest example as well is taken from “The Korea Times” and is headlined as:

*“One Coway’s ice-making water purifier gains popularity”* (The Korea Times, 20.08.2022)

It means that due to perfect advertisement company and using celebrities, it brings a product to a new level, so the sales are up. Personification gives us a clear picture about popular trends and works as a good promotion tool. The function is to provide general information concerning entertaining content.

One more example that shows how to present trends in terms of business:

*“Apple Warns of Hit to iPhone Shipments from China COVID-19 Disruptions”* (The Japan Times, 07.11.2022).

The company has to postpone new iPhone's shipment because of coronavirus pandemic in China. Thus, trope here is used to show the newest trends being placed on the market.

It is clearly shown that every single aspect should be considered in an individual way. Personification, being constantly used both in everyday life and written text, proves the fact that it has a place to be out of the comfort poetry zone, specifically, in business articles.

Therefore, it is clear that personification is used constantly in business, but in order to realize in what cases it can be used properly, several functional aspects must be taken into account.

**Functionality of personification in business articles' headlines**

Author's intention	Personification	Context
Attracting attention	World Bank Warns; Safety Concerns	Risks of Inflation; New Ways to Keep Gas
Bringing motivation	Tiktok isn't silly; HBO Survived	Making money on social media; The story of successful business
Outlining meaning	Netflix draws; Businesses struggle	Netflix loses customers; Zero trust to small business and lack of money
Emotionality	Pandemic aftershocks overwhelm; Twitter takes flight	COVID affects global economy; Pessimistic concerns about new Twitter owner
Persuasion	Inflation bites; The U.S. accused	People are more concerned about money; One country forces another to agree with conditions

Propaganda	Businesses make; City's takeover is complete	Italian new government; UK New Prime Minister
Detailed Description	Brands quit; A circus finds	Sanctions; New way of business
Trends	Ice-making water gains popularity; Apple warns of hit	Korean brand is leader; Delays in iPhone 14

*Table 1. The possibility of using personification in business articles' headlines from the viewpoint of its functioning*

After analyzing how personification express itself in business-media discourse, it is possible to summarize the fact that the most used one is considered to be a detailed description one due to the fact that nowadays we tend to point out whether the information has a value to us due to personal interest and background knowledge

Overall, personification is such a unique phenomenon which is all about bringing liveliness to the speech. Therefore, personification must be identified in every context individually due to the fact that it is becoming sort of a combination with the context, and it outlines the narration in an outstanding way.

### **Conclusion**

As a result of the research, we have come to the conclusion that, indeed, personification is a phenomenon that should be considered in different contexts, since there is currently no single approach to the study of this stylistic device.

Through the analysis of business media discourse, specifically, business articles' headlines, it is possible to outline that nowadays personification cannot be left without attention. It serves to give the readers the positive impact because it is something that attract people's attention.

Business related articles have a specific manner of writing, namely, in order to feel and follow the author's idea, it is necessary to involve such linguistic elements as expressive means. In turn, each author of the article has his own style and through it, the reader can feel the key thoughts, namely, how and why a particular stylistic technique is used.

The headlines of the article are the basis of everything written in newspapers. In particular, they are created to attract the attention of the reader, who can immediately understand whether the article is worth attention or not.

It is worth noting the fact that thanks to stylistic devices in the linguistic picture of the world, it becomes possible to conclude how and what for exactly this or that word or phrase is used in context, while creating the author's vision of what is happening in the world and perception of realities. Each article in the newspaper can be interpreted differently due to the concepts of thinking of both the author and the reader. In order to trace the central idea, it is necessary to delve into the context.

The cultural aspect must also be taken into consideration, since even the most minimal differences can affect the perception of the text. That is why the authors tend to use stylistic means of expression in order to create a common vision of what is happening in the world in the current realities.

The research proves that these are the very elements without which every discourse would not be so influential and powerful. Mainly, it is necessary to identify how and what the hidden meaning of the use of these linguistic elements is.

Here we have considered such issues as defining personification as lexical stylistic device, analyzing examples of personification and business-related articles' headlines and coming to a conclusion that each context serves as an individual type of narration. Therefore, the research can be helpful to those who still considers that business language is not interesting to investigate and for those who wants to explore the linguistic world of stylistic devices. The material of the research can be used both in educational and scientific purposes.

Thus, knowing the conceptual apparatus of using stylistic devices in headlines, it is possible to understand how one sentence can be the firefly and guide the audience in the world of incessant flow of information.

#### Литература

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / И. В. Арнольд. – М.: Флинта, 2019. – 445 с.
2. Багдасарян Т. М., Орлова В. А. Заголовки Газет и Их Особенности // ББК 60 П 75. – 2021. – С. 211

3. Бадаева Н. В. Метафора Персонификации в Экономическом Дискурсе СМИ // Филологические науки в МГИМО. – 2021. – С. 6
4. Богданова О. Ю. Лингвостилистический анализ заголовка как элемента англоязычного текста // Ярославский педагогический вестник. – 2006. – №. 1. – С. 104-110.
5. Виноградов В. В. Проблема авторства и теория стилей / В. В. Виноградов. – М.: Гослитиздат, 1961. – 613 с.
6. Воркачев С. Г., Воркачева Е. А. Дискурс и его типология в российской лингвистике // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2019. – №. 3. – С. 14-21.
7. Воскресенская С. Ю. Метафора и персонификация: к проблеме взаимоотношений // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2016. – №. 4. – С. 11-15.
8. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка: опыт систематизации выразительных средств / И. Р. Гальперин. – Изд. 2-е, испр. – М.: URSS: Либроком, сор. 2011. – 375 с.
9. Ивченков В. И. Лингвистика тропов: сходства и различия в национальных стилях // Stylistyka. – 2020. – Т. 21. – С. 129-140.
10. Капранова И. П., Коробчак В. Н. Лексические выразительные средства и лексико-стилистические приемы // национальные языки и культуры: мышление и понимание в условиях глобализации. – 2021. – С. 66-70.
11. Малюга Е.Н. К вопросу о жанрово-стилевой парадигме газетного текста // Вестник Университета Российской академии образования. – М., 2008. – Выпуск 2. – С. 68-71.
12. Малюга Е.Н., Банщикова М.А. Англоязычный профессиональный жаргон в немецком рекламном медиадискурсе. – Saarbrücken: LAP, 2011. – 174 с.
13. Мамадалиев А., Каримова Н. А. К вопросу о семантической основе персонификации // International Journal of Innovative Technologies in Social Science. – 2019. – №1 (13). – С. 21-27.
14. Опарина Е. О. Метафора в дискурсе // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. – Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. – 2021. – №3. – С. 131-141.
15. Самусевич О.М. Персонификация в журналистском тексте // Ученые записки Крымского федерального университета имени

- В. И. Вернадского. – Филологические науки. – 2008. – №1. – С. 135 – 139
16. Djurayev M. Headline is an important element of newspaper texts // *Theoretical & Applied Science*. – 2020. – №. 9 (89). – С. 421.
  17. Edgecombe R. S. Ways of Personifying // *Style*. – 1997. – P. 1–13.
  18. Ivanov N. V., Pogoretskaya O. A. The phenomenon of fascination in political discourse (by Italian examples) // *Training, Language and Culture*. – 2021. – Vol. 5(2). – Pp. 9-21. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-9-21
  19. Jakobson R., Halle M. *Fundamentals of Language*. – Berlin: Walter de Gruyter, 2010. – Т. 1. – 96 p.
  20. Karpovskaya N. V., Shiryayeva O. V., Zheltukhina M. R. Stylistic means of headline creating in the information-analytical media text: pragmasemantic aspect of metaphor // *XLinguae*. – 2019. – Т. 12. – №. 4. – С. 173-182.
  21. Korotkova O. A. Stylistic Features of Newspaper Headlines // *Вестник науки и образования*. – 2021. – №. 3-1 (106). – С. 48-52.
  22. Katsaounis N., Steinmüller U. Languages for specific purposes in medicine and healthcare in times of the Covid-19 pandemic: Reflections on usage-based teaching // *Training, Language and Culture*. – 2021. – Vol. 5(3). – Pp. 29-40. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-3-29-40
  23. Kuparadze G. Phonetic and lexical stylistic devices in the newspaper headlines // *Revista académica liLETRAd*. – 2016. – №. 2. – С. 513-518.
  24. Langlois J. When linguistics meets computer science: Stylometry and professional discourse // *Training, Language and Culture*. 2021. – Vol. 5(2). – Pp. 51-61. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-51-61
  25. Meyrmanova A. M., Kudritskaya M. I. Characteristics of newspaper style // *Педагогическая наука и практика*. – 2019. – №. 2 (24). – С. 64-68.
  26. Usmonova M. A. The Stylistic peculiarities of lexical stylistic devices // *Евразийское Научное Объединение*. – 2020. – №. 1-4. – С. 306-308.
  27. Verdonk P. *Stylistics in English Language. Oxford Introduction to Language Study Text*. – United Kingdom: Oxford University Press, 2002. – 124 p.

28. Bloomberg [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/europe>
29. Financial Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ft.com>
30. The Economist [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economist.com>
31. The Guardian UK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/international>
32. The Independent. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk>
33. The Japan Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.japantimes.co.jp>
34. The Korea Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.koreatimes.co.kr/www2/index.asp>
35. The New York Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com>
36. The Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thetimes.co.uk>
37. The Wall Street Journal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wsj.com>
38. The Washington Post [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com>

#### References

- Arnold, I. V. (2019). *Semantika. Stilistika. Intertekstualnost'* [Semantics. Stylistics. Intertextuality]. URSS.
- Badaeva, N. V. (2021). Metafora personifikacii v ehkonomicheskom diskurse smi. [Personification as a special type of cognitive metaphor in economic media discourse (on the example of the German mass media)]. *Filologicheskie Nauki v MGIMO*, 7 (2), 5-13.
- Bagdasaryan, T. M., & Orlova, V. A. (2021). Zagolovki gazet i ikh osobennosti. [Newspaper headlines and their specific features]. *MNPK Prioritety sovremennoi nauki: aktual"nye issledovaniia i napravleniia*, 75, 211-213
- Bogdanova, O. Yu. (2006). Lingvostilisticheskij analiz zagolovka kak ehlementa angloyazychnogo teksta. [Linguo-stylistic analysis of



- headline as an element of English text] *Yaroslavskij Pedagogicheskij Vestnik*, 1, 104-110
- Djurayev, M. (2020). Headline is an important element of newspaper texts. *Theoretical & Applied Science*, 9 (89), 421.
- Edgecombe, R. S. (1997). Ways of Personifying. *Style*, 31 (1), 1–13.
- Galperin, I. R. (2011). *Ocherki po stilistike anglijskogo yazyka: opyt sistematizacii vyrazitelnykh sredstv*. [Essays on the Stylistics of the English Language]. URSS.
- Ivchenkov, V. I. (2020). Lingvistika tropov: skhodstva i razlichiya v natsionalnykh stilyakh. [Linguistic of tropes: similarities and differences in national styles]. *Stylistyka*, 21, 129-140.
- Ivanov, N. V., & Pogoretskaya, O. A. (2021). The phenomenon of fascination in political discourse (by Italian examples). *Training, Language and Culture*, 5(2), 9-21. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-9-21
- Jakobson, R. & Halle, M. (2010). *Fundamentals of language*. Walter de Gruyter.
- Kapranova I. P., & Korobchak V. N. (2021). Leksicheskie vyrazitelnye sredstva i leksiko-stilisticheskie priemy. [Lexical means of expressiveness and lexico-stylistic devices]. *Natsionalnye yazyki i kultura: myshlenie i ponimanie v usloviyakh globalizatsii.*, 66-70.
- Karpovskaya, N. V., Shiryaeva, O. V., & Zheltukhina, M. R. (2019). Stylistic means of headline creating in the information-analytical media text: pragmasemantic aspect of metaphor. *XLinguae*, 12(4), 173-182.
- Katsaounis, N., & Steinmüller, U. (2021). Languages for specific purposes in medicine and healthcare in times of the Covid-19 pandemic: Reflections on usage-based teaching. *Training, Language and Culture*, 5(3), 29-40. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-3-29-40
- Korotkova, O. A. (2021). Stylistic Features of Newspaper Headlines. *Vestnik Nauki I Obrazovaniya*, 3-1 (106), 48-52.
- Kuparadze, G. (2016). Phonetic and lexical stylistic devices in the newspaper headlines. *Revista académica liLETRAd*, 2, 513-518.
- Langlois, J. (2021). When linguistics meets computer science: Stylometry and professional discourse. *Training, Language and Culture*, 5(2), 51-61. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-2-51-61

- Malyuga E.N. & Bانشchikova M.A. (2011). *English-language professional jargon in German advertising media discourse*. Saarbrücken, 2011.
- Malyuga, E.N. (2008). On the issue of genre and stylistic paradigm of a newspaper text. *The Bulletin of the University of Russian Academy of Education*, 2, 68-71.
- Mamadaliyev, A., & Karimova, N. A. (2019). K voprosu o semanticheskoi osnove personifikatsii. [Semantic basis of personification revisited] *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*, 1 (13), 21-27.
- Meyrmanova A. M., & Kudritskaya, M. I. (2019). Characteristics of newspaper style. *Pedagogicheskaya nauka i praktika*, 2 (24), 64-68.
- Oparina, E. O. (2021). Metafora v diskurse. [Metaphor in discourse]. *Sotsialnye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Yazykoznanie: Referativnyi zhurnal*, 6 (3), 131-141.
- Samusevich, O. M. (2008). Personifikatsiya v zhurnalistskom tekste. [Personification in the journalistic text]. *Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki*, 21(1), 135-139.
- Usmonova, M. A. (2020). The Stylistic peculiarities of lexical stylistic devices. *Evrasiiskoe Nauchnoe Obedinenie*, 1-4, 306-308.
- Verdonk, P. (2002). *Stylistics in English Language*. Oxford Introduction to Language Study Text. Oxford University Press.
- Vinogradov, V. V. (1961). *Problema avtorstva i teoriya stilei*. [The problem of authorship and the theory of style]. M.: Goslitizdat
- Vorkachev, S. G., & Vorkacheva E. A. (2019). Diskurs i ego tipologiya v rossiiskoi lingvistike. [Discourse and its typology in Russian linguistics] *Aktualnye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistik*, 3, 14-21.
- Voskresenskaya, S. Yu. (2016). Metafora i personifikatsiya: k probleme vzaimootnoshenii. [Metaphor and personification: concerning their relationship]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya*, 4, 11-15.
- Bloomberg. (2022). Retrieved from: <https://www.bloomberg.com/europe>
- The Guardian UK. (2022). Retrieved from: <https://www.theguardian.com/international>

The New York Times. (2022). Retrieved from:  
<https://www.nytimes.com>  
The Economist. (2022). Retrieved from: <https://www.economist.com>  
The Wall Street Journal. (2022). Retrieved from: <https://www.wsj.com>  
The Washington Post. (2022). Retrieved from:  
<https://www.washingtonpost.com>  
The Times. (2022). Retrieved from: <https://www.thetimes.co.uk>  
The Independent. (2022). Retrieved from:  
<https://www.independent.co.uk>  
Financial Times. (2022). Retrieved from: <https://www.ft.com>  
The Korea Times. (2022). Retrieved from:  
<https://www.koreatimes.co.kr/www2/index.asp>  
The Japan Times. (2022). Retrieved from: <https://www.japantimes.co.jp>

**УДК 81-139**

**УДК 378**

**Э. Буррини**

**Пизанский Университет**

### **ИСПРАВЛЕНИЕ ОШИБОК В ПРЕПОДАВАНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА (ИТАЛЬЯНСКОГО) С ПОМОЩЬЮ КОММУНИКАТИВНОГО МЕТОДА**

*Проводя обзор самых известных работ за 1960 - 2018 годы, посвященных ошибкам и их исправлению, статья рассматривает современные вопросы, которые возникают, когда преподаватель итальянского как иностранного начинает анализировать частые ошибки русскоязычных студентов. Следует ли исправлять ошибки? Если следует, то какие? Когда? Как? А также кто должен их исправлять? Затем в исследовании кратко рассматриваются некоторые различия между итальянским и русским морфосинтаксисом. Вследствие этих различий учащиеся, владеющие языком на трех различных уровнях CEFR, совершают ошибки в письменных и устных упражнениях. И наконец, в статье разъясняется, каким образом с ошибками учащихся можно справиться посредством коммуникативного метода. Родной язык или влияние другого языка, независимо от того, насколько хорошо мы его знаем, наряду с мотивацией, самооценкой, эмоциями и*

другими психологическими факторами влияют на ошибки. Более того, можно сделать вывод о том, что на процесс обучения и появление ошибок влияют ясность объяснения материала, сопереживание преподавателя, правильное время исправления ошибок, тон голоса, а также обмен знаниями между сверстниками, непредвзятая и кооперативная среда.

*Ключевые слова:* коммуникативный метод, калька, ошибка, обработка ошибок, изучение языка, взаимное обучение, фатика

**UDC 378**  
**E. Burrini**  
**University of Pisa**

#### **APPROACHING ERROR IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING (ITALIAN) APPLYING THE COMMUNICATIVE METHOD**

*Sketching out a list of the most famous linguists who devoted themselves to study errors and tried to treat them between the '60s up to 2018 this paper deals with the questions that arise when a teacher of Italian as Foreign Language starts considering a few Russian students' frequent errors in learning the language. Should errors be corrected? If so, which ones? When? How? and also Who should correct them? Then the study briefly focuses on a couple of differences between Italian and Russian morphosyntax. As a result, they make students who belong to 3 different levels of the Common European Framework to commit errors in written/oral exercises. Lastly it is explained the way students' errors can be approached through communicative teaching. Our mother tongue or the influence of another language, no matter how well we know it, along with our motivation, self-esteem, emotionalism and other psychological elements affect errors. What is more, we can say that even the teachers' clarity of explanation, their empathy, right timing in error correction, tone of voice, as well as knowledge sharing among peers, a non-judgmental and cooperative environment account for the student's learning and error approach.*

*Keywords:* communicative method, calque, error, error treatment, language learning, peer tutoring, phatics

### **Introduction**

The concern about the errors made by students who want to learn a second language appeared about 50 years ago, hence we can understand the keen interest of Didactics and Linguistics on this topic. Until the 1950s-'60s errors were to be avoided and had to be absolutely corrected by the teacher whose teaching method was formal, it was translational grammar, similar to the study of Latin or Greek in high schools. Therefore L1 - the teacher and students' mother tongue - was the language through which the teaching of L2 took place. Hence, through a grammatical metalanguage expressed in L1 the learners 'learned' a foreign but 'artificial' language, since it lacked direct exposure having the teacher as the one and only model of reference. As a consequence the students were unable to use the language for communication but, cognitively, they 'possessed' only grammatical and linguistic competence because L2 was mainly used to read and translate texts written by classic authors (Balboni, 2002). Then in the '70s, through a major revolution in Language Teaching, errors were completely ignored as long as communication between speakers was not impeded. But in the '80s teachers who have fought long and patient battles with their students' language errors came to realise that making mistakes is an inevitable part of learning (Dulay, Burt & Krashen, 1982). Every teacher knows that correcting errors is part of the job, most of all if teachers love teaching and strongly believe in what they do, even if in written productions it may sometimes be a boring, repetitive and time-consuming activity. For this reason in 1996 J. Truscott said that it is even useless and a waste of time. If nowadays teachers can choose among several different teaching methods and approaches and consider that students are all different, a qualified teacher - who takes into account the errors made by the students as a natural and indispensable part of their learning process - should think of error treatment as something beneficial, from the outside, as if the students have fallen flat on the ground and the teacher helps them stand up again (Grassi, 2018).

