

СОДЕРЖАНИЕ

Научные статьи

<i>ФИЛЯСОВА Ю.А.</i> Особенности перевода заголовков новостных статей медиаканала Би-би-си (на материале англо-русских эквивалентов)	7
<i>ХРАМЧЕНКО Д.С.</i> Взаимосвязь языка и мозга: как повысить эффективность обучения иностранному языку при помощи нейролингвистической методологии	32
<i>ШУБИНА Э.Л.</i> Вариативное падежное маркирование в публицистическом дискурсе Германии	60
<i>АХРЕНОВА Н.А., ГАЛЬЦОВ П.И.</i> Фигуры контраста как инструмент создания комического эффекта в дискурсе стендап комедии	87
<i>ВИШНЯКОВА Е.А., ВИШНЯКОВА О.Д., СЕРГИЕНКО П.И.</i> Эвристические и функциональные аспекты номинации (на материале англоязычных антропонимических прозвищ)	114
<i>КОЛОСКОВА О. А., ПОНОМАРЕНКО Е.В.</i> Популярная лексика как отражение трансформационных процессов в лексической системе английского языка в 2020-2023 гг.	137

CONTENTS

Scientific articles

<i>FILYASOVA YU.A.</i> Translation features of BBC media article headlines (evidence from English and Russian equivalents)	7
<i>KHRAMCHENKO D.S.</i> Bridging brain and language: enhancing language learning and communication through neurolinguistic insights	32
<i>SHUBINA E. L.</i> Variability in journalistic discourse in the German language	60
<i>AKHRENOVA N.A., GALTSOV P.I.</i> Figures of contrast as a tool for creating comic effect in standup comedy discourse	87
<i>VISHNYAKOVA E.A., VISHNYAKOVA O.D., SERGIENKO P.I.</i> Heuristic and functional aspects of nomination (case- study of English anthroponymic sobriquet formations)	114
<i>KOLOSKOVA O.A., PONOMARENKO E.V.</i> Buzzwords as reflection of transformational processes in English lexical system in 2020-2023	137

НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

УДК 811

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.01>

Ю.А. Филясова¹

Российский государственный педагогический университет
им. А.И. Герцена

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ НОВОСТНЫХ СТАТЕЙ МЕДИАКАНАЛА БИ-БИ-СИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛО-РУССКИХ ЭКВИВАЛЕНТОВ)

Целью данной работы является анализ особенностей перевода заголовков статей на медиаканале Би-би-си (англ. BBC). Материалом исследования послужили 214 заголовков статей, отобранных на канале Би-би-си методом случайной выборки. Методы исследования включали семантический, переводческий и сопоставительный анализ заголовков. Актуальность исследования заключается в растущем интересе к медиа текстам в век активного распространения цифровых коммуникационных технологий. В результате анализа было выявлено, что перевод медиазаголовков направлен на передачу не только коммуникативного, но и прагматического потенциала исходных сообщений. Для адекватной передачи смысла переводчики применяют целый комплекс семантических преобразований с целью поиска эквивалентов в языке перевода с опорой на фоновые знания целевой аудитории. Теоретическая ценность состоит в рассмотрении особенностей перевода заголовков медиа статей как отдельного языкового явления. Практическую ценность работы представляет возможность использования полученных

¹ © Филясова Ю.А. 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

результатов в практике преподавания перевода студентам по направлению «Лингвистика».

Ключевые слова: приемы перевода, переводческие стратегии, трансформации, прагматический потенциал, целевая аудитория

UDC 811

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.01>

Yu.A. Filyasova

Herzen State Pedagogical University of Russia

TRANSLATION FEATURES OF BBC MEDIA ARTICLE HEADLINES (EVIDENCE FROM ENGLISH AND RUSSIAN EQUIVALENTS)

The aim of this paper is the analysis of the translation features, typical of BBC article headlines. The material included 107 news headlines selected randomly, which had their Russian equivalents. A semantic and comparative analysis served as the research method. The close attention to media texts in the era of digital technology proliferation explains the relevance of the study. The findings show that translation equivalents convey both the communicative and pragmatic potential of the original headlines. For this purpose, a complex of semantic transformations is used for maintaining the adequate meaning of original news in the target language, considering background knowledge of the target audience. The theoretical value lies in the fact that media headlines constitute an individual sub-genre which requires special research. The results can be used in the practice of teaching translation techniques to students specializing in linguistics and translation studies.

Keywords: translation techniques, translation strategies, transformations, pragmatic potential, target audience

Введение

Медiateкст представляет собой один из наиболее распространенных видов текста в условиях интернет-коммуникации и дистанционных средств связи. Медiateкст как языковой жанр объединяет контекст, социальные события и актуализирует речевые, риторические и прагматические аспекты

коммуникации (Ачкасов, 2016). Традиционными неотъемлемыми признаками медиатекста являются целостность, связность и завершенность, в теории коммуникации – канал, адресат, адресант и сообщение. Концепция медиатекста основывается на языковом материале средств массовой информации и экстралингвистических факторах, обуславливающих специфику кодирования и декодирования в контексте лингвокультурологических, социально-экономических, политико-идеологических условий (Ashtiani, Raahemi, 2023).

Медиатекст характеризуется следующими признаками: популярностью, т.к. публикуемая информация доступна миллионам читателей по всему миру; актуальностью, которая длится несколько часов и утрачивается с появлением новой информации (Ковш, Кутняя, 2020); важностью и соответствием потребностям целевой аудитории согласно различным демографическим параметрам, таким как возраст, пол, принадлежностью к социальным группам и профессиональным сообществам (Schreiber, Kampf, 2022); контекстуальностью, поскольку информация подается по каналам связи в контексте определенной коммуникации (Nadeem et al., 2023); стереотипностью в рамках заданных обществом представлений; речевой и жанровой стандартизованностью согласно заданным стандартам коммуникации (Li, Gao, 2023).

Новостные сообщения канала Би-би-си отличаются высокой информационной ценностью – категорией, которая предполагает освещение последних, наиболее значимых с точки зрения общества событий, например, экономический кризис в стране или регионе, девальвация национальной валюты, знаковые олимпийские мероприятия, банкротство влиятельных институтов, противоправные действия институциональных лиц и тому подобное (Подольских, 2012). Тематическая рубрикация новостей делает восприятие информации максимально доступным для различных групп пользователей: общество, политика, культура, бизнес, технологии, спорт, регионы (Азия, Африка и др.) (Rahnemoon et al., 2017).

К языковым особенностям подачи информации на канале Би-би-си относятся семантические, тематические, функционально-стилистические (Нильсен, Зантария, 2020; Малюга, Мадинян, 2021;

Arrese, 2021), композиционные, экспрессивные, например, преобладание негативной информации, использование оценочной лексики (Дускаева, 2018; Фролова, 2018; Плешкова, 2023), преобладание глагольных и многокомпонентных словосочетаний, распространенность вопросительных и акцентных конструкций (Пахолкова, 2021), взаимодействие фонетических, грамматических и лексических языковых средств для достижения манипулятивного воздействия на аудиторию (Василенко, Шеваршинова, 2019; Бурикова, Малоземова, 2022; Аكوпова, 2023). Существенной языковой характеристикой канала Би-би-си является отбор лексических средств – от слов с широкой семантикой до узкопрофессиональной терминологии, особенно в научных и высокотехнологичных областях. Сочетание простых синтаксических конструкций со сложным лексическим наполнением повышает доступность восприятия сложной информации (Зайцев, 2022). Особенности канала Би-би-си являются объективность, независимость и общественная направленность.

Синтаксическое оформление речи на канале Би-би-си характеризуется простыми синтаксическими конструкциями, номинативными (Синелева, 2019), неполными, изолированными, предложениями, повторами, явлениями парцелляции, преобладанием сложносочиненного вида связи над сложноподчиненными видами, а также внедрение разговорного стиля для повышения доступности восприятия информации для массовой аудитории читателей и слушателей (Гришина, 2020). Исследование просодических характеристик дикторов Би-би-си показывает, что в целях логического акцентирования участков речи используются различные параметры, такие как чередование быстрого и медленного произнесения слогов, паузация, повышение и понижение громкости, широкий диапазон тональных изменений между верхними и нижними значениями, исключение монотонности речи, изохронный стаккатный ритм, сочетающий разное число ударных и безударных слогов (Дечева, Ильина, 2017; Georgiou et al., 2020).

Отдельное внимание заслуживает такое явление как нарративизация, широко применяемая на канале Би-би-си, которая направлена на популяризацию научных знаний (Шуверова и др.,

2022). Явление «нарративизация» состоит в вербальной репрезентации комплексных явлений действительности со множеством взаимосвязей и взаимозависимостей, которые еще не были описаны, в расчете на обычных информационных пользователей, или потребителей информации, т.е. массовую аудиторию (Altahmazi, 2020).

С точки зрения лингвистики текста, структурные компоненты публицистической статьи включают предзаголовок, заголовок, подзаголовок, лид, анонс, основную часть, разделенную на абзацы, и заключение, по линии «тема, суждение, проблема». Механизм расположения информации в заголовочном комплексе рассчитан на экстраполяцию и проецирование структуры на основной текст статьи (Никитина, 2017). Заголовок является обязательным компонентом заголовочного комплекса.

Заголовок – это структурный компонент новостной статьи, выполняющий подготовительную, информационную, коммуникативную, экспрессивную, воздействующую, эстетическую функции. Построение заголовка публицистической статьи тематически соответствует принципу перевернутой пирамиды, согласно которому наиболее важная информация помещается в начало статьи – заголовок и подзаголовок, в то время как подробности, раскрывающие основные факты, – ближе к концу статьи (Игнатова, 2007). Как следствие, заголовок занимает ключевую позицию с точки зрения восприятия адресата (Khramchenko, 2023). Лингвистические особенности заголовка отражают «способы лингвистического конструирования действительности» (Добросклонская, 2010, с. 83). Так, например, залог помогает смещать логический акцент с одних действующих лиц на другие с помощью использования активного или пассивного залога. В заголовках часто встречаются сложные атрибутивные конструкции, способствующие информационной компрессии; грамматические формы *continuous*, позволяющие читателю ощутить сопричастность текущим событиям; конструкции *there be*, инфинитивные конструкции и простые предложения, подчеркивающие независимость авторских суждений (Filyasova, 2018).

Материал и методы исследования

В рамках данного исследования были рассмотрены приемы перевода заголовков новостных статей медиаканала Би-би-си (*англ.* BBC). Англоязычные заголовки и их эквиваленты на русском языке (N 214) были отобраны методом сплошной выборки и изучены с помощью семантического и переводческого видов анализа. Приемы перевода рассматривались с точки зрения стратегий сохранения эквивалентности, преобразования и адекватности. Стратегии перевода заголовков различают по степени близости к сообщению на языке оригинала и адаптации к языку перевода с ориентацией на смысловую инвариант, заданный в тексте оригинала (Alaa, Sawi, 2023).