Moreover, once identified the error within its context, it is of the utmost importance that the teacher does not mistake the description of the error with its explanation but is aware of the difference because here lies the effectiveness of a didactic intervention. A competent teacher should wonder WHETHER errors should be corrected, HOW they should be corrected, WHAT/WHICH errors should be corrected WHEN

they should be corrected and WHO should correct them and / or should be corrected. What's more, what the teacher should take into account is both the accuracy and autonomy of the linguistic system, and the intentionality of the speaker and their set of socio-cultural experiences, the dialectic between the rigidity of the rules vs. the freedom of the speakers which is the tenet of Linguistics (Berruto, 2015).

**The student will never know they have made a mistake/error until the teacher points it out to them**

WHETHER

Taking for granted that we do not live in a perfect world and that in any learning activity - from chess to skating, from embroidery to the study of Mathematics, etc...- errors and mistakes will always be made because they are part of the process of any lifelong learning and also because even without them one cannot understand IF any progress is being made, as a consequence a further element to consider is WHETHER the learners want to be corrected or not. There are students who want to be corrected, always, everywhere and for this reason it is useful to remind them that "both a 'participation causes proficiency, and a 'proficiency' causes participation" (Ellis) but this kind of 'attention hog'/anxious student, who always keep their hand raised to answer the teacher's questions, who tries to quibble because of their fear of not having understood and asks for further explanations, risks monopolising the attention on themselves and boring the school mates if the teacher does not intervene in time. Or there are also learners who do not want to be corrected in front of the whole class, if they have not yet become familiar with the subject itself, nor with the teacher, nor with the classmates From this perspective among linguists we find Krashen (2002) who inserts concepts taken from psychology such as: the influence of stress, the affective filter, attitude, motivation, self-esteem, acquisition (therefore unconscious) and learning (conscious), and develops the idea that error correction is aimed at attaining conscious knowledge of a second language. All these elements mean that for the first time interest shifts from teacher and learners to teaching and learning.

WHAT/WHICH to correct

Identifying the language level an error belongs to is very important because it allows the teacher to understand how to intervene didactically to eliminate the error itself and to ask when to correct students' mistakes is closely related to WHICH mistakes to correct. Many teachers believe

that in correction activity some errors take priority over others, for example errors that actually prevent communication or errors that have stigmatising effects on the reader or listener. These errors are due to Competence and they are quite serious because they are systematic and show poor linguistic competence. Conversely there are minor errors, called mistakes or lapsus, the ones that students frequently make and that Linguistics refers to as related to Performance when they are due to haste or distraction hence easily corrected, therefore they are asystematic. Then another great contribution about this process comes in the '70s from Selinker and the concept of Interlingua, with his psycholinguistic theory of Second Language Learning to end up in the 1990s with Carl James who classifies errors based on their causes. He divides them into 4 categories: 1. Interlingual errors, due to the interference of the student's mother tongue or what is called their linguistic background 2. Intralingual errors: errors caused by the same Target Language (e.g. the error made by students when applying the rules of target language in the wrong way, exploiting redundancy, or false analogy, or hypercorrection ...) 3. Errors based on communication strategy: errors related to approximation, for example 'calque', or a near synonym, or circumlocution 4. Induced errors: errors due to the process itself of teaching-learning (e.g. when a student is misled by the teacher's words, by pedagogical priorities, or by the material/coursebook used ...), hence now it is the teacher themselves who comes into play in the mistakes made by the student, so the old image of the *ex cathedra* teacher, seen as the only source of information, disappears once for all.

#### WHEN to correct

When to correct students' errors? This problem is complex and still very controversial, because it involves other questions, such as what is the right 'timing' to be corrected? or at what 'distance' from the error can it be corrected? And again: during which activities can you intervene? Today Psycholinguistics studies seem to converge on the correction quite after an error (proximity to an error), almost immediately, especially during the activities that 'focus on form'. Actually "Learners benefit most from concentrated simple recasts (of one or two elements) of aspects of language for which they are developmentally ready to benefit from instruction" as Doughty (2003) claims. The correction adjacent to the error, within the scope of communication, would in fact be useful since it would solicit 'noticing', that is the subjective correlative of attention,

precisely when the attention is concentrated on a given form of the target language - for example in the case of a grammatical error - otherwise, if the correction of the error is postponed the student easily forgets. And similarly, if the error were phonetic, lexical, or morphological, the correction just after that appears to have the same effectiveness. In any case the teacher should not be intrusive at all in communicative activities, especially if their work concerns form. In fact, it is true that being constantly corrected is demotivating for the student

#### HOW to correct

How should errors be corrected? It can be started by saying that the teacher must always maintain a polite and respectful tone of voice and not assume a threatening or haughty attitude towards the students. The teacher should first guide the learner to self-correction as it is the best way for him/her to memorise: initially by asking him to make a choice between what he/she has said and the alternative answer given to him. Or else, the teacher could repeat in a questioning tone what the student has just said, thus signalling that something is wrong. Another option could be to repeat what the learner has said but stopping him/her before the error so that by doing it this way they understand that the next word is wrong. Only if the student is unable to self-correct and even their classmates are unable to help, only then and as a last resort can the teacher intervene with feedback on how to correct, or intervene with the 'recast', that is repeating correctly what has been said incorrectly by the student. In case the error is related to form, the teacher can also add a short grammar explanation. When students are beginners many errors are expected so it is better to be tolerant and correct only the most serious ones. Only as the students progress in learning will the teacher correct the minor errors as well. And if errors are made during an activity in which the student is focused on meaning and there is no self-correction the teacher should not necessarily interrupt so that even the morphosyntactic errors are tolerated and seen as a consequence of the development of the learner's communication skills. In this case the errors will be noted and both teacher and student will work on them later, perhaps through a new task based on the noted errors.

Peer Correction: this type of correction occurs among students who are encouraged to help a classmate in need. What matters is that the help is offered in a cooperative and non-competitive way, and that the teacher monitors that all students, and not the usual ones, take part in the activity.



Teacher Correction: the teacher intervenes in the manner described above, always keeping in mind that the purpose of error correction is to help students learn the target language.

WHO corrects? Who to correct?

About mistakes, we can say that the student himself is able to self-correct, but if we consider errors this ability does not always exist. First of all, it must be taken into account that the purpose of learning and teaching a foreign language aims at the students' achievement of linguistic competence, therefore the teacher must consider at least a couple of elements: the affective factors of learners and the effectiveness of error correction. For this reason it is assumed that in some cases there is the need for the teacher's intervention and conversely some mistakes are left out, while errors that can lead to ensuring that the mechanism of fossilisation has the upper hand must be taken into consideration. Actually the risk is that the mechanism that is believed to exist in the learner's latent psychological structure during the formation of the interlanguage is implemented. At this stage it is difficult to cope with these errors, not to say that sometimes they are no longer corrected and precisely, they become fossilised, they become embedded in the learner's exposition. Furthermore, the teacher also needs to keep up-to-date with the theories in the field of error analysis so as to be able to employ flexible strategies to facilitate foreign language learning. But if the teacher pays too much attention to form rather than communication, students will end up making no errors at the expense of their speech fluency. Moreover, if the emphasis is on form, language proficiency is not favoured but, in some cases, avoidance strategy can even be favoured, not only by the students who are shy but also by those who are afraid of making errors, let alone the ones who, for many reasons, have not been able to understand a certain structure and therefore do not know how to apply it to convey their message. This is why they preferably tend to avoid using it, let alone speaking. Similarly, correcting every single error also risks being a counterproductive activity for the student, so a good teacher must always try to create a supportive school environment in which students feel confident that they can freely express their ideas, opinions and feelings, without the threat or embarrassment when their errors/mistakes in writing or speaking are corrected. In this case, during an oral activity, another student can be called for help, or in the written activities students can also share their works, but only if the teacher has

been able to create that classroom environment in which there is no fear of judgement.

### **A few of the most frequent errors made by Russian speaking students**

This paper takes into consideration a few of the most frequent errors made by Russian speaking students who want to learn Italian and it aims at reflecting on some peculiar structures that Russian learners find difficult to learn and master. The teaching method applied is the communicative one, that is based on the centrality of the student and that decentralises the teacher. Now errors become relevant because the teacher is really a spontaneous and natural input provider of the target language.

The students are sitting in a circle and the teacher stays out of it. The aim of the student is to get to understand the grammar rule in an inductive way so, listening to the teacher formulate simple sentences or speak more discursively - depending on the level of the students' competence - they are called to emulate the structures used by the teacher on the basis of what they have deduced from the input. Moreover, thanks to a group collaboration on what the most competent students in the class have heard or elicited, they help the weakest in applying the rule, trying to explain its structure. Therefore, initially only through work in pairs or small groups of three people, they are invited to do the exercises and discuss what is proposed by the teacher.

### **Materials and methods**

A sample of 48 students, aged from 19 to 47 and from level A1, A2 to B1 according to the Common European Framework. The level of education of the learners, all adults, is quite high, it varies between undergraduate and graduate students

In detail students are divided into 6 classes, namely 8 are in level A1 class, 23 in A2 divided into 3 classes and 17 in B1 divided into 2 classes.

The materials used are original and authentic and vary between texts and games based on materials such as newspaper articles, extracts from spontaneous conversations, advertising brochures, photographs, cards etc... in the form of oral drill pattern exercises based on written input such as sentences to be reconstructed, flash cards, board games, etc...

The exercises assigned are never proposed in the form of a test but simply presented as activities to be done in class with the collaboration of the other students as the purpose of the communication method and of

the activities themselves is to always keep the learners speaking in Italian and only listening Italian from their teacher, broaden the area of knowledge of the individual students thanks to the cooperation and the contributes of others, instead of focusing on what the student does not know. Consequently, no less important is to keep the student in a relaxed and serene environment, free from any sense of competition or inadequacy due to their cultural background on the subject. Therefore, the work is never proposed in the form of tests aimed at evaluating the student's performance but only of playful activities in groups or in pairs, which aim to overcome the fear of expressing themselves and making mistakes while talking in a foreign language.

I) Topic: Verbo "piacere" (verb "to like")

a) Level A1

Material: table with a list of elements based on 4 examples in the present tense (uttered first by the teacher)

Task: oral interview with the partner

Aim: Students learn to express their likings or dislikings in the present tense

Examples from the teacher: Ti piace la pizza? Ti piacciono gli spaghetti? Ti piace fare sport? Sì, mi piace/piacciono.

The students:

-Il gelato?

-Il mare?

-I gatti?

-Studiare le lingue straniere?

b) Level A2:

Material: cloze exercise (guided)

Task: After listening to the teacher's examples, fill in the dialogue with the missing pronouns and the verb "Like" in the Present Perfect form. Then practise new dialogues with the partner, using 5 different Italian places/towns.

Aim: students learn to express their likings or dislikings in the past and the use of dative pronouns.

-Paolo, \_\_\_\_\_ piaciut \_\_\_ la Sicilia?

-Sì, \_\_\_\_\_ piaciut \_\_\_ moltissimo.

-Allora, come è stata la sua vacanza in Sardegna, signora Rossi?

-Molto bella, molto rilassante io e mio marito non abbiamo fatto niente per una settimana. Ci siamo solo riposati.

-Bello! e \_\_\_\_\_ piaciut\_\_\_ passare il tempo tutto il giorno sulla spiaggia?

-Certo!

Correct answer: Paolo, **ti** è piaciuta...

Si **mi** è piaciuta

Bello! e **vi** è piaciuto...

c) Level B1:

Material: pictures/flashcards with places, jobs, people...

Task: tell your partner about your or someone else's wishes following the teacher's instructions.

Aim: Students learn to express and ask about wishes in the Conditional Tense of the verb "piacere" plus dative pronouns

(A Luca - piacere) essere un architetto da grande.

(A noi - piacere) andare in vacanza per un mese.

(A me - piacere) vincere un milione alla lotteria.

Correct answer: **Gli piacerebbe...**

**Ci piacerebbe**

**Mi piacerebbe**

II) Topic: Verbo "essere" (verb "to be")

Livello A1

Material: flashcards or magazine snippets (name, nationality, job, social status...).

Task: introduction of themselves, then a friend or a colleague, a famous character through oral production where all the information must be expressed using the verb 'to be' ("verbo essere").

Aim: Students learn to introduce themselves and others.

Correct answer: **Sono** (Name), **sono di** (origin/nationality), **sono un/una** (job), **sono** (social status) when they introduce themselves.

**Lui/Lei** è (Name), **è di** (origin/nationality), **è un/una** (job), **è** (social status) when they introduce a friend/colleague...

**Loro sono** (Names), **sono di** (origin/nationality), **sono** (job), **sono** (social status) when they introduce two or more persons.

**Results**

(the underlined words are the students' errors)

I) Verbo "piacere"

Student 1: "Ti piace il gelato?"

Student 2: "Sì, io piacio il gelato. E tu?"

Student 1: "No, no. Ancora. Ti piace il gelato?"

Student 2: “Sì, io piaccio. E tu?”

Teacher: “**Ti** (stressing the pronoun) **piace** (stressing the verb) il gelato? Sì...” (points fingers at themselves)

Student 3: “Tu si piace i gatti?”

Student 4: “No, no. I gatti. Plurale.”

Student 3: “Sì, plurale. I gatti.”

Teacher: “Sì, i gatti. Plurale. E il verbo “piacere” al plurale?”

(confirming the supposition of the plural word “i gatti”. Asking for the plural form of the verb “piacere” to give Student 3 a hint).

Taking into consideration the verb 'Like/Piacere' an example of an Interlingual Error is the use of this verb as if it were reflexive: instead of saying "mi, o a me, piace il gelato", that is, instead of using the dative pronoun 'mi / ti' and then the verb 'piacere' conjugated according to the subject which is the object of interest of the speaker, many say "Io si piace il gelato". Or else, still with the verb 'Piacere', an example of Intralingual Error is represented by the sentence "Io piaccio il gelato" as a redundant loan from the English expression 'I like', now cleared everywhere, regardless of the students' competence of the English language or not. And again, an error related to communication / approximation occurs when students generalise the sentence to the plural when saying "Io si piace i gatti".

The class of Level A1 students do not question the verb (whether reflexive or not) but 5 out of 8 struggle to distinguish the moment of the singular from that of the plural one. 1 out of 8 students will insist on proposing a calque from English with "io piaccio". Only 2 students immediately understand the logic of the structure which is very similar to that applied when speaking the Russian language.

Among the 23 students of A2 level, divided into 3 classes, 15 students give explanations on the basis of their mother tongue but they are partly wrong. 3 students still do not understand the logic of the structure and only 5 understand how to perform the exercise.

Level B1 6 students, out of 17 divided into two classes, cannot think of the verb "piacere" conjugated in the conditional tense unless conjugated as, for example, "io piacerei" repeating a bit the typical error of those who study level A1 (io piaccio/io piacerei). Another 8 students tend to conjugate the verb as if it were a reflexive but in the Conditional tense “noi ci piaceremmo” (which is “we would like each other”), while the remaining 3 students, on the other hand, express themselves

correctly.

II) Verbo “essere” “to be”

Student 1: “Mi chiamo (name). Io... ingegnere, abito a Mosca”.

Teacher: “Bene. Ma, verbo “essere”. Com’è? Io...” (guides the student to use “essere” before the job).

Student 1: “Sì, mi chiamo (name). Io sono ingegnere, io sono abito vicino alla scuola.”

Teacher: “Bene, “io sono ingegnere”! Ma perché “sono abito”?

Verbo...?” (gives another hint, to correct Student 1).

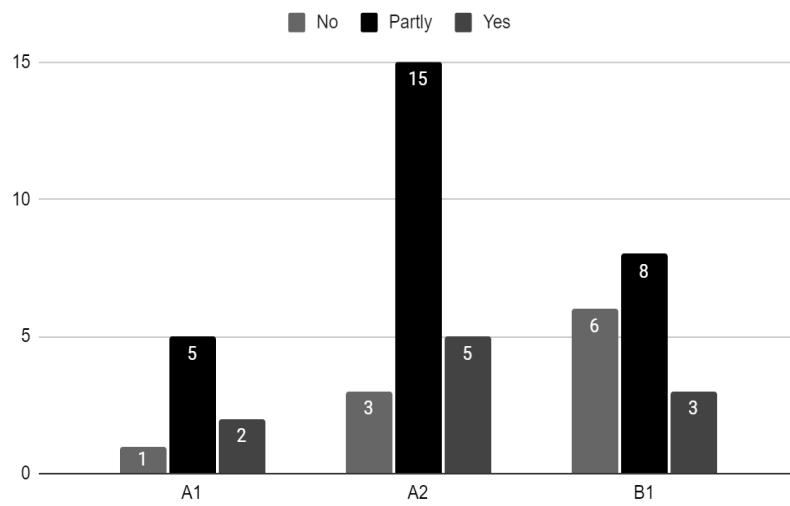
During free oral productions of a personal type or descriptions of pictures, the influence of the students’ mother tongue plays an important part in the construction of the sentences because as we can see in the histogram below, 4 students out of 8 spontaneously tend to not use the verb “to be”, making a calque from the Russian "I engineer". Aware that the verb 'essere' (to be) in Russian is not used as much as in Italian, quite often the student says "Io ingegnere" due to the influence of their mother tongue. However, the hyper-corrections or the lack of full awareness of the conjugation of the verbs as well as the influence of English lead these 4 A1 level students to insert the verb "to be" even where it is not necessary ("I am live near the school", "I am work in a shop"). The remaining 4 have no problems with the use of the verb to be both in copula sentences and in those where it is not necessary to use it. This type of error is no longer seen in higher language levels.

Another frequently made error consists in inserting the verb 'essere' in any other conjugated verb: "Io sono abito vicino alla scuola" ("I am live near the school"), "Io sono lavoro in un negozio" "I am work in a shop", as hyper-correction.

### **Discussion**

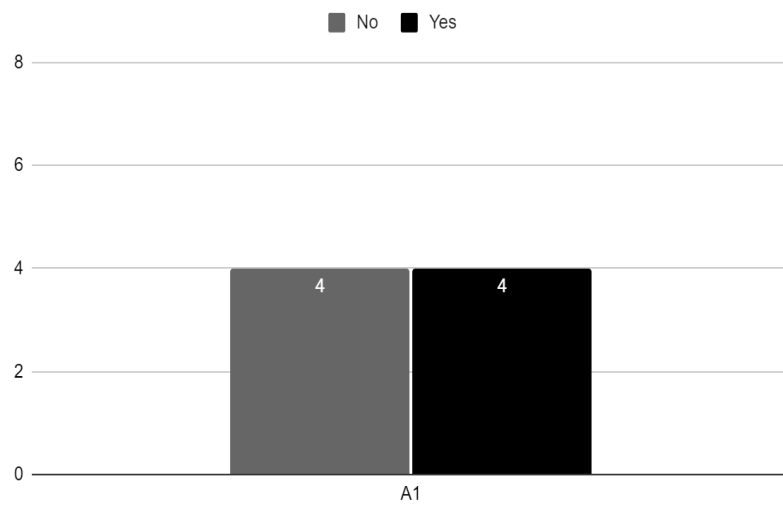
First of all, correction takes place whenever the student starts having doubts and starts modifying the way they express themselves during the exercise presented or when the teacher notices that, after a certain period of time which should have been useful for consolidating the topic, this instead is still unclear or they have not yet soaked that in. As for the 5 WH questions WHETHER, WHICH, WHEN, HOW and WHO the teacher tries to provide a correction that always maintains the centrality of the student and their learning with activities mainly centred on orality.