Стратегия сохранения эквивалентности предполагает относительную взаимозаменяемость текста оригинала и перевода. Сохранение формальной эквивалентности означает стремление переводчика максимально точно передать языковую форму и языковое содержание сообщения, комментируя языковые различия и примеры межъязыковой асимметрии. Стремление к динамической эквивалентности означает попытку переводчика сохранить естественность звучания сообщения на языке перевода. Динамическая эквивалентность достигается путем соблюдения норм языка перевода, культурных реалий и особенностей, соответствие сообщения контексту общения и целевой аудитории. Следовательно, стратегия сохранения эквивалентности может быть ориентирована либо на язык оригинала, либо на язык перевода. Фактический перевод сообщений может занимать множество промежуточных положений между этими двумя полюсами (Tivyaeva & Abdulmianova, 2023).

Стратегия преобразования опирается на некоторые видоизменения и замены, связанные с улучшениями и обновлениями (трансформация) или ухудшениями и потерями (деформация). Учитывая тот факт, что перевод рассматривается как деятельность по преобразованию сообщения с одного языка с другой, трансформации и деформации являются неотъемлемыми компонентами процесса перевода. Объектом преобразования в переводе выступает не исходный текст оригинала, а система смыслов, или некий виртуальный объект, закодированный на языке оригинала. Современные ученые склонны рассматривать *информацию* и *смысл* в переводе с точки зрения динамического

подхода, т.к. именно в континууме происходит формирование содержания высказывания (Казакова, Ачкасов, 2018).

Стратегия адекватности опирается на передачу смыслового образа сообщения и связана с понятиями «истина» и «ложь». Стратегия адекватности направлена на сохранение верности смысла текста перевода тексту оригинала за счет адаптации исходного смыслового содержания в языке перевода. Следование стратегии адекватности, переводчики сталкиваются с проблемой деформации и искажения формальных языковых и содержательных аспектов относительно текста оригинала. Стратегия адекватности предполагает более широкое понимание перевода – не только как сохранение информации, но и прагматического потенциала в заданных условиях коммуникации.

Рассмотрим стратегии перевода на примере заголовка статьи на канале Би-би-си и его русскоязычных вариантах в нескольких информационных изданиях:

- *Joe Biden vows to visit Hawaii soon amid criticism*
- *Президент США заявил, что посетит пострадавшие от пожаров Гавайи*
- *Байден заявил о планах посетить пострадавшие от пожаров Гавайи*
- *Байден заявил, что отправится на Гавайи, как только появится возможность*
- *Байден пообещал посетить Гавайи, как только сможет*

В представленных вариантах перевода заголовка стратегия сохранения проявляется в таких постоянных элементах как фигура президента США и его намерение посетить Гавайи. Стратегия преобразования на смысловом (глубинном) уровне заключается в переосмыслении и трансформации окончания сообщения: существительное с отрицательной коннотацией *criticism*, в результате переосмысления содержания всей статьи, и замены на «пожары на Гавайях» и «возможность». На языковом (поверхностном) уровне стратегия преобразования очевидна в формах выражения имени Президента: Joe Biden передается только фамилией с опущением имени «Джо» или указанием его должности; глагол *vow* переводится более нейтральным «заявил» или более разговорным «пообещал»; инфинитив *to visit* получил выражение в русскоязычном заголовке не только как «посетит», но

и «отправится». С синтаксической точки зрения, исходный заголовок является простым предложением, а в языке перевода – сложносочиненное предложение. В целом, можно отметить усложнение, или трансформацию заголовка по сравнению с оригиналом, как следствие преобразования по пути его улучшения во всех рассмотренных вариантах перевода.

Обсуждение и результаты исследования

Ввиду межъязыковой асимметрии и невозможности точной передачи сообщения с языка оригинала средствами языка перевода, применяются лексические, грамматические и комплексные (лексико-грамматические) трансформации для адекватной передачи смысла исходного текста. Во многих случаях работа переводчиков осложняется отсутствием объектов лингвокультуры в языке перевода, в результате используются приемы транскрибирования, транслитерации и калькирования.

Транскрибирование как прием передачи звучания исходной лексической единицы или выражения буквами языка перевода встречается в случаях, когда эквивалентная лексика отсутствует. Примерами могут служить следующие заголовки канала Би-би-си:

- *Top 10 paradoxes of Warren Buffett // Секрет успеха: 10 парадоксов Уоррена Баффета*
- *Moscow airport bomb: Doubts about Russian tactics // Безопасность: израильские "ноу-хау"*
- *Госдепартамент США отдаст разведку на аутсорсинг*

Активное развитие отрасли информационных коммуникационных технологий привело к появлению большого числа слов в результате транскрибирования. Данное явление является доказательством тенденции форенизации (Шелестюк, Гриценко, 2016, Malуga, 2020), которая заключается в огромном влиянии иностранного языка и культуры. Так, в некоторых заголовках Би-би-си Русской службы сохраняются английские названия технических устройств:

- *"Осторожно, люди!": от wi-fi увядает листва*
- *Минкомсвязи о Wi-Fi: идентифицировать будет оператор*

Транслитерация, или воспроизведение буквенной формы слов и выражений исходного текста буквами на языке перевода, используется при переводе заимствованных слов:

- *Bugged samovar leads to arrest of Russian officials*
- *Role of the **Bolsheviks** - Higher History Revision*
- ***Glasnost and Perestroika** - National 5 History Revision*
- *Absolut **Vodka** halts exports to Russia after backlash*
- *The Soviet era **Valenki** factory in the nearby town of **Sebezh***
- *Россия предостерегает от "скрытой имплементации" соглашения с ЕС*
- *Почему мы ненавидим электронную почту, но любим мессенджеры*
- *Резкое падение индекса **Доу-Джонса** встревожило инвесторов*
- *Переговорщики по Ирану готовы снова перенести **дедлайн***

Выбор приема транскрибирования или транслитерации зависит от популярности слова или термина в устной или письменной речи, соответственно, а также от степени узнаваемости слова при переходе из английского в русский язык. Индекс Доу-Джонса, например, в английском языке произносится как /ˌdaʊ dʒəʊnz/ («дауджоунз»), однако в русский язык этот термин вошел как «доуджоунз», т.е. первичной оказалась письменная форма, или транслитерация. Термин «аутсорсинг» заимствован с помощью транскрипции, т.к. из письменной речи он был бы заимствован как «оутсорсинг». На выбор приема перевода может оказывать время заимствования: при низком уровне знания языка оригинала массовой аудиторией, скорее всего, будет применена транслитерация, а при высоком уровне и распространенности термина – транскрибирование.

Калькирование как прием перевода заключается в воссоздании слова или словосочетания из языка оригинала на языке перевода его графическими и фонетическими средствами без поиска эквивалентов. Фактически, калькирование означает создание новых слов на языке перевода. Данный прием применяется при переводе безэквивалентной лексики и приводит к тому, что язык перевода пополняется новым словарным запасом. Поначалу калькированные слова и словосочетания представляют сложности для носителей языка перевода, однако многие из них со временем ассимилируются, особенно, в узкопрофессиональных сферах. Примером калькирования на канале Би-би-си могут служить

выражения *холодная война, Черное море, мозговой штурм, небоскреб, золотая лихорадка*:

- *Is the world entering a new **Cold War**? // Ждет ли мир новая холодная война?*
- *Russian ship hit in Novorossiysk, **Black Sea** drone attack, Ukraine sources say // Военно-морскую базу в Новороссийске атаковали дроны. Вероятно, поврежден корабль «Оленегорский горняк»*
- *Merkel, Sarkozy, Medvedev to '**brainstorm**' on security // Медведев, Саркози и Меркель готовят "мозговой штурм"*
- *Reality Check: What are the rules on building **skyscrapers**? // Осколок, Огурец и Терка. Почему в Лондоне такие странные небоскребы*
- *Risky **gold mining** booming in Senegal // Золотая лихорадка в Сенегале*

В целом, формальные методы перевода, которые ориентированы на сохранение исходной формы языка оригинала в языке перевода, представляют собой явление форенизации, т.е. максимальное сохранение лингвокультурных реалий в языке перевода. Напротив, лексико-семантические замены относятся к явлению доместикации, или максимальной адаптации социальных и лингвокультурных феноменов в языке перевода. Рассмотрим их более подробно.

Добавление как лексический прием перевода означает введение дополнительных слов, поясняющих имена собственные, должностные наименования и другие социокультурные реалии исходного текста. Добавление применяется, когда семантика слов и выражений языка оригинала являются содержательно более емкими, по сравнению с языковыми эквивалентами языка перевода. В следующем примере первое место в заголовке занимает имя собственное, которое известно далеко не всем читателям русскоязычной аудитории, поэтому перевод заголовка на русский язык начинается с уточнения его должности:

- ***Harry Kane's** move from Tottenham to Bayern Munich // **Капитан сборной Англии Гарри Кейн** переходит в «Баварию» за 100 млн евро*
- ***President Joe Biden** says he plans to run for second term in 2024 // **Президент США Джо Байден** объявил, что намерен баллотироваться на второй президентский срок в 2024 году*

В заголовке на русском языке, анонсирующем намерение президента США Джозефа Байдена, добавлено название страны с целью соблюдения политической корректности, т.к. при переводе в иноязычной лингвокультурной среде должность президента ассоциируется с действующим высшим выборным лицом данной страны.

Перемещение используется в случаях межъязыковой асимметрии, когда невозможно сохранить порядок слов при переводе, аналогичный языку оригинала. Так, например, в следующем заголовке сложное атрибутивное словосочетание *Liz Truss phone hack claim* невозможно сохранить при переводе в русском языке, поэтому применен прием перемещения в сочетании с морфологической заменой существительного в функции атрибутива на глагол в начальной форме «взломать» в составе модального предиката, указывающего на некую вероятностную неопределенность:

- *Liz Truss phone hack claim prompts calls for investigation // Телефон Лиз Трасс могли взломать связанные с Россией агенты, узнали СМИ*

Аналогичным можно считать пример, в котором сложная атрибутивная конструкция также переводится с помощью приема перемещения:

- *India bridge collapse: Death toll rises to 141, many still missing // Обрушение моста на западе Индии: число погибших выросло до 141*

Опущение является контрастным приемом по отношению к добавлению и заключается в игнорировании некоторых языковых единиц при переводе в соответствии с принципом межъязыковой асимметрии и стратегическим принципом приоритета основного смысла высказывания над значением отдельных языковых единиц. На канале Би-би-си, опущение может использоваться при переводе реалий, знакомых целевой аудитории, например:

- *Banker Oleg Tinkov renounces Russian citizenship over Ukraine // Олег Тиньков отказался от гражданства России*
- *Brazil election: Bolsonaro supporters block roads after poll defeat // Сторонники Жаира Болсонару заблокировали дороги в Бразилии*

Опущение в отдельных случаях может быть использовано ввиду иных журналистских стандартов. Так, предзаголовок *Brazil election*

был опущен, т.к. предзаголовки не столь популярны в русскоязычной журналистской практике. Кроме того, опущение смысловых участков может выполнять функцию повышения интереса массовой аудитории к новостной статье.