### Piacere



*Graph 1.*

### Essere



*Graph 2.*

1) WHETHER to correct: Considering the fact that the student must feel free to express himself without the fear of making mistakes, the correction of a mistake/error takes place only and exclusively if the teacher deems it necessary to do so or not. For example, if they are done with the task and now are controlling their answers about an exercise based on verbs in a strategy of teacher-students partnership in an inclusive way, the correction of the pronunciation of a word is secondary to the correction of the elements covered by the task. As of the verb “like” mentioned above, if the student who has conjugated the verb well but has pronounced //MontaNia// instead of the /n/ sound this is not considered by the teacher, but other students can ask for confirmation in pronunciation, although knowing, it is irrelevant at the time being. However, the student who has not read aloud properly is still gratified by the positive feedback of the teacher and they can independently focus on pronunciation.

2) WHICH errors: The first and most relevant errors are the grammar and morphosyntactic ones. Despite the small sample of students’ activities in this paper and accounting for the type of errors committed it can be assumed that Russian-speaking learners make errors that can be grouped into the same (above said) categories as James’ ones, that is when the students say “io... ingegnere” they show Interlingual difficulties, following the influence of L1. What’s more, when they say “Paolo, si piace i gatti” their difficulty is Intralingual, as well as when they express their sweet tooth for ice cream they use a calque from English by saying “io piaccio il gelato”, thus showing Difficulties related to Communication/Approximation strategies and sometimes they may also find difficulties involuntarily induced by the teacher herself (sic!).

The conjugation of this verb, in tenses that go beyond the Present tense, very often leads to a formulation error, eg. “Luca si piacerebbe essere un architetto da grande” because initially some students do not think analytically that the application of the structure is just like in Russian, that is, the structure remains the same, only the tense changes.

It is also worth considering the learners’ knowledge of reflexive verbs when talking about the verb “piacere” in Italian, because it is often misguided as a reflexive one, due to the influence of the Russian language that mixes a dative pronoun and a reflexive verb in the meantime to express the same concept. Reflexive verbs exist in Russian



and they are applied like in Italian, but even in this case some students do not pick up immediately the similarity in choosing the verb as they would do in their mother tongue.

It is quite singular that most of the students are not able to grasp the logic behind the verb “piacere” because it shows many similarities with Russian (a dative pronoun reflecting the action and a subject) and the verb, which is not reflexive, differently from Russian. It only takes time, but not for everyone. Especially for beginners.

3) HOW to correct: The correction is mainly based on peer cooperation. With the use of the blackboard and one or more input sentences depending on the case the teacher invites the group to think about them.

Before correcting something and giving, eventually, the proper answer the teacher repeats what the student has just said stressing the error and looking at the student so that they try to correct themselves, or pouting or pointing fingers, as shown before with the verb “piacere” (see: Results) In case of a major error, for example a structural one, the teacher invites a student, usually the most outgoing, to go to the blackboard and invites them to use the blackboard and exploit their own skills to give an explanation at first in Italian. Only later the teacher invites the student to explain in Russian the grammar rule or any similarities or differences in their mother tongue. By doing that even the weak student can partly understand what they were expected to do. In the bar chart, as we can see, the number of students that do not understand is outnumbered by the ones who partly understand thanks to peer tutoring. Furthermore, what is essential to say is that phatic signs of understanding and encouragement to continue (e.g. yes, all right, bravo, expressed in the plural to encourage students to an inclusive job!) are systematically accompanied by corrective reformulations of the sentences produced by the learner. That is because the more indirect the feedback signals addressed to the learners, focused on the (lack of) communication success rather than on the (in)appropriateness of the form, the more uncertainty there can be about whether the errors emerge as such in the learner's consciousness. The students' behavior shows their degree of awareness of the mistakes they make (Andorno, 2018). We know that phatic language can also be non-verbal and Italian teachers are fully aware of the power of non-verbal communication as well as body language which can be both complementary to spoken language. Using hands and fingers, winking,

smiling, pouting, nodding, crossing arms, bending, leaning, mimicking....the teacher eases the students' understanding. What's more, the fact that in Communicative teaching the teacher just stands means that is free to move. Were the teacher made to sit on an armchair so that their back remains free to move, not sinking backwards, the gestural excursus reaches the hands starting from the torso and expanding along the arms. Besides, the standing position favours the teacher's proxemics in the classroom, approaching or distancing from the students. It is also correct "to underline how, with regard to linguistic analysis, in many cases of ambivalence of interpretation, it is precisely the gesture that can help to disambiguate linguistic information and contribute to its more accurate identification" (Cantalini, 2021) provided that there is congruence between verbal and non-verbal communication.

4) WHEN to correct: Given that the communicative approach/method considers the teacher only a source of input, i.e. the provider of the communication flow and not the central element on which communication depends, correction only arrives at the end of any activity, without interrupting the students so that they have time to correct and/or self-correct without the weight of the teacher's judgement. Obviously, this means that the student does not give monologues but speaks for a more or less short period, hence timing is short, it may be within some seconds or minutes, depending on the activity. In communicative teaching in case of written activities students swap what they have written to work cooperatively, according to peer-tutoring, so that correction usually takes place once they have finished checking their classmates' work. Then each student reads aloud their text and only if an error is frequently made the teacher intervenes because if the correction is not timely and effective, the student can bring forward gaps or forms that crystallise, they fossilise over time and because of which it is more difficult for them to progress.

5) WHO to correct: it is interesting to note that it is the most extroverted student or most confident in speaking the language who puts their hand up and asks the teacher to explain to the classmates the linguistic logic of the exercise when some students have difficulties. On the other hand it has often happened to find some students who are introverted or embarrassed from the shame of being singled out because they felt uncomfortable when corrected, especially adults at their first lessons, as some of them were very shy. Or else, other learners are

annoyed because they have a managerial social position at work, so they are not used to being asked to rephrase what they have just said. Also, there are others who have such high self-esteem that are hit after the 'recast' of the teacher, etc... In some cases there are even students who refuse to be corrected by their classmates and openly prefer the teacher. Paradoxically, there are also students who love "to be corrected not only during form-focused activities, but also when conversing with native speakers" (Ellis 1994). It can also be said that sometimes it is preferable, if not necessary, not to intervene at all because the student over time or simply thanks to the help of others will arrive at the correct reformulation of what they want to express. Besides, allowing the student at the blackboard, to keep on practicing the language, strengthens not only the student's competence but also their self-esteem. It goes without saying that it's the teacher who has the main role in error correction also in communicative teaching because if it is paid too much attention to form rather than communication, students will end up making no errors at the expense of their speech fluency. Then a sensitive and flexible teacher is able to understand when one or more students can intervene in front of their classmates.

### **Conclusion**

When students are encouraged to explore the foreign language they are studying, it goes without saying that they inevitably make errors and if the teacher exploits them they can guide the learners in self-correction or decide if it is necessary to carry on with further work. In this paper, the question WHY errors should be corrected is missing but, since errors are part of learning activity, it is therefore necessary to rectify them in order to prevent students from learning wrong forms and their not correcting them anymore. Taking up Krashen (1981) "Error correction has little or no effect on subconscious acquisition, but is thought to be useful for conscious learning". However, there is only one thing that the teacher should never do: work instead of the students since, by doing so, there will be no learning. It follows that making errors is human and those who teach a foreign language must always bear in mind the universal aspect of the language. As further proof of this fact not only in Linguistics, Glottology, Glottodidactics, Didactics, Psycholinguistics... errors and mistakes play an important role... but also in aphorisms or in the most learned quotations, as well as popular wisdom, in proverbs, etc ... the verb 'to err' or the noun 'mistake' are often used - albeit with the

same meaning - and above all their importance, or rather their potential, is highlighted as we can read in some of them below:

- Those who are never wrong miss many opportunities to learn something (M. Pickford)
- He who has never been wrong has never done anything (Napoleon)
- Whoever avoids error eludes life. (C. G. Jung)
- Mistakes are necessary, as useful as bread and often also beautiful: for example, the leaning tower of Pisa (G. Rodari)
- Experience is called the sum of all our mistakes (Th. A. Edison)
- If you close the door to all errors, even the truth will remain outside (R. Tagore) .... to name but a few.

To come to a close we can quote also M.V. Lomonosov who says that *mistakes are not very worth noting: giving something better is what befits a worthy person.* (“Ошибки замечать немногого стоит: дать нечто лучшее – вот что приличествует достойному человеку.”)

#### Литература

1. Andorno C. Adesso ti spiego che errore hai fatto: identificare, descrivere e spiegare gli errori per l'intervento didattico from Il trattamento dell'errore nella classe di italiano L2: teorie e pratiche a confronto, Franco Cesati editore. – 2018. – Режим доступа: [https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il\\_trattamento\\_dellerrore\\_0.pdf](https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il_trattamento_dellerrore_0.pdf) (Дата обращения 05/12/2022)
2. Balboni P. Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse. Utet, 2002.
3. Balboni P. Dizionario di Glottodidattica. – Giunta Soleil, 1999.
4. Berruto G. Le regole in Linguistica da La Grammatica e l'errore. Le lingue naturali tra regole, loro violazioni ed eccezioni. – Bononia University Press. – 2015. – Режим доступа: [https://www.academia.edu/37836915/Regole\\_Berruto\\_PDF\\_edit\\_pdf](https://www.academia.edu/37836915/Regole_Berruto_PDF_edit_pdf) (Дата обращения 07/12/2022)
5. Cantalini G. Corpus multimodale annotato per lo studio della gestualità co-verbale nel «parlato-parlato» e nel «parlato-recitato» from Corpora e Studi Linguistici. Atti del LIV Congresso della Società di Linguistica Italiana (Online, 8-10 settembre 2021). –

- (2022). – Milano, Officinaventuno. – Режим доступа: [https://www.societadilinguisticaitaliana.net/wp-content/uploads/2022/11/008\\_Cantalini\\_Atti\\_LIV\\_Congresso\\_SLI.pdf](https://www.societadilinguisticaitaliana.net/wp-content/uploads/2022/11/008_Cantalini_Atti_LIV_Congresso_SLI.pdf) (Дата обращения: 05/12/2022)
6. Chomsky N. Aspects of the Theory of Syntax. – MIT Press, 1964.
  7. Corder P. The Significance of Learner's Errors // International Review of Applied Linguistics. – Vol.5. – Nov., 1967. – Режим доступа: <https://eric.ed.gov/> (Дата обращения: 16/06/2022)
  8. Doughty C. Instructed SLA: Constraints, Compensation, and Enhancement, from The Handbook of Second Language Acquisition, Blackwell Publishing Ltd. – 2003. – Режим доступа: [https://vulms.vu.edu.pk/Courses/ENG504/Downloads/%5B%5D\\_The\\_Handbook\\_of\\_Second\\_Language\\_Acquisition\(BookZZ.org\).pdf](https://vulms.vu.edu.pk/Courses/ENG504/Downloads/%5B%5D_The_Handbook_of_Second_Language_Acquisition(BookZZ.org).pdf) (Дата обращения: 19/06/2022)
  9. Dulay H., Burt M., Krashen S. Language two. – O.U.P., 1982.
  10. Ellis R. The study of Second Language Acquisition. – O.U.P., 1994.
  11. Ellis R. Second Language Acquisition. – O.U.P., 2003.
  12. Freeman D.L. Anderson M. Techniques and Principles in Language Learning. – Oxford, 2011.
  13. Grassi R. Trattare il trattamento dell'errore: i come, quando e perché della correzione orale. from: Il trattamento dell'errore nella classe di italiano L2: teorie e pratiche a confronto p.10, collana CIS2, Franco Cesati editore. – 2018. – Режим доступа: [https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il\\_trattamento\\_dellerrore\\_0.pdf](https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il_trattamento_dellerrore_0.pdf) (Дата обращения: 06/12/2022)
  14. Hendrickson J.M., Error Correction in Foreign Language Teaching: Recent Theory, Research, and Practice // The Modern Language Journal. – Dec., 1978. – Vol. 62. – No. 8. – Pp. 387-398.
  15. James C. Errors in language learning and use: Exploring Error Analysis. – Routledge, 2013.
  16. Krashen S. Principles and Practice in Second Language Acquisition. – Pergamon Press Inc., 1981.
  17. Krashen S. Second Language acquisition and Language Learning, Internet ed. – 2002. – Retrieved from: [http://www.sdkrashen.com/content/books/sl\\_acquisition\\_and\\_learning.pdf](http://www.sdkrashen.com/content/books/sl_acquisition_and_learning.pdf) (Дата обращения: 25/07/2022)
  18. Larson-Freeman D., Anderson M. Techniques and Principles in Language Learning. – Oxford, 2011.

19. Schmidt R. Attention, Awareness, and Individual Differences in Language Learning // Chan W. M., Chi S., Cin K. N., Istanto J., Nagami M., Sew J. W., Suthiwan T., Walker I. Proceedings of CLaSIC 2010. – 2010. – Singapore, December 2-4 (pp. 721-737). – Singapore: National University of Singapore, Centre for Language Studies. – Режим доступа: <https://nflrc.hawaii.edu/> (Дата обращения: 21/06/2022)
20. Selinker L. Interlanguage from International Review of Applied Linguistics in Language teaching. – 1972. – Vol. 10.3. – Режим доступа: [https://www.academia.edu/21533333/Selinker\\_Interlanguage](https://www.academia.edu/21533333/Selinker_Interlanguage) (Дата обращения: 20/06/2022)
21. Truscott J. The Case Against Grammar Correction in L2 Writing Classes // Language Learning. – 1996. Vol.46. – Pp. 327-369.

#### References

- Andorno, C. (2018). *Adesso ti spiego che errore hai fatto: identificare, descrivere e spiegare gli errori per l'intervento didattico* from *Il trattamento dell'errore nella classe di italiano L2: teorie e pratiche a confronto*, Franco Cesati editore Retrieved from: [https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il\\_trattamento\\_dellerrore\\_0.pdf](https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il_trattamento_dellerrore_0.pdf) (Accessed: 05/12/2022)
- Balboni, P. (2002). *Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse*, Utet.
- Balboni, P. (1999). *Dizionario di Glottodidattica*, Giunta Soleil.
- Berruto, G. (2015). *Le regole in Linguistica da La Grammatica e l'errore. Le lingue naturali tra regole, loro violazioni ed eccezioni*, Bononia University Press. Retrieved from: [https://www.academia.edu/37836915/Regole\\_Berruto\\_PDF\\_edit\\_pdf](https://www.academia.edu/37836915/Regole_Berruto_PDF_edit_pdf) (Accessed 07/12/2022)
- Cantalini, G. (2022). *Corpus multimodale annotato per lo studio della gestualità co-verbale nel «parlato-parlato» e nel «parlato-recitato»* from *Corpora e Studi Linguistici. Atti del LIV Congresso della Società di Linguistica Italiana (Online, 8-10 settembre 2021)*, Milano, Officinaventuno. Retrieved from: [https://www.societadilinguisticaitaliana.net/wp-content/uploads/2022/11/008\\_Cantalini\\_Atti\\_LIV\\_Congresso\\_SLI.pdf](https://www.societadilinguisticaitaliana.net/wp-content/uploads/2022/11/008_Cantalini_Atti_LIV_Congresso_SLI.pdf) (Accessed: 05/12/2022)

- Chomsky, N. (1964). *Aspects of the Theory of Syntax*, MIT Press.
- Corder, P. (Nov., 1967). *The Significance of Learner's Errors*, *International Review of Applied Linguistics*. Vol.5. Retrieved from: <https://eric.ed.gov/> (Accessed: 16/06/2022)
- Doughty, C. (2003). *Instructed SLA: Constraints, Compensation, and Enhancement*, from *The Handbook of Second Language Acquisition*, Blackwell Publishing Ltd. Retrieved from: [https://vulms.vu.edu.pk/Courses/ENG504/Downloads/%5B%5D\\_The\\_Handbook\\_of\\_Second\\_Language\\_Acquisition\(BookZZ.org\).pdf](https://vulms.vu.edu.pk/Courses/ENG504/Downloads/%5B%5D_The_Handbook_of_Second_Language_Acquisition(BookZZ.org).pdf) (Accessed: 19/06/2022)
- Dulay, H. Burt, M., & Krashen, S. (1982). *Language two*, O.U.P.
- Ellis, R. (1994). *The study of Second Language Acquisition*. O.U.P.
- Ellis, R. (2003). *Second Language Acquisition*, O.U.P.
- Freeman, D.L. & Anderson, M. (2011). *Techniques and Principles in Language Learning*. Oxford.
- Grassi, R. (2018). Trattare il trattamento dell'errore: i come, quando e perché della correzione orale [Dealing with error treatment: the hows, whens and whys of oral correction.]. In Franco Cesati (Ed.) *Il trattamento dell'errore nella classe di italiano L2: teorie e pratiche a confronto*. Vol. CIS2, (p.10). Retrieved from: [https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il\\_trattamento\\_dellerrore\\_0.pdf](https://ccl.unibg.it/sites/cen02/files/il_trattamento_dellerrore_0.pdf) (Accessed: 06/12/2022)
- Hendrickson J.M. (Dec., 1978). Error Correction in Foreign Language Teaching: Recent Theory, Research, and Practice. *The Modern Language Journal*, 62, (8), 387-398.
- James, C. (2013). *Errors in language learning and use: Exploring Error Analysis*. Routledge.
- Krashen, S. (1981). *Principles and Practice in Second Language Acquisition*, Pergamon Press Inc.
- Krashen, S. (2002). *Second Language acquisition and Language Learning*, Internet ed. Retrieved from: [http://www.sdkrashen.com/content/books/sl\\_acquisition\\_and\\_learning.pdf](http://www.sdkrashen.com/content/books/sl_acquisition_and_learning.pdf) (Accessed: 25/07/2022)
- Larson-Freeman, D. & Anderson, M. (2011). *Techniques and Principles in Language Learning*, Oxford.
- Schmidt, R. (2010). *Attention, Awareness, and Individual Differences in Language Learning*. In Chan, W. M., Chi, S., Cin, K. N., Istanto, J., Nagami, M., Sew, J. W., Suthiwan, T. & Walker, I. (Eds.)

*Proceedings of CLaSIC 2010, Singapore, December 2-4* (pp. 721-737). Singapore: National University of Singapore, Centre for Language Studies. Retrieved from: <https://nflrc.hawaii.edu/> (Accessed: 21/06/2022)

Selinker, L. (1972). *Interlanguage. International Review of Applied Linguistics in Language teaching*, 10.3. Retrieved from: [https://www.academia.edu/21533333/Selinker\\_Interlanguage](https://www.academia.edu/21533333/Selinker_Interlanguage) (Accessed: 20/06/2022)

Truscott, J. (1996). The Case Against Grammar Correction in L2 Writing Classes. *Language Learning*, 46, 327-369.

**УДК 81.33**

**А.В. Радюк, М.В. Никогосян**  
**Российский университет дружбы народов**

**ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА  
ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ  
ЛАЙФСТАЙЛ-МЕДИА**

*Статья посвящена исследованию лексико-стилистических средств выразительности в английском языке на примере статей о боди-позитиве и их месту в активно формирующемся лайфстайл дискурсе.*

*Актуальность данного исследования обусловлена динамикой прагматического оформления речи в связи с текущими изменениями в отношении общества к явлениям, которые ранее относились к области личного и не подвергались подробному публичному освещению. При том, что средства выразительности довольно часто являются объектом исследования в стилистике и литературоведении, назрела необходимость систематизации в англоязычном медиа дискурсе в связи с распространением идей устойчивого развития, толерантности, экологичности. Специалисты в области массовых коммуникаций справедливо отмечают, что изучение того, как данные принципы продвигаются в медиадискурсе, могло бы внести существенный вклад в дискурсивные исследования.*

*В качестве материала для исследования были выбраны статьи о боди-позитиве из качественной прессы и журналов области*



*лайфстайл медиа. Выборка на представленную тему была подвергнута функциональному и стилистическому анализу, что позволило составить классификацию основных коммуникативных целей, с которыми применяются различные лексико-стилистические средства.*

*Теоретическая значимость заключается в том, что работа восполняет пробел в систематическом описании коммуникативного репертуара участников медиа дискурса в области лайфстайл медиа и его прагматических свойств.*

*Авторы приходят к выводу о том, что использование лексико-стилистических средств обусловлено прагматическим потенциалом лайфстайл дискурса и сконцентрировано вокруг следующих функций: создание положительного образа боди-позитива, функция вуалирования отрицательных коннотаций, функция усиления прагматического воздействия (персуазивная), функция транслирования критического отношения к нетерпимости.*

*Ключевые слова: дискурс, медиа дискурс, боди-позитив, стилистика, лексикология, средства выразительности, выразительность, стилистические средства, лексические средства выразительности, стилистические средства выразительности*

**UDC 81.33**

**A.V. Radyuk, M.V. Nikogosyan  
RUDN University**

### **LEXICO-STYLISTIC EXPRESSIVE MEANS IN THE ENGLISH-LANGUAGE LIFESTYLE MEDIA DISCOURSE**

*The article is devoted to the study of lexico-stylistic expressive means in the English language based on body positivity articles and their place in the actively emerging lifestyle discourse.*

*The relevance of this research is due to the dynamics of the pragmatic speech formation in connection with current changes in society's attitude towards phenomena that previously belonged to the personal area and were not subjected to detailed public coverage. Despite the fact that expressive means are quite often the object of research in stylistics and*

*literary criticism, there is a necessity for systematization in the English-language media discourse in connection with the ideas spread of sustainable development, tolerance, and environmental friendliness. Specialists in the field of mass communications rightly point out that the study of how these principles are promoted in media discourse could make a significant contribution to discursive research.*

*Articles about body positivity from quality press and lifestyle media magazines were selected as a material under research. The selection on the presented topic was subjected to functional and stylistic analysis, which made it possible to classify the main communicative goals for which various lexico-stylistic means are used.*

*The theoretical significance lies in the fact that the work fills a gap in the systematic description of the communicative repertoire of participants in media discourse in the field of lifestyle media and its pragmatic properties.*

*The authors come to the conclusion that the use of lexical and stylistic means is due to the pragmatic potential of lifestyle discourse and is concentrated around the following functions: creating a positive image; veiling the connotation of the euphemised notions; intensifying the pragmatic impact of lifestyle discourse (persuasive); imposing a critical attitude to intolerance.*

*Keywords: discourse, media discourse, body positivity, stylistics, lexicology, expressive means, expressiveness, stylistic devices, lexical expressive means, stylistic expressive means*

### **Introduction**

Expressive verbal means have always been and an integral part of pragmatic colouring of speech. Each expressive means has its own function as well as every particular one can convey different functions according to the context. A variety of lexico-stylistic expressive means increases the pragmatic impact potential, as well as gives originality to text and speech.

The use of expressive means in articles about body positivity allows not only to attract the attention of a potential audience, but also to enhance the impact of the media text. Such forms of influence are actualized on a cognitive-pragmatic level of communication and among others are realized by various lexico-syntactic expressive means. They help to create a pragmatically intensive semantic space in the media

discourse and evoke certain feelings that affect the behavior of the recipient. All types of figurative use of words, phrases and phonemes are called expressive means of the language.

Media discourse has been an object of studies in the field of text linguistics, sociolinguistics, cognitive linguistics, functional stylistics and content analysis, critical discourse analysis (G.G. Pocheptsov, E.A. Kozhemyakin, T.G. Dobrosklonskaya, G.Ya. Solganik, N.A. Kuzmina, V.V. Krasnikh, M.L. Zheltukhina, N. Fairclough, D. Croteau, W. Hoynes, M. Montgomery, R. Fowler, A. Bell, A. O'Keeffe, D. Machin, T. van Leeuwen, R. Wodak). According to Gribovod, media discourse is a set of all processes and derivatives of speech activity in the field of mass media, including the issues of their coordination with all its complexities (Gribovod, 2013, p. 118).

Obviously, media discourse includes a wide variety of material on completely different topics. Body positivity articles were chosen as the material under research, since this topic is very relevant in the modern society, people pay a lot of attention to such a concept as tolerance. Diversity has become one of the major principles on social science, business, economy and international relations. It is admitted that a different worldview, lifestyle, behavior and customs should be communicated in public, press, on the Internet.

Body positivity stands for the right to feel comfortable in your own body in any appearance, to express yourself freely, and to accept the bodies of other people just the way they are. This concept advocates a positive perception of both one's body image and the acceptance of the bodies of others, regardless of physical ability, size, gender, race or appearance. Very often, body positivity is associated with being overweight, but in reality, it is much more than accepting yourself and others at any weight, this idea is very stereotypical. Body positivity is about taking care of physical as well as mental health, acceptance of something one cannot change, also it is about self-love and improvement.

Often articles on this topic are written in such a way as to change the reader's perception in a positive direction. Also, articles can call for the change of attitude, this is all achieved by using expressive means that enhance the emotional coloring of the text or, on the contrary, soften it.

The theoretical significance of this research is predetermined by the necessity to analyse the lexico-stylistic expressive means in body positivity articles and connected issues of linguistics, the theory of

expressive means and media discourse. Moreover, this research can expand the scientific understanding of the approach applied to analysis of expressive means as long as there are not so many works devoted to this problem.

The examples, which serve as an integral part of empirical body of the present research, were taken from famous newspapers, magazines and TV-channels such as VOGUE, The Guardian, ELLE, CNN, etc.

Lexico-stylistic expressive means play an important role in the language. They emotionally color the speech, enliven the language, transferring expressiveness, highlighting their most essential features. Also, they help in the formation of an emotional impression, convey the psychological atmosphere, mood, they express feelings, moods, and the inner state of a person towards the described issue.

The theoretical novelty is connected to the development of previous theme analysis by various scholars. Also, it is based on the choice of the material under research as long as the body positivity became a topical issue nowadays and it arouses discussion in the media space of lifestyle discourse.

The objective of the article is to analyze lexico-stylistic expressive means in media discourse and determine their influence on the text conveying different functions based on the body positivity articles.

The tasks of the article are:

- to study the speech impact of using lexico-syntactic expressive means in media discourse;
- to describe and analyse the main expressive means used in media discourse;
- to determine functions of expressive means and peculiarities of their use in media discourse.

The practical implication of this work is that the analysed material can be used in the preparation of methodological manuals on stylistics and lexicology. The research is determined to identify how widespread the use of lexico-stylistic expressive means in mass media discourse is.

#### **Materials and methods**

This research deals with articles about body positivity, which are part of the lifestyle media. Many people believe that this area is exclusively entertaining, but it also performs a sociocultural function that changes the perception and worldview of a person, this is also facilitated by expressive speech, the features of which are studied by stylistics.

As the material under research were chosen articles from CNN news, the Guardian, ELLE, VOGUE about body positivity.

The methods of research used in this work are:

- method of functional analysis;
- critical discourse analysis;
- contextual method;
- descriptive method.

The paper relies on theoretical studies outlined in the works of I. V. Arnold, I. R. Galperin, P. Stockwell, P. Spencer, L. Jeffries, N. Fairclough, R. Wodak, S. Meyer, T. van Dijk.

The following research was carried out in several steps:

1. to analyse relevant excerpts from magazines and newspapers;
3. to interpret and categorise data by method of functional analysis;
4. to draw conclusions basing on lexico-stylistic classification of expressive means.

#### **Theoretical basis**

Functional linguistics is an approach to language that considers the functionality of a language in order to better understand linguistic processes. The theory of functional linguistics suggests that language is a kind of tool, which means that its structures are best analyzed using the functions and tasks that they perform in a certain context.

Functional linguistics is a phenomenon in linguistics, where the fundamental properties of the language cannot be described and explained without the functions of the language. The main idea of functionalism is to explain the linguistic form by its functions.

According to the teleological principle (R. O. Jakobson, N. S. Trubetzkoy, S. O. Karcevskij), language as a purposeful sign system of means of expression is intended to perform certain functions, primarily communicative. This view led to the development of a functional approach in the description of various linguistic phenomena. Functional linguistics as a direction is based on the position that the language system and its components are subject to influence and, moreover, are formed under the influence of functional requirements (Malyuga & Aleksandrova, 2022). Thus, the task of functionalism is to explain the linguistic form through its function. The main drawback of functionalism lies in the fuzziness of the concept of “function” in general and “communicative function” in particular.

A functional approach to the analysis of speech activity allows to trace which speech means and what their ratio allows for more or less effective communication. In the process of developing this approach, the dynamic component gradually increased, which is based not only on the analysis of the specific functions of specific language means implemented in speech, but on the study of the versatile interaction of language units and their functions in the course of building the functional perspective of discourse. Revealing the characteristic properties of the functional space of discourse is impossible without revealing its structural, semantic, pragmatic components of speech in interaction with each other.

Discourse analysis is a set of analytical methods for interpreting various kinds of texts as products of people's speech activity carried out in specific socio-political circumstances and cultural and historical conditions. The purpose of discourse analysis is to identify the social context, to study the relationship between language and social processes. The interpretation of language as a discourse includes the attitude towards it as a form of social action, directly rooted in the social conditions of its implementation (Prokoshenkova, 2006).

Discourse analysis embraces a set of analytical methods for interpreting different styles of texts as products of speech activity carried out in specific circumstances and conditions. An Austrian linguist Ruth Wodak dedicated her research to discourse analysis and critical discourse analysis. Wodak states that critical discourse analysis aims to investigate critically social inequality as it is expressed, signalled, constituted, legitimized and so on in discourse (Wodak, 2009, p. 2).

The benefit of discourse analysis is that it refers to the study of texts, hidden meanings, context, interpretations, and reactions of the audience to these texts.

Media discourse is a set of processes of speech activity in the field of mass communication in all the richness and complexity of their interaction. It has been an object of studies in the field of linguistics and intercultural communication. Media discourse includes such areas as business discourse, political discourse, as well as lifestyle discourse (Vishnyakova & Polyakova, 2017).

In the last 8-10 years, lifestyle media has been gaining rapid popularity, which makes it relevant to turn to lifestyle media as an object of study. In addition to the growing popularity of the segment, there are

also specific transformations of the genres used by these media (Molodychenko, 2019).

The study of everyday discourse of the lifestyle segment is no less significant task than the traditional objects of discourse analysis, such as political discourse, due to the important sociocultural role. Lifestyle discourse is one of the driving forces of opinion formation (Gribach, Sibul & Kolosovskaya, 2019).

Lifestyle media includes topics such as the preparation and consumption of food and drink; fashion, style, personal care, home improvement, garden, interior and exterior, self-development, travel, shopping and body positivity (Molodychenko, 2019).

To achieve the expected communicative effect, lifestyle discourse implements such principles as diversified persuasion, unification and simplification of its language design. Rhetoric of lifestyle discourse is associated with social practices verbalized in the text (Malyuga & Madinyan, 2021). Stylistic characteristics of lifestyle discourse are characterized by simplicity, which is explained by the communicative purpose of the producer of the text to perform a didactic task: to regulate the lifestyle of the recipient (Ivanova, 2019).

Stylistic studies of media language do not lose their relevance in applied linguistics research. I.V. Arnold defined stylistics as a branch of linguistics that explores the principles and effect of the choice and use of lexical, grammatical, phonetic and linguistic means in general to convey thoughts and emotions in different communication conditions (Arnold, 2002, p. 10).

Language stylistics explores functional styles, as well as expressive, emotional and evaluative properties of various language means. Stylistics studies texts by considering how they convey content, not only following norms, but also on the basis of meaningful deviations from these norms.

Language is used differently depending on the in different situations, so the same thought can take on different forms depending on the style, situation, status of the interlocutors, their interpersonal relationships, their attitude to the topic of conversation and, of course, on their assessment of the conversation. All these pragmatic factors of the communicative situation are optional, respectively, all these factors do not appear all at once.

Very often people confuse two concepts such as stylistic devices and expressive means. It is important to know that expressive means and stylistic devices have a lot in common, but they are not completely synonymous. All stylistic devices belong to expressive means but not all expressive means are stylistic devices. The difference between the expressive means and stylistic devices is that expressive means are more predictable. Stylistic devices sometimes are difficult to understand and require a certain level of efforts to decode their meaning, sometimes it depends on the context and sometimes one needs some background knowledge, because they carry a greater amount of information which is not that obvious.

Under the expressive means of the language are meant such morphological, syntactic and word-forming forms of the language that serve to emotionally or logically reinforce speech. All stylistic devices belong to expressive means, but not all expressive means are stylistic devices.

I.R. Galperin divides expressive means and stylistic devices into 3 large groups: phonetic, lexical and syntactic (Galperin, 2014). In this article our attention is focused on lexical ones.

According to the classification of I.R. Galperin, lexical expressive means and stylistic devices are divided into three groups, interacting with the semantic nature of the word, but representing different criteria for choosing means and different semantic processes (Galperin, 2014).

Today there are many different classifications of stylistic devices. The issue of distinguishing between lexical expressive means and stylistic devices is relevant, since they function integratively as a result of synergy of their pragmatic effects and the effects of other speech levels.

#### **Study and results**

Fifty articles published in ELLE, VOGUE, CNN, the Guardian over the past few years were analysed, since it was during this period that the topic of body positivity began to gain immense popularity, and also became deeper in its content, but in this paper the most colourful examples and the most frequently used expressive means were mentioned.

The study lasted for six months, the releases of new articles on the topic under analysis were monitored, irrelevant empirical material was discarded.



All expressive means perform one or several functions, in the context of media discourse, an infinite number of functions can be distinguished in general. Narrowing down the selection within a specific topic (body positivity) allows to identify a number of functions.

The results of the study showed that mainly lifestyle discourse dwelling on body positivity topic directs its lexico-stylistic means to four basic functions:

1. creating a positive image;
2. veiling the connotation of the euphemised notions;
3. intensifying the pragmatic impact of lifestyle discourse (persuasive);
4. imposing a critical attitude to intolerance.

#### **Expressive means performing a positive image function**

Turning to a positive function, it must be said that in general, almost all means of expression are capable of performing this function, but after analyzing the articles, it was concluded that, specifically in lifestyle discourse, epithets are best able to cope with this role.

The following example is related to the upcoming fashion show of the popular brand of singer Rihanna, which is famous for its focus on supporting body positivity. This article is rich in epithets and shows their potential in realizing their function as expressive means. Using them, the author definitely sets the reader up for a positive assessment of the upcoming event and attitude towards the brand. Adjectives that are used as epithets have one thing in common, they are compound and even exclusive, since in ordinary speech you can hardly find such a combination of words, these epithets are also descriptive, since the author wants to fully show the brand and its owner, as well as to demonstrate its uniqueness and worldwide scope.

*“It’s an expect-the-unexpected kind of situation, and, luckily, we’re just days away from being gifted with another installation (CNN, November 9, 2022).”*

*“Anyone with a Prime membership can experience it just the way the artist-cum-icon intended it to be (CNN, November 9, 2022).”*

*“Watch and see who you spot in a super glam version of those look-and-find games you loved as a kid (CNN, November 9, 2022).”*

*“The brand’s made sure to bring that commitment into the real world, too, producing everything in an uber-wide range of sizes (CNN, November 9, 2022).”*

*“Notes provided ahead of time call it a “visual feast” tapping into “the hypnotic essence of nocturnal nature” (CNN, November 9, 2022).”*

Very often, epithet does not carry a heavy semantic load on the text, so this article was a rare example when epithet really created a mood while reading the article, and also emphasized the significance of the event. The epithets used in this article made the audience feel the atmosphere of the show, all its grandeur, the brand inclusivity, as well as the desire to visit the event.

Another example is an article about common stereotypes. Here is the woman who tells about her hobby – surfing – which supposes wearing bikinis. Of course, she had her insecurities. The epithet “bubbly” shows that she was not skinny, but it has a positive effect, as long as bubbly is usually associated with something cute.

*“I had a very peculiar funny little, you know, bubbly body (CNN, October 3, 2022)”*.

In essence, the epithet is an artistic use of adjectives, this is one of the simplest means of expression, but one should not deny the possibility of this device in creating any effect.

#### **Expressive means performing a connotation veiling function**

As for the veiling function, the examples are not very different, but there are certain words that appear in almost every article. In order to mitigate the effect and not offend anyone, such expressive means as a euphemism is used. In matters of tolerance, one cannot do without this device.

A lot of articles touch upon the problem of weight, so to be polite and considerate authors use such words as *curvy*, *plus-size* and others, these words have mitigatory effect, to prove that the examples are demonstrated below.

*“So Bonner, whose agency Bella Management has around 60 fuller-figured models on its books... (CNN, May 12, 2022)”*.

*“...securing catwalk spots for plus-sized women at Australian Fashion Week has always been difficult (CNN, May 12, 2022)”*.

*“There’s always been curvy surfer girls (CNN, October 3, 2022)”*.

In modern society, one can rarely meet someone who uses the word *fat*, words have come to replace them that give a somewhat positive, but rather a veiling effect, thus people’s insecurities are hidden behind euphemisms.

#### **Expressive means performing a persuasive function**

When it comes to the persuasive function, cliché, fixed expressions and personification perform this function best within the framework of lifestyle discourse.

The first example provides a cliché that has become a very popular phenomenon. While analysing articles the stereotype about perfect white people appeared everywhere, but the truth is that it is only a stereotype and nothing more. People encounter presuppositions concerning race when reading the articles and may be convinced that this is true, since in every second article that deals with a black woman who faced some insecurities in her life, you can see this cliché. Let us analyse examples from different articles.

*“Insecurities ran rampant in my mind, triggering an internal tug-of-war between, oh my god, I won’t look nice with short hair, and if I perm my hair, everyone will think I’m trying to look white (ELLE, October 14, 2022)”*.

*“...most of them White, all of them thin... (CNN, October 6, 2022)”*.

*“At the time, I didn’t acknowledge the behaviour as an eating disorder, because that was something I assumed only happened to super-slim white women (The Guardian, August 23, 2020)”*.

*“Anytime I switched on the television, I saw videos of scantily clad, light-skinned, slim women in hip-hop videos; wholesome, beautiful, slim white girls in TV sitcoms; sexy, white athletic women trying to save the world in action films (The Guardian, August 23, 2020)”*.

*“I saw a lot of women passively posed in bikinis at least partially nude they were almost always white. They were almost always skinny and hairless (CNN, October 3, 2022)”*.

In article the actual cliché is used to make people realise that they exist in modern world where people come into body positive movement in athletics.

*“It really is making waves – not to sound cliché (CNN, October 3, 2022)”*.

The next frequent lexical means are fixed expressions. There is a fixed expression used in the article, which explains that a person cannot choose how to look, and it is something unpredictable and a matter of genetics, so no one has to judge others.

*“But in many ways, their body and appearance are “luck of the draw (CNN, August 9, 2022)”*.