Компенсация является одним из наиболее важных приемов при переводе, т.к. позволяет передать элементы языка оригинала, не имеющие аналогов и эквивалентов в языке перевода на уровне эмоционально-коннотативных значений. Следующий заголовок Би-би-си на английском языке содержит приветствие *'Welcome to Luton'*, которое означает «Добро пожаловать в Лютон». Смысл шутки в английском заголовке сводится к противопоставлению двух аэропортов – Лютон и Гэтвика. По аналогии с аэропортами в нашей стране, такой заголовок можно было бы представить как «Добро пожаловать в Домодедово» вызвала панику на подлете к Шереметьево. Однако название аэропорта Лютон не знакомо широкой русскоязычной аудитории, поэтому прямой перевод не был бы понятен русскоязычным читателям.

– *'Welcome to Luton' stunt panics Gatwick Airport arrivals // Шутливая надпись на подлете к лондонскому аэропорту вызвала панику у пассажиров*

Компенсация заключается в преобразовании *'Welcome to Luton'* в *Шутливая надпись*. Несмотря на то, что ничего шутливого в самой приветственной надписи не содержится, т.к. она встречает пассажиров на подлете к аэропорту. Переводчики использовали прилагательное «шутливая», исходя из динамического принципа перевода. Шутка заключается в несоответствии фактического места прилета и географического обозначения в приветственной надписи.

Экспликация как переводческий прием сводится к пояснению малознакомых имен собственных для аудитории языка перевода. В следующем заголовке Би-би-си имя актера Дэниела Крейга поясняется указанием его профессии, причем в легкоузнаваемой форме, повторяющей способ представления в известном фильме:

– *Daniel Craig Honored by Queen with Same Title as James Bond // Крейг, Дэниел Крейг. Актер, сыгравший Джеймса Бонда, получит от королевы орден, которым был награжден агент 007*
– *Coldplay to stop making music as a band in 2025 // Британская группа Coldplay планирует прекратить запись альбомов к 2025 году*

В примере о музыкальном коллективе название «*Coldplay*» эксплицируется путем указания принадлежности к социальной категории «*британская группа*», т.к. не все читатели могут быть знакомы с данным коллективом.

Конкретизация означает передачу языковой единицы в языке оригинала с более широким значением языковой единицей с более конкретным значением в языке перевода. Так, в следующем английском заголовке используется название страны US, в то время как в его русскоязычном эквиваленте географическое положение конкретизируется – Мексика и Калифорния:

– *Hurricane Hilary weakens but could still be deadly – US // Ураган "Хилари" угрожает катастрофическим наводнением в Мексике и Калифорнии*

Вероятно, конкретизация связана не только с лингвистическими особенностями, но также с фактическими данными прогноза погоды и целевой аудиторией: если для американских читателей важнее знать только о погоде в собственной стране, то для русскоязычной аудитории – прогноз в Северной Америке в целом.

Генерализация является противоположным приемом относительно конкретизации: более конкретная языковая единица передается лингвистическими средствами с более обобщенной семантикой, в некоторых случаях – гиперонимами. В нижеследующем заголовке конкретное имя собственное переводится более общим выражением, объединяющим в себе последующий контекст *slavery links*, как *Потомки британского рабовладельца*:

– *William Gladstone's family to apologise for slavery links // Потомки британского рабовладельца поедут в Гайану просить прощения*

– *Niger coup leader Gen Tchiani promises to handover power in three years // Переворот в Нигере: глава президентской гвардии объявил себя лидером страны*

Русскоязычный заголовок о новом руководителе Нигера является результатом комплексного преобразования. Генерализация заключается в более общем представлении политического лидера *Niger coup leader Gen Tchiani* как *глава президентской гвардии*.

Модуляция, или смысловое развитие, встречается в тексте перевода как способ пояснения причины какого-либо события и замены ее на следствие в результате переосмысления и логического умозаключения. Модуляция используется как прием перевода в тех случаях, когда исходный текст не может быть передан прямыми эквивалентами языка перевода. В заголовках модуляция, как правило, основана на материале текста статьи, т.к. в соответствии со стратегическим принципом понимания всего сообщения, заголовок должен отражать наиболее важные аспекты новости в том виде, в котором они подаются в журналистской практике определенной страны. Смысловое развитие в заголовке также выполняет функцию его смысловой законченности как структурного элемента статьи. В следующих примерах из материалов канала Би-би-си заголовок о событиях в Чили можно наблюдать модуляцию, т.е. заголовок дополняется информацией, отсутствующей в английском заголовке: *В силе осталась конституция Пиночета*:

- *Chile constitution: Voters overwhelmingly reject radical change // В Чили с треском провалился проект новой "прогрессивной" конституции. В силе осталась конституция Пиночета*
- *Freya the walrus drew crowds of fans. And that's why Norway decided to euthanize her // В Норвегии усыпили любимицу публики моржиху Фрейю. Она поселилась в Осло и стала жертвой любопытства туристов*

В заголовке о морже переводческий прием «модуляция» – *Она поселилась в Осло и стала жертвой любопытства туристов* – сопровождается перестановкой относительно текста оригинала, конкретизацией – *Norway vs. Осло*, генерализацией – *decided to euthanize vs. усыпили*, и компенсацией – *drew crowds of fans vs. любимицу публики*.

Целостное преобразование представляет собой замену языковых средств текста оригинала далекими по семантике лингвистическими средствами в языке перевода. Причинами могут быть межъязыковая асимметрия, а также необходимость адаптации к восприятию целевой аудитории. Так, в следующем примере имена собственные Зара и Майк Тидалл, вероятно, малознакомы русскоязычной аудитории, поэтому переводчик принял решение применить преобразование левой части заголовка.