Another fixed expression was found in combination with personification, here is the Hollywood is associated with something crucial in the world of beauty standards and fashion trends, even if it sometimes cause people mental problems and a lot of insecurities.

*“Usually Hollywood was the stepping stone and then magazines would follow (CNN, July 27, 2022)”*.

The last example in this category is personification. New trends appear in our world as fast as birth of children, so it is shown in the following example.

*“A whole new beauty standard was born (The Guardian, August 23, 2020)”*.

Also, it is not a surprise that the body is frequently personified. People said that it is necessary to develop relationship with one’s bodies, cherish it, love and take a good care of it.

During analysis a lot of examples like the one that is presented below appeared in different articles.

*“It has taken me 16 years to develop a healthy relationship with my body... (The Guardian, August 23, 2020)”*.

The following examples also show the relationship with the body of two American singers – Selena Gomez and Rihanna, the second one became a mother and she explains that her body is changing and response to external as well as internal influences.

*“I think that it was good for me to see how I was responding to my body... (CNN, November 3, 2022)”*.

*“Your body is shutting down (VOGUE, November 7, 2022)”*.

Another article which full of expressive means is about a black girl and her journey with the hair. It is common knowledge that African hair has a specific structure, so it is a problem and a struggle for especially young girls, who want to try different hair styles, but it is hard to deal with unruly hair and it is fair to call that as a part of body positivity. The presented sentences deal with personification and a simile. It is worth to pay more attention to personification, the girl says that her mirror saw all her ups and downs and the truth is that a lot of young girls may seem confident, but the mirror is the one who witnesses real feelings. The girl uses simile to show her confidence while standing in front of the mirror.

*“The large mirror on my bathroom wall has witnessed more singing auditions, crying meltdowns, and self-interviews than the mirror at any NYC club. Like Issa Rae’s Insecure character Issa Dee, my bathroom*

*mirror has always been my sort of silent confidante, especially when it comes to my dissatisfaction with my hair (ELLE, October 14, 2022)”*.

The next examples are again about personification and simile, and it is not a big deal to understand that these two stylistic devices create a perfect combination and enhance expressiveness. The fact that the girl considers the beauty salon a place of relaxation says a lot that she was so tired of coping with her hair and this was the main problem in life, that only in the salon she could calm down, realizing that she would be combed, and she would not have to deal with it.

*“Loneliness and frustration can often drive us back to a place of familiarity. For me, it was the relaxer aisle at my local beauty salon (ELLE, October 14, 2022)”*.

Another example of personification, here she treats her wig as her boyfriend, which shows the special attitude towards this object, justified by the fact that she should not do her hair while wearing it.

*“My wig journey was probably my longest hair relationship to date... (ELLE, October 14, 2022)”*.

These expressive means are able to convince the reader of any facts, even if they are not always reliable, and also to convince that not everything is the same as seen from the outside.

#### **Expressive means performing a function of criticism**

The last is critical and such expressive means as pun, oxymoron, simile, hyperbole and meiosis are the best in performing this function. The first examples deal with simile.

*“The Disney/Pixar film “Wall-E,” released in 2008, negatively portrayed obesity in humans as synonymous with environmental destruction (CNN, October 28, 2022)”*.

The simile where obesity is compared to environmental destruction shows the way people perceive humans who are plus-sized, and this perception is not always positive.

Also, the article about new Disney character receives a good feedback, being compared with “The Little Mermaid” character Ariel, who is considered to be one of the most beautiful and loved princesses, which is incredible as long as usually villains are represented as people with extra weight, which is offensive.

*“I don’t think y’all comprehend, this is my Ariel (CNN, October 28, 2022)”*.

The next article is about the proper ways how to talk to kids about their weight. The first example shows the attitude toward labelling food, as long as it usually causes eating disorder behaviour.

*“Many of these messages about food and body come through these Trojan horses (CNN, August 9, 2022)”*.

Labelling is compared with a Trojan horse which is a type of malware that infiltrates a computer.

Another article deals with the story of fashion model. She tells about her struggles and hardships. She compares herself with a punching bag, showing that she is going through a lot during her life as a not traditional model in order to achieve her goals.

*“She’s like a martyr the way that she gives of herself, and allows herself to sort of sometimes be a punching bag so that change can really be made (CNN, October 6, 2022)”*.

Another example is taken of article which deals with the body positivity itself and with body image. The author writes about thinness obsession of previous years, women praised their bones as expensive jewelries, so the simile is used.

*“...if the beginning of the decade in bodies was defined by “size zero”, clavicles worn proudly by tanned celebrities as if Cartier necklaces... (The Guardian, January 12, 2020)”*.

The next article is about summer body positivity campaign, where oxymoron appears.

*“Today we raise a toast to a summer for every woman, without stereotypes and without aesthetic violence against our bodies (CNN, July 28, 2022)”*.

Here the oxymoron is used, the phrase “aesthetic violence”, these words are complete opposites, it shows the controversy among people around the world toward the following issue and the complexity of the situation.

The next article is devoted to plus-sized content creator. Here is oxymoron, that brings the reader to realization of what exactly modern beauty is, it costs a lot of efforts, a lot of mental disorders, as well as physical pain and at the same time it costs a lot of money. Beauty as a notion always associated with something positive but behind this term so many things are hidden.

*“Beauty is pain (The Guardian, August 23, 2020)”*.

The next examples represent such phenomena as hyperbole and meiosis, they are opposites, so their usage together is reinforcing expressiveness of the words.

*“There were the eating disorders, which sistered a worldwide obesity epidemic, and the pills that helped desperate women defecate fat. There was the speed at which it had become familiar to see an actress turn to the side on a red carpet and simply disappear (The Guardian, January 12, 2020)”*.

Nowadays, there are a lot of people who struggles because of their weight, but not all of them find this as a problem. Also, there are people who gain weight not because of eating not-stop, but also due to health issues, treatment or even just because their hormones are changing after pregnancy. Author used the hyperbole “a worldwide obesity epidemic” in order to show that at those times people were so obsessed by being skinny, so they bought a lot of pills to easily lose weight as they are sick. And right after this she uses meiosis to show how people tossed from one extreme to another, she mentions extra skinny actresses who were almost “invisible”. The reason of using these two expressive means is to show that it is not healthy way to live according fashion.

Another example of hyperbole has a bit negative effect, at first author says that their narratives always revolve about the same things and he uses metaphor to make the reader understand that it is shown on their face, right after author uses hyperbole to demonstrate that the conversation about mentioned family can last forever.

*“The ideal body shape rebuilt itself before our eyes, from something made of bones with eyes to something made of bones with an arse – the Kardashian family, their narratives about sex and fertility and cash and race written on their skin, take up a whole chapter here, size nine font, 1,000 pages (The Guardian, January 12, 2020)”*.

Also, the pun is used, it can seem rude, but the contrast between two phrases (made of bones with...) makes the reader realise how ridiculous the new beauty standards are.

A critical function is able to cast doubt on someone’s beliefs, showing contradictions between concepts, such a function is performed by expressive means based on opposition.

### **Conclusion**

As it was already mentioned above the results of the study showed that when analysing media discourse, it was possible to distinguish four functions of expressive means, such as

1. creating a positive image;
2. veiling the connotation of the euphemised notions;
3. intensifying the pragmatic impact of lifestyle discourse (persuasive);
4. imposing a critical attitude to intolerance.

In this article, lexico-stylistic devices such as personification, pun, cliché, epithet, meiosis, hyperbole, oxymoron, fixed expressions, euphemism, simile were considered. The formation of emotional, expressive speech is impossible without stylistic devices. In the work the purpose and the influence of expressive means in the articles about body positivity were presented. The functions of expressive means were demonstrated.

After analyzing all expressive means in the articles on body positivity, we can come to the conclusion that epithets are the most useful in creating a positive effect, a vivid example was an article about the upcoming show, in which the author used compound epithets, the effect of which has while reading the article and the reader is immersed in atmosphere of the event.

As for the veiling function, there is no doubt that euphemisms are the best, they help to tactfully describe a person without offence and create the whole image in a milder way.

When it comes to persuasive function cliché, fixed expressions, personification do the best. They easily can change perception and make the audience to believe in something. For example, cliché, it convinces of those facts that in real life may even be untrue, but when they appear in many articles, one begins to believe in the veracity of these words.

The last function is critical which reveals contradictions between ideals. So, pun, oxymoron, simile, hyperbole, meiosis are those expressive means that show the opposition of two concepts. For example, it is common knowledge that beauty is associated with something positive, but analysing the articles not everyone thinks so, in that case we see the power of language and expressive means, that can change well-known fact.



Lexico-stylistic means of expression contribute to the functioning of the so-called lifestyle discourse within the framework of media discourse, the characteristic features of which are:

1. description of a particular lifestyle;
2. description of values, principles of equality, tolerance, sustainability;
3. communicating these values to a wide as well as a narrow audience;
4. pragmatic speech impact.

During the study, a theoretical review of the latest works on lifestyle discourse was carried out, including articles on body positivity, which in turn can be divided into self-acceptance problems, mental health problems, social inequality, stereotypes, discrimination, etc.

The language in such articles is especially expressive and unique, the analysis of the articles made it possible to verify this. Expressive means contribute to the formation of a certain opinion about a particular problem, and it also changes a person's worldview.

It is necessary to note that the topic of this article is long-range and needs to be studied more, since the results of different scientists and researchers can vary, since the material used for the analysis plays an important role in functional linguistics and especially in stylistics. The more research is done, the clearer will be the understanding of distinguishing the functions of expressive means and their connection with stylistic devices.

#### Литература

1. Аванесова Н.В. Эмоциональность и экспрессивность - категории коммуникативной лингвистики // Вестник ЮГУ. – 2010. – №2 (17) – С. 5-9
2. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / И. В. Арнольд. – М.: Флинта, 2019. – 445 с.
3. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
4. Басовская Е.Н. Медиастилистика, интернет-стилистика, постстилистика: о новых подходах к языку СМИ // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология, 2020. – №6. – С. 124-135

5. Гальперин И.Р. Опыты стилистического анализа. – М.: Высшая школа, 1968. – 62 с.
6. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.: Либроком, 2014. – 382 с.
7. Грибовод Е.Г. Медиадискурс // Дискурс-Пи, 2013. – №3 – С. 118
8. Иванова С.В. Стилистика и риторика лайфстайл-дискурса. Профессиональный дискурс и коммуникация. 2019. – №1(2). – С. 8-21.
9. Кожина М.Н. Стилистика // Эффективное речевое общение (Базовые компетенции), 2014. – С. 637-638.
10. Кошечкина И.Г. Стилистика современного английского языка //М.: Академия, 2011. – С. 349.
11. Кухаренко В.А. Практикум по стилистике английского языка. - М.: Флинта; Наука, 2013. – 184 с.
12. Ленкова Т.А. Иконический аспект элементарных выразительных средств журналистики как условие восприятия информации // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2016. – №10-3 (64) – С. 112-117
13. Молодыхченко Е.Н. Коммуникативно-прагматические особенности "лайфстайл-инструкции" как интернет-жанра в культуре потребления // Вестник Том. гос. ун-та. Филология, 2019. – №57 – С. 79-102.
14. Молодыхченко Е.Н. Метасемиотические проекты и лайфстайл-медиа: дискурсивные механизмы превращения предметов потребления в ресурсы выражения идентичности // Russian Journal of Linguistics. – 2020. – Т. 24. – №1. – С. 117-136.
15. Попов Д.В. Выразительные средства в публицистическом тексте // Вестник Курганского государственного университета, 2019. – №1 (52) – С. 146-147
16. Прокошенкова Л.П., Гецкина И.Б. Дискурсивный анализ и его роль в современной лингвистике // Вестник ЧГУ. – 2006. – №4. – С. 1-6
17. Романова Н.Н., Филиппов А.В. Стилистика и стили. – Флинта, 2012. – 416 с.

18. Свиридова А.В. Выразительные средства языка в пространстве СМИ в аспекте теории речевого воздействия // Вестник ЧелГУ, 2013. – №22 (313) – С. 135-137
19. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиа́текст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7-15.
20. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира [Электронный ресурс] // Публицистика и информация в современном обществе. – URL: [http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28\\_6](http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_6)
21. Сомова Е.Г., Абрамова Г.А., Хлопунова О.В. Стилистические средства рекламного медиатекста // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение, 2017. – №. 4 (207). – С. 187-190
22. Aleksandrova I.B., Slavkin V.V. Modern media language: categorical linguistic features // Russian Linguistic Bulletin, 2017. – №1 (9). – P. 8-11
23. Aminova G.R. Language expressive means in English media texts // Проблемы педагогики, 2021. – №5 (56) – P. 20-22
24. CNN [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edition.cnn.com>
25. Croteau D., Hoynes W. The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.
26. Crystal D., Davy D. Investigating English Style. – New York: Longman Inc. New York, 2016. – 136 p.
27. ELLE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elle.com>
28. Fairclough N. A Reply to Henry Widdowson's 'Discourse Analysis: A Critical View. – Language & Literature, 1996. – №5 (1). – P. 49-56
29. Freeman D. (ed.). Essays in modern Stylistics. – Routledge, 2019. – 426 p.
30. Gribach S. V., Sibul V. V., Kolosovskaya E. V. Self-representation through social network status messages: Psycholinguistic, sociolinguistic and gender aspects // Training,

- Language and Culture. – 2019. – №3(4). – Pp.56-64. doi: 10.29366/2019tlc.3.4.6
31. Jeffries L., McIntyre D. Stylistics. – Cambridge University Press, 2010. – 226 p.
  32. Machin D., van Leeuwen T. Global Media Discourse. – Taylot & Francis, 2007.
  33. Malyuga E.N., Aleksandrova O.V. A closer look at manipulative rhetoric in professional communication // Topical Issues of Linguistics and Teaching Methods in Business and Professional Communication - TILTM 2022. European Publisher, London. C. 180-188.
  34. Malyuga E.N., Madinyan E.I. Representation of events in the American news media discourse // *Scientific Journal Modern Linguistic and Methodical-and-Didactic Researches*. – 2021. – Vol. 2 (50). – Pp. 17-28.
  35. Muzaffarova S.R. Analysis of Lexical Expressive Means and Stylistic Devices //International Journal of World Languages, 2022. – T. 2. – №. 1.
  36. Popp R.K. Mass media and the linguistic marketplace: Media, language, and distinction //Journal of Communication Inquiry, 2006. – T. 30. – №. 1. – P. 5-20
  37. Spencer J. An approach to the study of style Text. / J. Spencer, M. Gregory // Linguistics and Style – Oxford University Press, 2010. – 105 p.
  38. Spencer J., Gregory M. J. Linguistics and Style. – London: Cambridge University Press, 2010. – 109 p.
  39. Stockwell P. Stylistics. – New York: Taylor & Francies e-Library, 2014. – 247 p.
  40. The Guardian [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com>
  41. Tominc A. The Discursive Construction of Class and Lifestyle (Discourse Approaches to Politics, Society and Culture). – John Benjamins Publishing Company, 2017. – 199 p.
  42. Van Dijk T. A. Text and Context: Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse. – London and New York: Longman, 1997. – 261 p.

43. Verdonk P. Stylistics in English language. Oxford Introductions to Language Study Text. / P. Verdonk / Series Editor H.G. Widdowson. – Oxford University Press, 2002. – 124 p.
44. Vishnyakova O. D., Polyakova N. V. Linguistic and functional cognitive peculiarities of media language as the basis of interpretations in the communicative sphere // Training, Language and Culture. – 2017. – №1(2). – Pp. 86-101. Doi: 10.29366/2017tlc.1.2.6
45. VOGUE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.co.uk>
46. Wodak R., Meyer M. (Eds.) Methods of Critical Discourse Analysis (2nd revised edition). – London: Sage, 2009. – 200 p.

#### References

- Aminova, G.R. (2021) *Language expressive means in English media texts*. Problemy pedagogiki, 5 (56), 20-22.
- Arnold, I.V. (2002). *Stilistika. Sovremennyy anglijskij yazyk: Uchebnik dlya vuzov [Stylistics. Modern English: Textbook for universities]*. Moscow: Flinta, 384.
- Arnold, I.V. (2019). *Semantika. Stilistika. Intertekstual'nost' [Semantics. Stylistics. Intertextuality]*. Moscow: Flinta, 445.
- Avanesova, N.V. (2010). *Emocional'nost' i ekspressivnost' - kategorii kommunikativnoj lingvistiki [Emotionality and expressiveness - categories of communicative linguistics]*. Vestnik YUGU, 2 (17), 5-9.
- Basovskaya, Y.N. (2020) *Mediastilistika, internet-stilistika, poststilistika: o novyh podhodah k yazyku SMI [Media Stylistics, Internet Stylistics, Post-stylistics: On New Approaches to Media Language]*. Vestnik RGGU. Series: Literary studies. Linguistics. Culturology, 6, 124-135.
- CNN. (2022). Retrieved from: <https://edition.cnn.com>
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2001). *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crystal, D., Davy, D. (2016) *Investigating English Style*. New York: Longman Inc. New York, 136.
- ELLE. (2022). Retrieved from: <https://www.elle.com>
- Fairclough, N. (1996). *A Reply to Henry Widdowson's 'Discourse Analysis: A Critical View'*. Language & Literature, 5(1), 49-56.

- Freeman, D. (Ed.) (2019) *Essays in modern Stylistics*. Routledge, 426.
- Galperin, I.R. (1968) *Opyty stilisticheskogo analiza [Experiments in stylistic analysis]*. Moscow: Vysshaya shkola, 62.
- Galperin, I.R. (2014) *Ocherki po stilistike anglijskogo yazyka [Essays on the Stylistics of the English language]*. Moscow: Librokom, 382.
- Gribach, S. V., Sibul, V. V., & Kolosovskaya, E. V. (2019). Self-representation through social network status messages: Psycholinguistic, sociolinguistic and gender aspects. *Training, Language and Culture*, 3(4), 56-64. doi: 10.29366/2019tlc.3.4.6
- Gribovod, Y.G. (2013) *Mediadiskurs [Media discourse]*. Diskurs-Pi, 3, 118.
- Ivanova, S.V. (2019). *Stylistics and rhetoric of lifestyle discourse. Professional Discourse & Communication*, 1(2), 8-21.
- Jeffries, L., McIntyre, D. (2010) *Stylistics*. Cambridge University Press, 226.
- Koshevaya, I.G. (2011) *Stilistika sovremennogo anglijskogo yazyka [Stylistics of modern English]*. Moscow: Akademiya, 349.
- Kozhina, M.N. (2014) *Stilistika [Stylistics]*. Effective verbal communication (Basic competencies), 637-638.
- Kuharenko, V.A. (2013) *Praktikum po stilistike anglijskogo yazyka [Stylistics practice of the English language]*. Moscow: Flinta; Nauka, 184.
- Lenkova, T.A. (2016) *Ikonicheskiy aspekt elementarnykh vyrazitel'nykh sredstv zhurnalistiki kak uslovie vospriyatiya informacii [The iconic aspect of the elementary expressive means of journalism as a condition for the perception of information]*. Philological Sciences. Questions of theory and practice, 10-3 (64), 112-117.
- Machin, D., & van Leeuwen, T. (2007). *Global Media Discourse*. Taylor & Francis.
- Malyuga, E.N., & Aleksandrova, O.V. (2022). A closer look at manipulative rhetoric in professional communication. In *Topical Issues of Linguistics and Teaching Methods in Business and Professional Communication - TILTM 2022* (pp. 180-188). European Publisher, London.
- Malyuga, E.N., & Madinyan, E.I. (2021). Representation of events in the American news media discourse. *Scientific Journal Modern Linguistic and Methodical-and-Didactic Researches*, 2 (50), 17-28.