- *Zara and Mike Tindall lose their baby // Внучка королевы Елизаветы II потеряла ребенка*
- *The workers getting 100% pay for 80% of the hours // Четыре дня в неделю за полную зарплату? А что, так можно?*

Английский заголовок о новых правилах оплаты труда содержит цифровые данные, восприятие которых переводчику показалось сложным, поэтому вместо процентного соотношения в русскоязычном переводе наблюдается целостное преобразование, которое упрощает понимание исходного смысла и дополнительно создает эмоциональный фон за счет вопросительных конструкций.

Контекстуальная замена, или окказиональное соответствие, рассматривается как исключительный случай перевода, подходящий только определенному контексту. В заголовке Би-би-си о новостях разговорное выражение *the way we think* заменяется научным термином *представление о мире*, аналогичное выражение *the way we behave* передается как *губят наше здоровье*. Если в первом случае можно констатировать стилистическое преобразование, то во втором – контекстуальную замену, основанную на тексте статьи:

- *How the news changes the way we think and behave // Как новости искажают наше представление о мире и губят наше здоровье*

Контекстуальная замена отличается от переводческого приема «компенсация» тем, что контекстуальная замена не направлена на межкультурную адаптацию ввиду невозможности перевода определенных языковых единиц по причине потери адекватности перевода. Контекстуальная замена выступает приемом создания более привычного для восприятия текста носителями языка перевода, т.е. направлена на адаптацию формы, а не сохранение содержания сообщения.

Комплексные преобразования необходимы для адекватной передачи смысла исходного заголовка. На примере следующего заголовка можно проследить, что действия переводчика были направлены ряд преобразований – замены, опущения, дополнения:

- *Trump's time in Fulton County Jail will be brief. Others die waiting // Трамп поместят в изолятор округа Фултон в Атланте. Что это за место?*

Предложение, содержащее субстантивное словосочетание *Trump's time* с глаголом состояния *will be*, преобразовано в неопределенно личное предложение с глаголом действия *поместят*. Данное синтаксическое преобразование смещает акцент с субъекта на действия, которые должны с ним произойти. Существительное *jail* переведено как *изолятор*, значение которого в русском языке стирает семантическую разницу между пенитенциарным и медицинским учреждениями, выступая в определенной степени в качестве эвфемизма. Кроме того, переводчик уточняет местоположение учреждения *в Атланте*, которое отсутствует в языке оригинала, поскольку русскоязычные читатели, скорее всего, не знакомы с его географическим положением. Вторая часть заголовка содержит разговорное выражение *die + герундий*, которое не имеет прямого эквивалента в русском языке, поэтому она полностью преобразована в вопросительную конструкцию разговорного стиля, сходной по прагматическому эффекту с текстом оригинала.

Таким образом, переводческие приемы представляют собой широкий набор инструментов для профессиональных переводчиков, позволяющих передать исходный смысл, адаптировать языковую форму текста оригинала для целевой аудитории языка перевода (Александрова, Николаева, 2016; Белоглазова, 2019). Рассмотренные приемы основаны на стратегиях и принципах перевода, соблюдение которых необходимо для создания эквивалентных вторичных текстов. Понимание текста оригинала зависит не только от знания языка исходного текста, но также от знания сферы деятельности, терминологии, социокультурного, исторического, политического, экономического контекста (Ачкасов, 2019). При переводе заголовков материалов на канале Би-би-си наблюдаются множественные формальные и семантические преобразования, нацеленные на создание приемлемого заголовка на русском языке с точки зрения риторики, политической корректности, степени осведомленности аудитории, языковых средств и смыслового содержания.

Заключение

Перевод заголовка современной медиастатьи требует от переводчика умения ориентироваться в информационном поле

определенной журналистской практики, знания журналистской этики, политически корректных языковых стандартов, а также мастерского владения речевыми приемами, навыками поиска эквивалентов, преобразования и адаптации оригинальных текстов для конечных пользователей информации. Наряду с языковыми различиями и языковыми знаками, которые часто не совпадают по своему семантическому содержанию, существуют межкультурные различия, складывающиеся из исторических, социальных, экономических и других особенностей, требующих не только перевода, но и разъяснений для носителей языка иной культуры. В текстах художественных произведений подобные реалии подлежат комментированию, занимающему немалый объем постраничных сносок. В медиатекстах, однако, пространственные комментарии исключаются и вместо подробных объяснений применяются приемы эквивалентной замены и поиска аналогичных языковых единиц в языке перевода. Топонимы, названия должностей, имена собственные, обозначающие реалии, незнакомые пользователям языка перевода, дополняются гиперонимами или краткими уточнениями, поясняющими значение незнакомых объектов или лиц. Тем не менее, достижение полной эквивалентности зачастую представляет собой невозможную задачу, поэтому в язык активно, а в некоторых случаях агрессивно, внедряются языковые слова и выражения иностранного происхождения, вызывающие непонимание или возмущение аудитории языка перевода. Здесь речь идет о приемах транскрибирования, транслитерации и калькирования, которые в целом способствуют фореизации. Активное проникновение иностранной лексики является следствием развития определенной отрасли общественной деятельности, которая получила развитие в стране языка оригинала, например, в сфере маркетинга или информационно-коммуникационных технологий. Это влечет за собой пополнение словарного запаса в языке перевода и расширение картины мира носителей этого языка. Заимствованная лексика в результате транскрибирования, транслитерации и калькирования проходит стадию ассимиляции согласно правилам принимающего языка и постепенно входит в активную речевую практику. На основе вышесказанного можно заключить, что перевод медиатекстов выполняет не только функцию трансляции информационного

сообщения на языке перевода, но и обучающую функцию, функцию межкультурного информационного обмена и международного взаимодействия.