- Molodychenko, E.N. (2019). Kommunikativno-pragmaticheskie osobennosti «lajfstajl-instrukcii» kak internet-zhanra v kul'ture potrebleniya [“Lifestyle instruction” as an Internet genre in consumer culture: a communicativepragmatic perspective]. *Vestnik Tom. gos. un-ta. Philology*, 1(2), 79-102.
- Molodychenko, E.N. (2020). Metasemiotic Projects and Lifestyle Media: Formulating Commodities as Resources for Identity Enactment. *Russian Journal of Linguistics*, 24(1), 117-136.
- Muzaffarova, S.R. (2022) *Analysis of Lexical Expressive Means and Stylistic Devices*. International Journal of World Languages, T. 2., 1.
- Popov, D.V. (2019) *Vyrazitel'nye sredstva v publicisticheskom tekste [Expressive means in publicistic text]*. Vestnik Kurganskogo gosudarstvennogo universiteta, 1 (52), 146-147
- Popp, R.K. (2006) *Mass media and the linguistic marketplace: Media, language, and distinction*. Journal of Communication Inquiry, T. 30., 1, 5-20.
- Prokoshenkova, L.P., & Geckina, I.B. (2006). Diskursivnyj analiz i ego rol' v sovremennoj lingvistike [Discourse analysis and its role in modern linguistics]. *Vestnik CHGU*, 4, 1-6.
- Romanova, N.N., Filippov A.V (2012) *Stilistika i stili [Stylistics and styles]*. Flinta, 416.
- Solganik, G.Y. (2005). K opredeleniyu ponyatij «tekst» i «mediatekst». Sovremennaya publicisticheskaya kartina mira. Publicistika i informaciya v sovremennom obshchestve [On the definition of the concepts of "text" and "media text". Modern journalistic picture of the world. Publicism and information in modern society]. *MSU Bulletin. Series 10. Journalism*, 2, 7-15. Retrieved from: [http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28\\_6](http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_6)
- Somova, Y.G., Abramova, G.A., Hlopunova O.V. (2017) *Stilisticheskie sredstva reklamnogo mediateksta [Stylistic devices of advertising media text]*. Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta, 4 (207), 187-190.
- Spencer, J. (2010) *An approach to the study of style Text*. Linguistics and Style. Oxford University Press, 105.
- Spencer, J., Gregory, M. J. (2010) *Linguistics and Style*. London: Cambridge University Press, 109.

- Stockwell, P. (2014) *Stylistics*. New York: Taylor & Francis e-Library, 247.
- Sviridova, A.V. (2013) *Vyrazitel'nye sredstva yazyka v prostranstve SMI v aspekte teorii rechevogo vozdejstviya [Expressive means of language in the media space in the aspect of the speech theory influence]*. Vestnik ChelGU, 22 (313), 135-137.
- The Guardian. (2022). Retrieved from: <https://www.theguardian.com>
- Tominc, A. (2017) *The Discursive Construction of Class and Lifestyle (Discourse Approaches to Politics, Society and Culture)*. John Benjamins Publishing Company.
- Van Dijk, T. A. (1977). *Text and Context: Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*. London and New York: Longman, 261.
- Verdonk, P. (2002) *Stylistics in English language*. Oxford Introductions to Language Study Text, series Editor H.G. Widdowson, Oxford University Press, 124.
- Vishnyakova, O. D., & Polyakova, N. V. (2017). Linguistic and functional cognitive peculiarities of media language as the basis of interpretations in the communicative sphere. *Training, Language and Culture*, 1(2), 86-101. Doi: 10.29366/2017tlc.1.2.6
- VOGUE. (2022). Retrieved from: <https://www.vogue.co.uk>
- Wodak, R., Meyer, M. (Eds.) (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis (2nd revised edition)*. London: Sage, 200.



УДК 81'38  
В.Л. Соколова  
Московский государственный университет  
им. М.В. Ломоносова

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА  
ЧИТАТЕЛЕЙ В ПЕЧАТНОМ ДИСКУРСЕ И ЯЗЫКОВЫЕ  
ОСОБЕННОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В РЕДАКТОРСКОЙ  
СТАТЬЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ  
ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ)**

*В данной статье рассматриваются и анализируются лингвистические и композиционные особенности газетного дискурса «передовая статья». Также в работе исследуются особенности использования и прагматическая роль лингвистических средств различных уровней в передовой газетной статье, рассматриваются коммуникативные стратегии, используемые журналистом для усиления прагматического эффекта редакторских статей. Цель данного исследования – подчеркнуть специфику языковых средств прагматического влияния на читателей и общественное мнение в редакционных статьях французской печатной прессы. Изучение широкого спектра языковых средств, лежащих в основе коммуникативных стратегий воздействия на читателей, отличающих публикации данной разновидности от дискурсов газетного стиля других жанров, позволяет не только изучить типологические особенности дискурса «передовая статья». Языковые средства и стратегии были изучены путем лингвистического анализа. Языковые средства, усиливающие прагматический эффект, также были проанализированы, обобщены и классифицированы. Данное исследование позволило проанализировать труды отечественных и зарубежных лингвистов в области лингвистики текста. Выявлены прагматическая роль языковой структуры газетного дискурса «передовая статья» и применяемые журналистом стратегии для создания прагматического эффекта публикации. Исследована прагматическая роль заголовков в дискурсе «передовая статья» в установлении речевого контакта журналиста с читателем. Результаты исследования показали,*

*что языковые средства, реализующие коммуникативную стратегию воздействия на читателя в газетном дискурсе «передовая статья», являются характерной чертой дискурсов данной разновидности, отличающей их от газетных публикаций других жанров. Эффект воздействия на читателей является долгосрочным и осуществляется путем применения стилистически маркированной лексики на морфологическом, лексическом и синтаксическом уровнях языка.*

*Ключевые слова: медиа дискурс, стилистика, эмоциональность, лингвистические и композиционные особенности, речевое воздействие, прагматический эффект, редакторская статья, статья-передовица*

**UDC 81'38**

**V. L. Sokolova**

**Lomonosov Moscow State University**

**COMMUNICATIVE STRATEGIES OF INFLUENCE ON READERS IN MEDIA DISCOURSE AND THE LANGUAGE FEATURES OF THEIR IMPLEMENTATION IN EDITORIAL (BASED ON THE MATERIAL OF MODERN FRENCH PRESS)**

*This article explores and analyzes the linguistic and compositional features of the "editorial" newspaper discourse. This paper focuses on the features of the use and pragmatic role of linguistic means of various levels in an editorial newspaper article. Moreover, we examine the communicative strategies used by a journalist to enhance the pragmatic effect of editorial articles. The purpose of this study is to emphasize the specifics of linguistic means of pragmatic influence on readers and public opinion in the editorial articles of the French print press. The study of a wide range of linguistic means underlying the communicative strategies of influencing readers which distinguish publications of this variety from newspaper-style discourses of other genres allows not only to study the typological features of the "editorial" discourse. Language tools and strategies were studied by means of linguistic analysis. Language tools that enhance the pragmatic effect were also analyzed, generalized and classified. This study allowed analyzing the works of Russian and foreign linguists in the field of text linguistics. The*

*pragmatic role of the language structure of the newspaper discourse and the strategies used by the journalist to create a pragmatic effect of publication are revealed. The pragmatic role of headlines in the "editorial" discourse in establishing verbal contact between a journalist and a reader is investigated. The results of the study have shown that the language tools that implement a communicative strategy of influencing the reader in the newspaper discourse "editorial" are a characteristic feature of discourses of this type, distinguishing them from newspaper publications of other genres. The effect on readers is long-term and is carried out by applying stylistically labeled vocabulary at the morphological, lexical and syntactic levels of the language.*

*Keywords: media discourse, stylistics, emotionality, linguistic and compositional features, speech impact, pragmatic effect, editorial article*

### **Введение**

Для современного информационного общества качество и надежность потребляемой информации крайне важны сегодня для так называемых «реципиентов», то есть читателей. По этой причине социальная роль средств массовой информации чрезвычайно важна, потому что именно они информируют общественность о тех или иных событиях, имея возможность трактовать, интерпретировать и экстраполировать информацию с разных точек зрения, а, следовательно, оказывать воздействие на читателей и подвергать влиянию их восприятие и формирование точки зрения. Этот факт делает необходимым анализ многочисленных источников в средствах массовой информации, что позволит сформировать полное и объективное мнение по вопросам, поднимаемым журналистами. Для изучения и анализа редакторских статей медиа дискурса используется контекстуальный и лингвостилистический анализ, которые помогают выявить имплицитные средства оценочные средства и установить их зависимость от контекста, а также какие стилистические приемы используются для выражения оценки и аргументации. Вместе с этим становится актуальным вопрос об оценке, открытости мнений и их публикации в официальных или авторитетных источниках. Аксиологический аспект лингвистической категории представляет собой особый интерес для лингвистов, так как влияет на вербализацию ценностей.

Оценочность, как одно из прагматических средств, используемых в медиа дискурсе, является динамичной составляющей языка и отражает в себе не только мнение источников прессы или государства, но также и публичное мнение, которое включает в себя ценностные ориентиры, которыми пресса может манипулировать. Именно поэтому особо важно анализировать состояние, динамику и траекторию развития медиа дискурса.

Изучение феномена оценочности чрезвычайно важно, поскольку она позволяет отразить общественное мнение, это подтверждается в работах Алферова А. В., Калинина О.И., Телегиной В.А., J. Dyoniziak и F. Giraldi. Также в работе были рассмотрены исследования Héloïse Famié-Galtier, Q. T. Ngoc, посвященные способам передачи и потребления новостей посредством медиа дискурса.

Аксиологический аспект в рамках медиа дискурса носит в большей степени антропоцентричный характер, что означает соотношение языковых явлений и личностное восприятие реципиента через его ценности, симпатии или, наоборот, антипатии, что особенно часто находит свое отражение в аспекте оценочности.

Кроме того, печатные издания позволяют не только осветить события, происходящие в мире, но и узнать точку зрения журналистов и редакторов газет. Именно редакционная статья, или статья-передовица, позволяет это сделать. Она считается особой частью газеты, в которой отражается главная идея того или иного события (Борискина, Шилихина, 2017). Редакционная статья по сути своей является экстраполяцией, основанной на фактах текущих событий. Этот факт объясняет постоянно растущий интерес к текстам журналистского стиля разных жанров, включая редакционные статьи.

Новостные агентства аккумулируют большие объемы информации и, как следствие, создают непрерывную цепочку новостей, которая сегодня подпитывает механизм разветвленной медийной системы. Отметим, что информационные агентства и газеты в частности выполняют функцию «установления повестки дня» (Lagneau, 2002). Под функцией «установления повестки дня» мы понимаем тот факт, что средства массовой информации ведут

подбор информации и освещают исключительно те темы и события, которые необходимо осветить исходя из настоящего положения дел: политической, экономической или культурной ситуации, тем самым, именно СМИ устанавливают иерархию новостей и широту их распространения (Rojers, Dearing, 1988). Закономерно, что современное медиа-пространство способно формировать и изменять наше мировоззрение и сознание.

### **Лингвистические и композиционные особенности в жанре редакционная статья**

Современное коммуникативное пространство способствует упрощенному представлению, передаче и потреблению информации, вытесняя старые формы репрезентации новостей и заменяя их на новые. В мире франкофонной прессы ежедневные газеты или еженедельники являются самыми популярными, а главное, традиционными, средствами массовой информации, в частности во Франции. Однако в последнее время популярность газет и еженедельников падает, всего лишь 31% жителей Франции продолжают использовать в качестве источника информации новостей печатную прессу (Famié-Galtier, 2022).

Влияние традиционной прессы ослабляют социальные сети. Однако важно отметить, что смена способа получения информации не изменила прагматических целей прессы, то есть среда, где формируется и публикуется повестка дня, не выполняет прагматическую функцию (Gilardi, 2021). Тема, содержание, издание публикации по-прежнему сохраняют свою ценность, и именно они все еще сохраняют за собой прагматическую составляющую.

Печатный дискурс как неотъемлемая часть французской журналистики, обладает рядом характеристик, в частности лингвистической и композиционной спецификой, а также их прагматичностью. Среди жанров журналистского стиля выделяют информационные жанры и аналитические жанры. Отличительной чертой информационных жанров является представление правдивой информации, достоверные факты, дедуктивный метод изложения. По оценкам лингвистов, характеристики аналитических жанров определить сложнее, так как они носят более экспрессивный характер (Ringoot, 2014). Рассматривая этот жанр, мы акцентируем внимание на следующих его чертах:

- социально-оценочный характер информации;
- использование стилистически окрашенных эмоционально и выразительных приемов;
- объем текста статьи становится больше, так как к нему добавляются описание и объяснение фактов, о которых идет речь;
- необходимость имплицитно или эксплицитно выразить точку зрения журналиста.

Аналитический жанр пользуется большей популярностью во франкоязычном медиа пространстве, что выражено широким распространением пропагандистских, полемических и редакционных статей (Hasni, 2016). Редакторские статьи, или статьи-передовицы занимают особое место во франкоязычном медиа дискурсе не только потому, что реализуют прагматическую или эмотивную функции, но и потому что, как правило, реализуют эти функции в рамках политического или медиа дискурса.

Редакционная статья (*édito – фр.*) представляет собой неотъемлемую часть того или иного издания (ежедневной газеты, еженедельника или журнала), так как она отражает идеи редакции, а также ее приверженность левому, правому или центристскому политическому курсу. Прагматическая направленность редакционной статьи влияет не только на восприятие ее содержания читателем, но и на репутацию редактора, таким образом, на издание возлагается моральная ответственность за интерпретацию изложения хода событий (Herman & Jufer, 2001).

Благодаря своей содержательной и фиксированной позиции в газете редакционная статья оказывает влияние на восприятие читателей, а также имплицитно распространяет «идеологию» и мнения всей редакции и редактора. Именно поэтому статья-передовица зачастую играет роль идеологического центра газеты. Отметим, что выражение коллективного мнения отчасти приводит к десубъективизации излагаемой информации и жанра в целом, однако прагматическая цель редакционных статей не исказить излагаемую информацию, а представить ее в рамках определенной трактовки. Двойная прагматическая задача статьи-передовицы сочетает в себе два аспекта: привлечение и удержание внимания читателя, угодить ему; и в то же время представить информацию выразительным способом, при этом опираясь на достоверные факты (Charaudeau, 1997).

Основным инструментом редактора является социально-политическая лексика, которая позволяет ему создавать особую атмосферу, где читатель погружается в процесс политико-коммуникационного обмена с журналистом (Lagneau, 2022). Отметим, что этот обмен происходит уже в начале текста, где сосредоточен объем специальной информации и словарный запас такого рода богаче и представлен в виде сокращений, названий международных организаций, государственных должностей и большим набором газетных клише (Грушевская, 2015): AFP (агентство Франс Пресс), BN (Национальная библиотека), OPEC (организация стран-экспортеров нефти), GIES (группа экспертов межправительственная организация по изменению климата), OSCE (Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе), IRIS (Институт международных и стратегических отношений). Сокращения не только уменьшают объем редакторской статьи, но и в то же время выполняют функцию воздействия на читателей (Florimond, 1995).

Наличие подобной лексики в начале статьи выполняет не только информативную функцию, но и воздействующую, так как благодаря этим средствам редактор знакомит читателя с проблематикой и при этом сохраняет интригу, побуждая читателя продолжить знакомиться с предложенным материалом. Например, «La COP27, entre espoirs et désespoirs» или «Recours au 49.3 : un échec collectif», где COP27 – конференция ООН по изменению климата, 49.3 – отсылка к одной из статей конституции США. Таким образом, аббревиатуры, сокращения, заимствования, неологизмы заставляют читателя обращаться к уже имеющемуся источнику информации или прибегать к дополнительным.

Одной из наиболее важных особенностей статей-передовиц на лексическом уровне является использование словарного запаса, включающего оценочные лексемы. Под оценкой мы понимаем функционально-семантическую категорию, которая демонстрирует и отражает результаты аксиологической деятельности, что, в свою очередь, обеспечивает субъективное понимание объективной реальности автором реакционной статьи (Жданова, 1998). Фактор оценочности определяет выбор языковых средств, которые, в свою очередь, направлены на решение таких коммуникативных задач как критическое осмысление, директивность, убеждение. Следствием

этого является факт того, что языковые средства приобретают выраженный экспрессивный характер, с одной стороны, разрешая коммуникативную задачу; с другой – выполняя прагматическую функцию (Солганик, 2000).

Оценочность характеризуется сложностью и неоднородностью практик и средств. Ряд лингвистов утверждает, что существует столько практик оценки, сколько людей и возможных контекстов, создаваемых ими (Serres, 2012). Оценка субъективной реальности в аналитическом жанре медиа дискурса, в частности, в редакторских статьях, проявляется с помощью таких категорий как «одобрение-неодобрение», «интерес-незаинтересованность» и, как правило, выстроена на отношениях дихотомии. Оценочные лексемы могут представлять собой положительную и отрицательную оценку, а также сочетать в себе значение самого объекта и оценочное понятие.

Оценочный аспект в лексическом составе печатных изданий выражается в следующих стилистических средствах:

1) Метафоры (*autoentrepreneurs en panne de clients* – отсутствие клиентов у предпринимателей, досл. поломка в клиентах, *dégringolade sociale* – социальный крах);

2) Выбор стилистически маркированной лексики (*la catastrophe générationnelle* – катастрофа поколений);

3) Фразеологизмы (*être au bord de la rupture* – быть частично занятым, досл. быть на грани обрыва; *étranglé par les surcoûts liés à la pandémie* – сдерживаемый (досл. задушенный) расходами, связанными с пандемией);

4) Синтаксические средства, например, эллипсис (*L'enjeu est tout sauf mince, la montée brutale de la pauvreté exige des réponses politiques spécifiques rapides* (Le Monde, 06/10/2020) – На карту поставлено немало; резкий рост бедности требует быстрых мер реагирования) (Michelle, 2003).

Особенностью французской журналистики является сочетание оценочной лексики и экспрессивных конструкций, что зачастую отражается в восклицательных предложениях в виде пейоративной или мелиоративной тональности. Также выражение оценки возможно интенсифицировать или деинтенсифицировать при помощи таких средств как наречия (*très, trop, fortement, beaucoup*), прилагательные (*seul, premier, unique, dernier*), видовременные



формы глагола (сослагательное наклонение, будущее время). Как правило, журналисты и редакторы предпочитают видеть преобладание интенсификаторов в статьях, что позволяет усилить эмотивную функцию и более эффективно воздействовать на реципиентов. Деинтенсификаторы используются реже. Они служат для снижения категоричности оценки, что обусловливается политкорректностью по отношению к объектам оценки (Телегина, 2021). Политическое общение, которое реализуется в редакционных статьях предполагает использование убеждения, что приводит к коренному изменению предпочтений собеседника или аудитории. В данном случае мы говорим о своего рода механизме трансформации предпочтений или общественного мнения в целом. Помимо формирования или влияния на общественное мнение отметим высоко вероятную возможность распространения ложной информации, что называется дезинформацией и сводится к манипулированию не только самими реципиентами, но и самой информацией.

Существует два типа критериев, описывающих структуру редакционной статьи: лингвистические и экстралингвистические критерии. К первой группе критериев относятся грамматика, структура высказывания, пунктуация, стилистические средства. Вторая группа критериев включает расположение статьи на странице, ее заголовок, подзаголовок, название рубрики. Отметим, что заголовки относятся ко второй группе критериев и определяют композиционную стройность редакторской статьи. Они представляют собой одну из базовых составляющих, которые определяют ее структуру и содержание. Таким образом, заголовки относятся одновременно к двум критериям, упомянутым выше.

Заголовок статьи – это не просто предложение. Он включает в себя ряд аспектов, которые позволяют отразить как смысловую, так и оценочную составляющую статьи. Именно поэтому можно сделать вывод, что заголовки редакционных статей выполняют несколько функций: информационную, которая является основной функцией, воздействующую, регулирующую, эмоциональную, выразительную и оценочную. Кроме того, заголовок позволяет читателю предвосхитить содержание редакционной статьи и в то же время облегчить ее понимание. В современном французском медиа дискурсе выделяют следующие типы заголовков: информативные

заголовки (L'Union européenne – Европейский союз), побудительные заголовки (Aider les nouveaux pauvres du Covid-19 – Помочь новым малоимущим из-за Covid-19), метафорические заголовки (« Europe : ne tirez pas sur le plan de relance - Страны Европы, не стреляйте в экономический подъем, то есть не мешайте экономическому подъему) и заголовки с искажением (сокрытием) смысла (La paix européenne est comme l'air qu'on respire – Европейский мир подобен воздуху, которым мы дышим).

Считается, что заголовок – это верхняя граница статьи и текста в целом. Именно заголовок несет в себе содержание всех уже опубликованных материалов. Читатель знакомится с газетной статьей, основываясь на ее названии (Иноземцева, 2015). Более того, заголовок является семантической доминантой, которая охватывает все языковые особенности и служит для предвосхищения содержания публикации и мнения редактора.

#### **Особенности использования языковых средств и их прагматическая роль в жанре редакционной статьи**

Основными функциями языка, характеризующими редакционную статью, являются:

1) Информационная, которая служит для информирования читателей о событии или проблеме;

2) Регулирующая, которая оказывает влияние на читателей, привлекая их внимание аргументами, приводимыми журналистом, которые совпадали бы с общим тоном статьи, что увеличивает шансы на прочтение публикации до конца;

3) Выразительная, которая позволяет стилистически оформленной редакционной статье показать читателям (реципиентам) оригинальную точку зрения журналиста на поднятую проблему и усилить прагматическое влияние анализируемой речи на читателей (Кузнецов, 2017).

Важно отметить, что именно заголовок, как неотъемлемая часть статьи привлекает наше внимание к ее содержанию и языковым средствам. Журналист использует в публикациях стандартизированные и стилистически маркированные языковые средства на разных уровнях языка: морфологические, лексические, синтаксические и стилистические приемы (Dyoniziak, 2014). Рассмотрим языковые средства на разных уровнях, характерные

для редакционных статей, а также их прагматическую роль в этом жанре.

К морфологическим особенностям, используемым редактором в прагматических целях, относят аффиксы с отрицательным значением, служащие для выражения негативного отношения журналистка по отношению к тому, что он говорит в статье:

- 1) Префиксы: *é-*, *de/des-*, *ré*, *ultra*, *in* ;
- 2) Постфиксы : *-ie*, *-isme*.

Также рассмотрим частотное употребление неопределенно-личного местоимения «*on*», значение которого в редакционных статьях сводится значению личного местоимения «*мы*». Данный прием позволяет журналисту отождествлять себя с читателем, который, тем самым, принимает имплицитно точку зрения автора. Также он выполняет собирательное значение, тем самым, сокращая дистанцию между журналистом и читателем. *On peut craindre l'apparition d'un «trafic» de données personnelles (Le Monde, 18/12/2020)* – Мы можем опасаться возникновения утечки данных. *On explique, on argumente, on fait quelques mea culpa.* – Мы объясняем, мы спорим, совершаем некоторые проступки. (*Le Monde, 12/04/2020*).

Редакционная статья – это жанр, доступный широкой общественности, а значит, одна из его характеристик – легкость и быстрота понимания. Чтобы облегчить понимание содержания статьи, журналист чаще всего использует *Présent de l'Indicatif* (Простое настоящее время), которое используется в повседневной жизни. *Le choc sanitaire du Covid-19 n'en finit pas de mettre à l'épreuve le système de santé (Le Monde, 06/10/2022).* – Кризис, вызванный Covid-19, не перестает подвергать испытаниям систему здравоохранения. Для редакционных статей также характерно частое употребление *Imparfait stylistique* (Прошедшее незавершенное время), используется для драматизации и подчеркивания некоего факта, а также иллюстрирует действия прошедшего времени, но интерпретируется как действия настоящего, так как в момент высказывания суждение является действительным (*Chahine, 2009; Heenen, 2014*).

Особенности использования журналистом языковых средств лексического уровня в редакционной статье, как в языке прессы в целом, позволяют увидеть использование нейтральной и

стилистически маркированной (окрашенной) лексики. Данный прием помогает не только более четко передать содержание и общую идею, понятную читателям, но также в образной форме отразить личное видение журналиста. В ходе обработки собранного материала и анализа статей удалось установить, что наиболее распространенными лексическими средствами в редакторской статье являются тематическая лексика (*les greffes pour accident vasculaire cérébral* – трансплантация из-за инсульта), профессионализмы (*campagne électorale* – выборная кампания), клише, неологизмы (*le trumpisme* – трампизм) и заимствования (*brexitaires* – участники Brexit). Важно отметить, что набор языковых средств может варьироваться в зависимости от содержания статьи и задач редактора. Так, например, редакторские статьи, описывающие политические события содержат много тематической лексики и профессионализмов из сферы экономики.

Обратим внимание на случаи использования неологизмов в качестве прагматического элемента. В данном случае используется словообразовательный потенциал корпуса языка (Абабий, 2019). Зачастую используется суффиксация, в следствие чего в медиа дискурсе распространены эпонимные дериваты, наиболее распространенными из которых являются следующие: *trupisme*, *macronisme*, *lepenisme* и *gaullisme* (*Les Champs Elysées, théâtre du pouvoir macronien, de l'investiture aux «gilets jaunes»* - Елисейские поля – театр власти Макрона, от инаугурации до желтых жилетов (*Le Monde*, 28/12/2018)). Использование языковых средств этой категории подчеркивает влияние этих политиков в определенный отрезок времени, указывает на актуальность их политики или событиями, связанными с ней и акцентирует внимание читателя на их значимости в рамках медиа пространства.

К стилистическим особенностям на синтаксическом уровне относят то, что синтаксические средства языка не обладают ярко выраженной маркированностью. В отличие от лексического уровня, где экспрессивность, а значит и прагматизм, проявляются при анализе коннотации слова, синтаксический уровень не позволяет оказать эмоциональный эффект путем употребления слова или словосочетания. Экспрессивный синтаксис в целом может рассматриваться как способ реализации коммуникативных стратегий. Экспрессивность на уровне синтаксиса может

проявляться в синтаксической конструкции, как путем усиления ее прагматического потенциала, так и непосредственно в грамматической составляющей (Сковородников, 1981).

Редакторы используют широкий спектр простых или сложных предложений (утвердительных, отрицательных, вопросительных и эллиптических). Другими синтаксическими средствами, наиболее часто используемыми в статьях-передовицах, являются риторические вопросы (*Est-ce par réflexe, faute d'alternative ou par peur du vide et du silence gêné?* (Le Monde, 15/05/2021) и синтаксический параллелизм (*Coexistence ou homogénéité? Démocratie ou théocratie?* (Le Monde, 15/05/2021)). Использование последних особо важно, так как, они оказывают не только прагматический эффект, но и эмотивную функцию. Риторический вопрос, использование которого создает у реципиентов эффект присутствия, вызывает у них желание вступить с мысленный диалог с автором статьи, обсудить с журналистом проблемы, описываемые в статье. Синтаксический параллелизм, пример которого указан выше, в данном случае выражается двумя смежными вопросами, имеющими форму эллиптических предложений. Подобного рода приемы, содержащие двойную или тройную синтаксическую особенность, делают текст редакторской статьи более динамичным. Эллиптические предложения также характерны для заголовков редакционных статей. Они выразительны, привлекают внимание, позволяют заинтриговать читателя и позволяют ему понять, стоит ли продолжать чтение по теме, отраженной в эллиптическом заголовке.

Как упоминалось выше, одной из особенностей текстов жанра статьи-передовицы является выполняемая ими функция манипулирования общественным мнением. Эта функция служит для установления мысленного контакта или начала своего рода дискуссии между читателем и редактором. С этой целью журналисты часто прибегают к следующим стилистическим средствам и приемам: неологизмы, ирония, метафоры, эпитеты, метонимия, паронимазия. Чтобы сделать текст редакционной статьи более компактным и в то же время более выразительным обратимся к еще одному стилистическому средству, которое довольно редко встречается в медиа дискурсе – ирония. Этот стилистический прием выполняет две основные функции:

риторическую и прагматическую, которые помогают наводить мосты между автором и читателями. Швейцарский лингвист Э. Симиничуик характеризует иронию как двусмысленный лингвистический феномен из-за ее двух составляющих: повествовательной и аргументативной (Siminicius, 2015). Ирония устанавливает контраст или своего рода противопоставление между реальностью и отношением субъекта речи к ней. По этой причине мы можем заметить, что ирония включает в себя идеи, противоположные тому, что мы хотели бы сказать. Кроме того, рассматриваемый прием носит скорее скрытый характер, потому что она представлена в статье в форме насмешки. Ирония выполняет ряд функций, позволяющих этому стилистическому процессу реализовывать коммуникативные стратегии в редакционных статьях:

1. Смягчение критики. С одной стороны, ирония уменьшает критику, используемую в форме выражения или слова, которые скрывают прямую идею высказывания, чтобы смягчить агрессивное или строгое отношение журналиста к тому, что он говорит. В этом случае некоторые лингвисты приходят к выводу, что ирония носит нейтральный характер по отношению к предмету дискуссии.

2. Усиление критики. С другой стороны, эту фигуру стиля можно рассматривать как средство, используемое для выражения грубых насмешек, что считается как оценка, или даже агрессии (Carel, 2011). Так, например, ирония часто используется для характеристики политиков (...notre obstiné Premier ministre... c'est le prince de la métaphore à la testostérone qui s'est fait prendre sauvagement à la rodomontade burnée – наш упрямый премьер-министр...принц метафоры тестостерона, который был пойман на бахвальстве (Le Canard enchaîné, 19/04/2022). Хорошо видно, что все слова, использованные в приведенных выше утверждениях, ироничны. Их работа журналистом позволит читателям составить негативное представление не только о премьер-министре Франции, но и обо всех политических структурах нынешней Франции. Тон рассматриваемой речи из-за пикантных характеристик, к которым прибегает автор редакционной статьи, слишком претенциозен и даже оскорбителен для описания и анализа действий политика.

Стилистически маркированные языковые средства, используемые в редакторских статьях достаточно разнообразны. Во-первых, отметим использование лексики разговорного стиля (*les étudiants privés de boulots vitaux* – студенты, лишенные жизненно важной работы, где слово *boulots* относится к сниженному регистру). К ней также относят выразительные обороты разговорного языка (*faire fi du suffrage universel* – игнорировать всеобщее избирательное право), что делает текст редакторской статьи более доступным для читателя и сближает его с редактором. Передача метафорического смысла также характерна для редакционных статей. Так, например, пандемию COVID-19 журналисты окрестили как «*le fardeau*», «*au carnaval planétaire*», «*a basculé l'univers*» – бремя, привела к планетарному карнавалу, перевернула вселенную с ног на голову. Метонимии являются широко распространенным стилистическим приемом в редакторских статьях (*les gouvernements des Vingt-Sept* – правительство двадцати семи – отсылка к Евросоюзу; *Le retrait français du Mali, un échec pour Paris et pour Bamako* (*Le Monde*, 17/02/2022) – Вывод французских войск из Мали – неудача для Парижа и Бамако – Под названиями двух столиц подразумеваются страны Франция и Мали).

Цель использования языковых средств включает в себе прагматическую функцию, что включает в себя иллюкативную цель, которая зачастую представляется через пропаганду, агитацию, навязывание или внушение (Калинин, 2017). Отмечается, что языковые средства производят больший прагматический эффект, если происходит сочетание двух и более приемов, так называемых стилистических «пучков». Подобное накладывание стилистических средств приводит в взаимному усилению их воздействия. Это повышает экспрессивность и образность текста. Подобная практика в медиа дискурсе рассматривается как понятие стилистической конвергенции, которая направлена на повышение экспрессивности текста, выражению элемента оценочности и удержание внимания читателя. Стилистическая конвергенция зачастую представлена сочетаниями метафоры, эпитета, антитезы и градации. Во франкоязычной прессе наибольший отклик находит использование сочетания «метафора+эпитет», что объясняется схожестью образования данных стилистических средств.

Стилистическая конвергенция используется при выражении как положительной, так и отрицательной оценки (Richard Ferrand, *le premier compagnon de Macron qui monnaie son influence* – Ришар Ферран, первый соратник Макрона, который монетизирует свое влияние (Le Monde, 22/10/2022).

Отметим, что стилистическая конвергенция не ограничивается указанными выше стилистическими приемами. Для выражения оценки также используются литоты, гиперболы, антитезы и градации (Un retour de bâton pour le président qui y a régulièrement mis en scène son pouvoir « jupitérien » – Ответный удар для президента, который регулярно использовал свою «юпитерскую» власть), пример гиперболы, где власть президента сопоставляют с силой Юпитера или (La comparaison s'arrête là, car, en termes d'échelle, cette Coupe du monde se situe sur une autre planète – На этом сравнение заканчивается, так как этот чемпионат мира проходит на другой планете (Le Monde, 26/11/2022), где уровень организации чемпионата гиперболизируют.

Безусловно, стилистические средства в статьях-передовицах более многочисленны и не ограничиваются теми, что были перечислены выше. Однако одной из главных функций языковых средств является имплицитное выражение оценки редактора. Специфика употребления экспрессивных средств и стилистически маркированной лексики включает в себе в большей степени именно пейоративную оценку по отношению к объекту или теме статьи. Отмеченные особенности позволяют редактору выразить свою точку зрения, при этом оставаясь политкорректным. Важно отметить, что языковые средства различных уровней обладают прагматической ролью в журналистском дискурсе аналитического жанра, что позволяет установить контакт с читателем, погрузить их в ситуацию и заставить задуматься о происходящих событиях.

#### **Коммуникативные стратегии создания прагматического эффекта в редакционной статье**

Редакционная статья является лицом газеты, ее идеологическим центром. Журналист использует ряд языковых средств, реализуя прагматическую функцию, при написании статьи-передовицы и выражения ее главной идеи. Коммуникативная стратегия в рамках редакторской статьи представляет собой комбинацию коммуникативных действий, цель которых воплотить основную



мысль «говорящего» в соответствии с целью жанра (Иссерс, 2008). Выделяют основные и вспомогательные коммуникативные стратегии. К основным относят семантические и когнитивные. Их функционал направлен на непосредственное воздействие на адресата, его систему ценностей, картину мира и последующее поведение. Прагматические коммуникативные стратегии, которые чаще всего используются в статьях-передовицах и их относят к вспомогательным. Этот тип стратегий направлен на эффективную выработку диалогового взаимодействия между редактором и реципиентом.

Лингвистические особенности, характеризующие статьи этого жанра, призваны усилить коммуникативный эффект. Для привлечения внимания читателей содержанием, автор публикации анализирует актуальную тему, волнующую общественность; использует различные типы высказываний; выбирает оригинальный характер заголовков в отношении их форм и формулировок (Ngoc, 2017).

Для более эффективного взаимодействия «журналист-читатель», редактор использует определенные коммуникативные стратегии. Зачастую журналисты в рамках современного франкоязычного медиа дискурса прибегают к следующим стратегиям: аргументация, языковые способы оценки, прогнозирование, обличение, иронизирование, информативно-интерпретационная стратегия. Важно отметить, что коммуникативная стратегия в медиа дискурсе характеризуется проявлением индивидуализма, так как в рамках стратегии проявляется языковая личность. Коммуникативная тактика, в свою очередь, является следствием стратегии в меньшем масштабе и представляет собой ряд задач, поставленных редактором перед реципиентом. Вместе с этим как коммуникативная стратегия, так и коммуникативная тактика направлены на реализацию прагматической функции. Вместе с этим между коммуникативными тактикой и стратегией устанавливается иерархическая взаимосвязь: от общего к частному.

Одним из направлений современной журналистики является журналистика мнений, или критическая журналистика, ядро которого – статьи аналитического жанра, в том числе редакционные статьи.

Одной из коммуникативных стратегий, которая наиболее часто используется журналистами в рамках данного жанра, является аргументация. Существует ряд правил (шаблонов), в соответствии с которыми посредством аргументации создается медиа-текст (Лазутия, 2011). Эта модель включает в себя следующие компоненты: тема (основной тезис); типы аргументов (непосредственно аргументы, основы доказательства) и методы аргументации (способы обоснования основной мысли).

Композиционная особенность, присущая любой редакционной статье современных французских СМИ, в том числе и аргументация, представляет собой неоднородный языковой процесс, включающий в себя несколько этапов. Он использует элементы, придающие словам автора правдивость и убедительный характер: описательные элементы, посвященные ситуации, о которой идет речь; оценочные и аргументативные текстовые элементы, эксплицитно или имплицитно выражающие точку зрения журналиста; особо выделяется повествовательный аспект.

Во французской традиции аргументации медиа-дискурса существуют три доминирующих подхода: логический, лингвистический и риторический (Ragot, 2015). В рамках логического подхода редактору необходимо сосредоточиться на деталях, точных определениях понятий, чтобы как можно детальнее и точнее представлять информацию. Лингвистический подход позволяет подчеркнуть проблемную сторону рассматриваемого в редакционной статье понятия и выбрать подходящие лингвистические средства, чтобы усилить прагматический эффект, выделить проблему и сделать аргументацию более выразительными. Риторический подход является старейшим и наиболее близким к дискурсам и дебатам, характеризующим политическую и судебную практику. В сфере СМИ в рамках данного подхода редактору доступны к обсуждению самые широкие темы.

Для более точной характеристики феномена аргументации необходимо добавить, что ее основная задача заключается не только в характеристике определенных языковых ситуаций, но и в применении сознательных манипулятивных практик в отношении общественного мнения.

Аргументация в журналистике имеет ряд характеристик, отличающих ее, например, от аргументации в науке: не поиск как таковой объективной истины, а поиск истины с позиции автора. Таким образом, автор новостной статьи ищет истину и аргументы в рамках своего собственного мнения, что существенно отличает этот тип от научной аргументации.

Аргументацию рассматривают как сложное языковое явление, которое объединяет три подхода (логический, лингвистический и риторический) в статьях франкоязычной прессы. Основные функции аргументации сводятся к критике акта языковой коммуникации и возможности вмешательства в коммуникативную ситуацию или речевой акт (Emediato, 2011). Аргументация также считается интерактивным языковым актом, который включают в себя последовательность речевых актов (Plantin, 1996). Именно эти функциональные особенности лежат в основе жанра редакторская статья.

Одной из коммуникативных стратегий, часто применяющихся в медиа дискурсе, считаются языковые средства оценочности, или оценочность. Это универсальная черта прессы, так как оценка начинает играть свою роль на раннем этапе создания текста (Алферов, 2019). Оценочность проявляется в выделении и последующей классификации фактов, в их описании под определенным углом зрения, в соотношении отрицательных и положительных деталей конкретных языковых средств, используемых в речи. Структура оценки бинарна. Она определяет картину мира как дихотомию, основанную на оппозициях, или контрастах, которые являются показателем ценностей и аксиологических стандартов. Интересно то, что ценности для большинства людей в целом одинаковы, однако оценка по отношению к тем или иным событиям совпадает не всегда, что может определяться не только культурными стереотипами, но и идеологическими составляющими, пропагандируемыми в обществе.

В современной традиции медиа дискурса выделяют следующие типы оценочности: явная, или открытая, и неявная, или скрытая. Под открытой оценкой понимают мнение автора, выраженное эксплицитно. Это позиция, которая уже была высказана. В то время как под скрытой оценкой понимают создание необходимого

подтекста, усиливающего эффект воздействия текста и его прагматическую направленность на адресата (Dyoniziak, 2012). Оценочность языковых средств реализуется за счет оценочных компонентов. Их структура состоит из сигнификативно-денотативного компонента, который несет в себе предметную информацию об объекте повествования, и коннотативного, который наслаивается на первый компонент, дополняя оттенки значения уже использованных лексических единиц. Благодаря сочетанию двух компонентов в рамках одной лексической единицы возникает аксиологическое поле высказывания.

Реализация эмотивной и воздействующих функций реализуется за счет оценочности, а также за счет типа дискурса, в котором она находит применение. По своему содержанию оценочные средства, реализуемые в медиа дискурсе являются одними из наиболее экспрессивных, так как они осуществляют функцию воздействия. Важно отметить, что оценочность в дискурсе СМИ отчасти обособлена и носит социальный характер, проявление которого выражается в идеологической основе, что характеризует жанр редакторской статьи.

Как правило, открытая оценка реализуется в редакторских статьях за счет использования следующих языковых средств: пейоративные метафоры, ярлыки, мелиоративная лексика. Скрытая оценка проявляется за счет использования таких стилистических приемов как описание или эвфемизмы. Так, например, в Figaro о бывшем президенте Франции Франсуа Миттеране писали «Du coup, le chef de l'État a brandi l'épouvantail Mitterrand en rappelant que...» (Le Figaro, 25/05/2010) – Внезапно, глава государства поднял чучело Миттерана, напомнив, что... В данном случае автор использует пейоративную метафору, чтобы имплицитно выразить свое отношение к бывшему президенту и подчеркнуть свою неприязнь по отношению к нему. Из этого примера видно, что метафора делает язык более выразительным и во фразе появляется элемент оценочности.

### **Заключение**

Жанр «редакционная статья» представляет собой статью, которая исходит от политического направления или предпочтений газеты, с одной стороны, и соответствует общему направлению издания газеты, с другой. Это своего рода аналитический тип, в

котором подчеркиваются следующие его внутренние черты: социально-оценочный характер содержащейся в нем информации; использование наряду с нейтральными лингвистическими средствами стилистически выраженных эмоциональных и выразительных приемов, чтобы произвести прагматическое воздействие на читателей и заставить их задуматься во время чтения публикации; актуальность проблем, поднятых самим журналистом или редактором; коммуникативная стратегия воздействия на общественное мнение, используемая журналистом в прагматических целях.

Структура редакционной статьи является строгой, и композиционные элементы, которые включает редакционная статья (заголовок, введение, основная часть или ее основная часть и заключение), являются неотъемлемыми составными частями этого типа речи.

Данные, собранные в ходе нашего исследования, позволяют сделать вывод, что печатные редакционные статьи играют важную роль в современной французской прессе, поскольку, несмотря на большое количество онлайн-газет, печатные газеты остаются основным источником информации для людей во всем мире. Подавляющее большинство читателей предпочитают комфортное чтение скорости потребления информации в Интернете.

Проведенный анализ лингвистических и композиционных особенностей медиа дискурса «редакционного» жанра показал, что редакторская статья выполняет не только информационную функцию, но и функцию влияния содержания публикации на реципиентов, что подразумевает регулятивную и выразительную функции языка. Суть этих функций состоит в «приглашении» читателей поделиться точкой зрения редакции на проблему, рассматриваемую в тексте, который они читают. Именно языковые средства разных языковых уровней (морфологические, лексические, синтаксические и стилистические приемы), нейтральные и имеющие эмоциональную ценность, обеспечивают коммуникативное воздействие редакционной статьи на читателей. Влияние на получателей информации, содержащейся в редакционной статье, начинается с ее заголовка, который чаще всего носит стимулирующий характер, поскольку статьи такого типа основаны на сюжете, чтобы привлечь внимание и вызвать

интерес читателей к публикации в прессе такого рода. Заголовок, являющийся неотъемлемой частью основной статьи, одновременно выполняет в этом типе медиа-дискурса две основные функции языка – информационную и привлекательную, которые обеспечивают коммуникативный эффект публикации на читателей и лежат в основе реализации журналистом прагматической стратегии о языковом влиянии на читателей редакционных статей.

Как было отмечено выше, информация, содержащаяся в редакционной статье, начинается с ее заголовка, который чаще всего носит стимулирующий характер и основан на сюжете, чтобы привлечь внимание и вызвать интерес читателей к публикации в прессе такого рода.

Редактор использует широкий спектр лингвистических средств, которые помогают ему реализовать коммуникативные стратегии воздействия на читателей и добиться наибольшего прагматического эффекта от текста. Стратегии влияния, которые использует автор редакционных статей, включают описательные, повествовательные и аргументативные элементы и служат для установления контакта между автором и читателем, что в некоторых случаях приводит к мысленному диалогу читателя с журналистом, выражающему его оценочный взгляд на текущую проблему, которым можно делиться или не делиться получателем информации.

Стратегия вербального общения журналиста с читателями должна быть хорошо продумана, поскольку прагматическая направленность, которая характеризует этот тип речи, влияет не только на восприятие ее содержания читателями, но и на репутацию человека, который ее пишет, на репутацию редактора. Таким образом, редакционная статья выполняет в газете двойную прагматическую задачу, сочетая в себе два неразделимых аспекта: желание редактора привлечь и удержать внимание аудитории, угодить ей и в то же время изложить свою точку зрения, опираясь на проверенные факты и предоставляя достоверную и правдивую информацию оригинально и образно.

Взаимодействие языковых процессов выразительности и оценки языковой структуры редакционных статей, оригинальность мировоззрения журналиста, сообщающего получателю информации свои идеи, лежащие в основе коммуникативных стратегий автора медиа дискурса, являются типологическими

чертами, отличающими редакционную статью от других типов дискурсов и жанров, в частности аналитического.

Анализ особенностей языковой структуры передовой статьи показал, что языковые средства публикаций данного жанра выполняют не только информативную функцию языка – основную функцию в дискурсах газетно-публицистического стиля, но и воздействующую функцию, приглашая читателей к мысленному диалогу с журналистом по обсуждаемой в дискурсе проблеме, усиливая при этом коммуникативный эффект текста.

Наш анализ позволяет сделать вывод, что стилистически выраженные языковые особенности, к которым прибегает журналист, лежат в основе стратегии влияния, которое оказывается на читателей путем содержания редакционной статьи. Было установлено, что эксплицитное и имплицитное проявление оценочности реализуется, как и прагматическая функция, путем разнообразия и многоуровневости языковых средств. Отметим, что наиболее распространенным проявлением оценки является имплицитный способ, что определяется рядом факторов, таких как желание предоставить возможность читателю самому составить мнение о личности или событии или проявление вежливости по отношению к объектам оценки.

Социально-политическая лексика составляет языковую основу французских СМИ. В то же время следует подчеркнуть, что такого рода лексика создает особую среду, которая заставляет собеседника (читателя) погрузиться в процесс коммуникативного обмена и мысленного диалога с автором публикации. В этом случае взаимодействие между журналистом и читателем является последовательным и хорошо структурированным благодаря продуманному распределению лексики и средств выразительности в тексте в соответствии с прагматической целью журналиста.

Проведенное исследование показало, что аналитический газетный жанр «передовая статья» основывается на взаимодействии информативной и воздействующей функций языка и отвечает особым правилам и требованиям, определяющим языковую структуру текста, посвященного актуальной информации документального характера. Прагматическое воздействие на читателя в передовой статье осуществляется посредством употребления журналистом разнообразных языковых нейтральных

и стилистически маркированных языковых средств, отражающих его личностное отношение к рассматриваемым проблемам. Знакомясь с политическими предпочтениями редакции, которую представляет журналист, и мнениями определенных социальных групп по затронутой теме, читатель, вступая в мысленный диалог с журналистом и защищая свою собственную точку зрения, начинает лучше ориентироваться в окружающей его политической реальности.

#### Литература

1. Абабий В.Н. Общественно-политические неологизмы в современном французском языке: автореф... дис. кан. филол. Наук. – Воронеж: 2019. – 24 с.
2. Алферов А. В., Кустова Е. Ю. Делиберативный дискурс как механизм политической интеракции: стратегия исследования / А. В. Алферов, // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. – 2019. – Т. 15. – № 1-2 (43-44). – С. 85-92.
3. Борискин О. О., Шилихина К. М. Корпусные исследования политического дискурса в лингвистике // *Политическая наука*. – 2017. – №2. – С. 30-53.
4. Иноземцева Н. В. Функциональные особенности заголовков англоязычных статей // *Вестник Оренбургского государственного университета*. – 2015. – № 11(186). – С. 144-146.
5. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: URSS / УРСС; ЛКИ, 2008. – 288 с.
6. Калинин О. И. Лингвопрагматические характеристики имиджевого политического медиатекста (на материале китайских СМИ): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Москва, 2017. – 177 с.
7. Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка (публицистический и научный). – М.: Высшая школа, 2017. – 160 с.
8. Лазутина Г.В. Жанры журналистского творчества. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.



9. Сковородников А.П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского литературного языка. – Томск, 1981. – 255 с.
10. Телегина В.А. Средства выражения оценки в характеристике политической элиты (на материале современной французской прессы). – НИУ БелГУ, дис. ... к. филол. н. – 2021. – URL : [http://www.science.vsu.ru/dissertations/9701/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F\\_%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BD%D0%B0\\_%D0%92.%D0%90..pdf](http://www.science.vsu.ru/dissertations/9701/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BD%D0%B0_%D0%92.%D0%90..pdf)
11. Carel M. Ironie, humour, paradoxe // Humour et crises sociales. – Paris, Harmattan, 2011. – p. 216.
12. Chahine Ir. K. Linguistique du texte: les rapports "Grammaire Texte" en russe moderne. Linguistique. Université de Provence - Aix-Marseille I, 2009. – p. 189.
13. Dyoniziak J. Expressivité du discours de la presse [The expressiveness of the press discourse]. – Studia Romanica Posnaniensia, Adam Mickiewicz University Press, Poznań. – Vol. XXXIX/4. – 2012. – P. 60.
14. Florimond R. L'appréciation dans les manuels d'apprentissage du traitement de texte, Les Carnets du Cediscor [Online]. – Vol. 3. – 1995. – Online since 26 August 2009. – URL: <http://journals.openedition.org/cediscor/516>. DOI: <https://doi.org/10.4000/cediscor.516>.
15. François Heenen Milli. Les usages stylistiques de l'imparfait // XIX Congrès des romanistes scandinaves Université d'Islande 12-15 août 2014. – Université d'Islande, 2014. – P. 65.
16. Gilardi F. Social Media and Political Agenda Setting. Political communication. – Volume 39. – Issue 1. – 2022. – pp. 39-60
17. Héloïse Famié-Galtier. Étude : comment les Français consomment l'information en 2022. – 2022. – URL: <https://www.blogdumoderateur.com/etude-francais-consommation-information-2022/>
18. Ngoc Q. T. Étude des titres de presse : classement syntaxique, valeurs sémantiques et pragmatiques. Linguistique. – 2017. –

- ffdumas-01558210. – URL : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01558210>.
19. Lagneau É. Le style agencier et ses déclinaisons thématiques. L'exemple des journalistes de l'agence France Presse, *Réseaux*. – 2002/1. – No 111). – Pp. 58-100. – URL: <https://www.cairn-int.info/revue-reseaux1-2002-1-page-58.htm>.
  20. Lecolle M. Métonymies et figures de référencement dans la presse écrite généraliste. Analyse sémantique et rhétorique. – Université de Toulouse-Le Mirail, 2003. – Pp. 358.
  21. Plantin Ch. Le trilogue argumentatif. Présentation de modèle, analyse de cas // *Langue française*. – n°112. – 1996. – L'argumentation en dialogue, sous la direction de Claudine Garcia-Debanc. – Pp. 9-30. DOI : <https://doi.org/10.3406/lfr.1996.5358> / [www.persee.fr/doc/lfr\\_0023-8368\\_1996\\_num\\_112\\_1\\_5358](http://www.persee.fr/doc/lfr_0023-8368_1996_num_112_1_5358).
  22. Ragot P. De la rhétorique traditionnelle à la linguistique discursive À propos du vingt-cinquième *Cahier de la Villa Kérylos. La linguistique*. – Vol. 51. – 2015. – Pp. 291-308. <https://doi.org/10.3917/ling.512.0291>
  23. Rogers E., Dearing J. Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? // *Communication Yearbook*. – 1988. – Vol. 11. – Pp. 555–594.
  24. Serres A. Dans le labyrinthe : évaluer l'information sur internet. – Caen : C&F éditions, 2012.
  25. Wander E. «L'argumentation dans le discours d'information médiatique» // *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne]. Vol. 7. – 2011. – Mis en ligne le 15 octobre 2011. – URL: <http://aad.revues.org/1209>

#### References

- Ababij, V.N. (2019). *Obshhestvenno-politicheskie neologizmy v sovremennom francuzskom jazyke [Socio-political neologisms in modern French language]*. (Candidate thesis abstract, Russia, Voronezh state university, Voronezh, Russia).
- Alferov, A. V. (2019). Deliberativnyj diskurs kak mehanizm politicheskoy interakcii: strategija issledovanija [Deliberative discourse as a mechanism of political interaction: research strategy]. *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*, 1-2 (43-44), 85-92

- Boriskina, O. O., & Shilihina, K. M. (2017). Korpusnye issledovanija politicheskogo diskursa v lingvistike [Corpus studies of political discourse in linguistics]. *Politicheskaja nauka*, 2, 30-53.
- Inozemceva, N. V. (2015). Funkcional'nye osobennosti zagolovkov anglojazychnyh statej [Functional features of the headings of English-language articles]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 11 (186), 144-146.
- Issers, O.S. (2018). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. M.: URSS /URSS; LKI.
- Kalinin, O. I. (2017). *Lingvopragmaticheskie harakteristiki imidzhevogo politicheskogo mediateksta (na materiale kitajskih SMI)* [Linguopragmatic characteristics of the image political media text (based on material of the Chinese media)]. (Doctoral thesis, The Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia).
- Kuznecov, V.G. (2017). *Funkcional'nye stili sovremennogo francuzskogo jazyka (publicisticheskij i nauchnyj)* [Functional styles of modern French (journalistic and scientific)]. M.: Vysshaja shkola.
- Lazutina, G.V. (2011). *Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva* [Genres of journalistic creativity]. M.: Aspekt Press.
- Skovorodnikov, A.P. (1981). *Jekspressivnye sintaksicheskie konstrukcii sovremennogo russkogo literaturnogo jazyka* [Expressive syntactic constructions of the modern Russian literary language]. Tomsk.
- Telegina, V.A. (2021). *Sredstva vyrazhenija ocenki v harakteristike politicheskoi jelity (na materiale sovremennoj francuzskoj pressy)* [Means of expressing evaluation in the characterization of the political elite (based on the material of the modern French press)] (Doctoral thesis, Belgorod state university). Режим доступа: [http://www.science.vsu.ru/dissertations/9701/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F\\_%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BD%D0%B0\\_%D0%92.%D0%90..pdf](http://www.science.vsu.ru/dissertations/9701/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BD%D0%B0_%D0%92.%D0%90..pdf)
- Carel, M. (2011). *Ironie, humour, paradoxe* [Irony, humor, paradox]. In *Humour et crises sociales*. Paris, Harmattan.
- Chahine, Ir. K. (2009). *Linguistique du texte: les rapports "Grammaire Texte" en russe moderne* [Text linguistics: the "Text Grammar"

- reports in modern Russian]. *Linguistique*. Université de Provence - Aix-Marseille I.
- Dyoniziak, J. (2012). *Expressivité du discours de la presse [The expressiveness of the press discourse]*. *Studia Romanica Posnaniensia*. Adam Mickiewicz University Press, Poznań.
- Florimond, R. (2009). *L'appréciation dans les manuels d'apprentissage du traitement de texte [The appreciation in the text processing learning manuals]*. *Les Carnets du Cediscor [Online]*, 3, 1995. Online since 26 August 2009. Retrieved: <http://journals.openedition.org/cediscor/516>; DOI: <https://doi.org/10.4000/cediscor.516>.
- François, H. M. (2014). *Les usages stylistiques de l'imparfait [The stylistic uses of the Imparfait]*. XIX Congrès des romanistes scandinaves Université d'Islande 12-15 août 2014 Université d'Islande.
- Gilardi, F. (2022). Social Media and Political Agenda Setting. *Political communication*, 39 (1), 39-60.
- Héloïse, Famié-Galtier. (2022). *Étude: comment les Français consomment l'information en 2022 [Study: how the French consume information in 2022]*. Retrieved from: <https://www.blogdumoderateur.com/etude-francais-consommation-information-2022/>
- Ngoc, Q. T. (2017). *Étude des titres de presse : classement syntaxique, valeurs sémantiques et pragmatiques [Study of press titles: syntactic classification, semantic and pragmatic values]*. *Linguistique*, ffdumas-01558210. Retrieved from: <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01558210>.
- Lagneau, É. (2002). Le style agencier et ses déclinaisons thematiques. L'exemple des journalistes de l'agence france presse [The agentier style and its thematic declinations. The example of the journalists of Agence france presse]. *Réseaux*, 111, 58-100. Retrieved from: <https://www.cairn-int.info/revue-reseaux1-2002-1-page-58.htm>.
- Lecolle, M. (2003). *Métonymies et figures de référencement dans la presse écrite généraliste. Analyse sémantique et rhétorique. [Metonymies and referencing figures in the general written press. Semantic and rhetorical analysis]*. Université de Toulouse-Le Mirail.

- Plantin, Ch. (1996). *Le trilogie argumentatif. Présentation de modèle, analyse de cas*. In *Langue française, L'argumentation en dialogue, sous la direction de Claudine Garcia-Debanc*. Vol. 112. Pp. 9-30. Retrieved from: <https://doi.org/10.3406/lfr.1996.5358> / [www.persee.fr/doc/lfr\\_0023-8368\\_1996\\_num\\_112\\_1\\_5358](http://www.persee.fr/doc/lfr_0023-8368_1996_num_112_1_5358).
- Ragot, P. (2015). De la rhétorique traditionnelle à la linguistique discursive À propos du vingt-cinquième Cahier de la Villa Kérylos. *La linguistique*, 51, 291-308. Retrieved from: <https://doi.org/10.3917/ling.512.0291>
- Rogers, E., & Dearing, J. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? *Communication Yearbook*, 11, 555–594.
- Serres, A. (2012). *Dans le labyrinthe : évaluer l'information sur internet*. Caen : C&F éditions.
- Wander, E. (2011). «L'argumentation dans le discours d'information médiatique». *Argumentation et Analyse du Discours [En ligne]*, 7. Mis en ligne le 15 octobre 2011. Retrieved from: <http://aad.revues.org/1209>