Литература

1. Аكوпова А.С. Формирование эвфемизмов в английском языке: тематическая классификация и статистический анализ // Вопросы прикладной лингвистики. 2023. № 50. С. 28-51. <https://doi.org/10.25076/vpl.50.02>.
2. Александрова О.И., Николаева У.А. Стратегии перевода современных англоязычных фильмонимов на русский и испанский языки (на примере фильмов 2008—2014 гг.) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. №2. С. 113-122.
3. Ачкасов А.В. Жанровые вопросы перевода // Вестник СПбГУ. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2016. Вып. 4. С. 5–17. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu09.2016.401>.
4. Ачкасов А.В. Локаль как концепт межъязыковой коммуникации // Герценовские чтения. Иностранные языки: сб. науч. тр. Санкт-Петербург, 11-12 апреля 2019 г. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2019. С. 21-23.
5. Белоглазова Е.В. Перевод поэтических интекстов в научном культурологическом дискурсе // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А.И. Герцена. 2019. №192. С. 60-67.
6. Бурикова С.А., Малоземова К.Г. Персонификация как лексическое средство выразительности в заголовках статей бизнес-тематики // Вопросы прикладной лингвистики. 2022. №48. С. 54-75. <https://doi.org/10.25076/vpl.48.03>.
7. Василенко Т.С., Шеваршинова Е.И. Особенности языковой реализации информационных медиатекстов (на примере телевизионных новостных выпусков БИ-БИ-СИ) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 5. С. 17-28.
8. Гришина Д.Д. Синтаксические особенности медиатекста немецкоязычных СМИ // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2020. №2(38). С. 101-109. <https://doi.org/10.25688/2076-913X.2020.38.2.11>.

9. Дечева С.В., Ильина К.А. Звучащее своеобразие новостных программ БИ-БИ-СИ: традиции и инновации // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2017. №2. С. 106-111.
10. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. Изд. 3-е. М., 2010. 286 с.
11. Дускаева Л.Р. Медиалингвистика в России: становление структуры и векторы развития // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. 2018. №. 6. С. 48-74.
12. Зайцев Е.Р. Лексико-стилистические особенности региональных медиатекстов: коммуникативно-прагматический аспект // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2022. Т. 8. №4. С. 129-137.
13. Игнатова Н.Л. Архитектоника газетного заголовочного комплекса // Альманах современной науки и образования. 2007. № 3-3. Ч. 3. С. 87-88.
14. Казакова Т.А., Ачкасов А.В. Инструменты лингвистической экспертизы перевода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №7 (85). Ч. 2. С. 325-328. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-7-2.22>.
15. Ковш Е.В., Кутняя А.О. Язык современной англоязычной прессы: корпусное исследование // Вопросы прикладной лингвистики. 2020. №39. С. 56-81. <https://doi.org/10.25076/vpl.39.03>.
16. Малюга Е.Н., Мадиян Е.И. Метафорическая репрезентация событий в американском новостном медиадискурсе // Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2021. №2 (33). С. 9-19. <https://doi.org/10.36622/VSTU.2021.87.51.001>.
17. Малюга Е.Н. Новые тенденции англоязычного научного дискурса: вопросы актуальности исследования и языковой идентичности // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2019. № 58. С.52-70. DOI: 10.17223/19986645/58/4
18. Никитина М.А. Внешняя структура заголовочного комплекса // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2017. № 1-2. С. 105-107.

19. Нильсен Е.А., Зантария Л.И. Анализ перевода каламбура в речах политических деятелей как важная составляющая процесса подготовки письменных переводчиков // Гуманитарные науки и вызовы нашего времени: сб. науч. ст. по итогам II Всерос. науч. конф. с межд. уч. 2020. С. 90-92.
20. Пахолкова Л.М. Вопросительное высказывание в заголовочном комплексе (функционально-сематический аспект) // Военно-филологический журнал. 2021. № 4. С. 12-23.
21. Плешкова Д. С. Сарказм в американском конфронтационном кинодискурсе: способы вербализации и проблемы перевода на русский язык // Дискурс профессиональной коммуникации. 2023. Т. 5. № 1. С. 62-73. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-1-62-73>.
22. Подольских Е.А. Специфика британского новостного телевизионного дискурса как объекта лингвистического анализа // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2012. Т. 14. №2(6). С. 1560-1564.
23. Синелева А.В. Структура заголовочного комплекса в новостном дискурсе СМИ // Научный диалог. 2019. № 6. С. 72-86. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-6-72-86>.
24. Tivyayeva I. V., Abdulmianova D. R. Digital politeness in online translator and interpreter training: The lessons of the pandemic // Training, Language and Culture. 2023. Vol. 7(1). Pp. 101-115. doi: 10.22363/2521-442X-2023-7-1-101-115
25. Фролова В.И. Провокативные стратегии в заголовочном комплексе медиатекста: этический аспект // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2018. Т. 1. № 1. С. 152-162.
26. Шелестюк Е.В., Гриценко Э.Д. О форенизации и доместикации в переводе и возможностях их лингвистической оценки // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. №4 (386). С. 202-207.
27. Шуверова Т.Д. Диалог культур как основополагающий принцип гуманитарного университетского образования (на материале преподавания иностранных языков) // Перспективы высшего дизайн-образования в условиях ФГОС 3++: мат. межвуз. научно-метод. конф., Москва, 30 нояб. 2020 г. М., 2020.
28. Alaa A.M., Sawi I.A. The analysis and quality assessment of translation strategies in subtitling culturally specific references:

- Feathers // *Heliyon*. 2023. Vol. 9. Issue 8. e19095. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19095>.
29. Altahmazi T.H.M. Creating realities across languages and modalities: Multimodal recontextualization in the translation of online news reports // *Discourse, Context & Media*. 2020. Vol. 35. 100390. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100390>.
 30. Arrese A. The use of ‘bubble’ as an economic metaphor in the news: The case of the ‘real estate bubble’ in Spain // *Language & Communication*. 2021. Vol. 78. P.100-108. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2021.03.001>.
 31. Ashtiani M.N., Raahemi B. News-based intelligent prediction of financial markets using text mining and machine learning: A systematic literature review // *Expert Systems with Applications*. 2023. Vol. 217. 119509. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.119509>.
 32. Filyasova Y.A. News Headlines: A Contrastive Linguistic Analysis // *SGEM2018 Vienna ART conference proceedings*, 19-21 March, 2018. Vol. 5. Issue 3.1. P. 333-344. <https://doi.org/10.5593/sgemsocial2018H/31/S10.042>.
 33. Georgiou G.P., Perfilieva N.V., Denisenko V.N., Novospasskaya N.V. Perceptual realization of Greek consonants by Russian monolingual speakers // *Speech Communication*. 2020. Vol. 125. P. 7-14. <https://doi.org/10.1016/j.specom.2020.09.008>.
 34. Khranchenko D.S. How headlines communicate: A functional-pragmatic analysis of small-format texts in English-language mass media // *Training, Language and Culture*, 2023. Vol. 7, Issue 2. P. 30-38. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2023-7-2-30-38>.
 35. Li L., Gao F. Contrasting semantic and sentimental features between Chinese and American economic news discourse in the epidemic era: A corpus-based critical discourse analysis // *Social Sciences & Humanities Open*. 2023. Vol. 7. Issue 1. 100435. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100435>.
 36. Nadeem M.I., Ahmed K., Zheng Z., Li D., Assam M., Ghadi Y.Y., Alghamedy F.H., Eldin E.T. SSM: Stylometric and semantic similarity oriented multimodal fake news detection // *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences*. 2023. Vol. 35. Issue 5. 101559. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2023.101559>.
 37. Rahnemoun S.N., Ahangar A.A., Nourmohammadi E. Thematic structure and translation: A case study of the translation of English

- news into Persian // *Lingua*. 2017. Vol. 194. P. 26-50. <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2017.05.003>.
38. Schreiber M., Kampf Z. The interpretive mediation of social worlds: Intention markers in news headlines // *Journal of Pragmatics*. 2022. Vol. 193. P. 189-200. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.03.021>.

References

- Achkasov, A.V. (2016). Genre issues in translation studies. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 4, 5-17. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu09.2016.401>. (In Russian).
- Achkasov, A.V. (2019). Locale as a concept of cross-language communication. *Herzen's Readings. Foreign Languages: proc. of conference papers*, 11-12 April, 2019, Saint-Petersburg, Herzen University, pp. 21-23. (In Russian).
- Akopova, A.S. (2023). Euphemism construction in English: thematic classification and statistical analysis. *Issues of Applied Linguistics*, 2 (50), 28-51. <https://doi.org/10.25076/vpl.50.02>. (In Russian).
- Alaa, A.M., & Sawi, I.A. (2023). The analysis and quality assessment of translation strategies in subtitling culturally specific references: Feathers. *Heliyon*, 9(8), e19095. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19095>.
- Aleksandrova, O.I., & Nikolayeva, U.A. (2016). Translation Strategies of Modern English Filmonyms into Russian and Spanish (the example of films released in 2008-2014). *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2, 113-122. (In Russian).
- Altahmazi, T.H.M. (2020). Creating realities across languages and modalities: Multimodal recontextualization in the translation of online news reports. *Discourse, Context & Media*, 35, 100390. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100390>.
- Arrese, A. (2021). The use of 'bubble' as an economic metaphor in the news: The case of the 'real estate bubble' in Spain. *Language & Communication*, 78, 100-108. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2021.03.001>.
- Ashtiani, M.N., & Raahemi, B. (2023). News-based intelligent prediction of financial markets using text mining and machine learning: A systematic literature review. *Expert Systems with*

- Applications*, 217, 119509.
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.119509>.
- Beloglazova, E.V. (2019). Poetic intext translaton in scientific culturological text. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 192, 60-67. (In Russian).
- Burikova, S.A., & Malozemova, K.G. (2022). Personification as a lexical stylistic device in business articles' headlines. *Issues of Applied Linguistics*, 48, 54-75. <https://doi.org/10.25076/vpl.48.03>. (In Russian).
- Decheva, S.V., & Ilina, K.A. (2017). Sounding peculiarity of BBC news programs: traditions and innovations. *Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2 (23), 106-111. (In Russian).
- Dobrosklonskaya, T.G. (2010). *Issues of studying mediatexts: the research into modern English mediaspeech*. 3rd ed. 286 p. (In Russian).
- Duskaeva, L.R. (2018). Media Linguistics in Russia: Structure Formation and Development. *Vestnik Moskovskogo universiteta.Seriya 10. Zhurnalistika*, 6, 48-74. (In Russian).
- Filyasova, Y.A. (2018). News Headlines: A Contrastive Linguistic Analysis. *SGEM2018 Vienna ART conference proceedings*, 5(3.1), 19-21 March, 2018, pp. 333-344. <https://doi.org/10.5593/sgemsocial2018H/31/S10.042>.
- Frolova, V.I. (2018). Provocative strategies in the headquarters of mediatext: ethical aspect. *Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 1 (1), 152-162. (In Russian).
- Georgiou, G.P., Perfilieva, N.V., Denisenko, V.N., & Novospasskaya, N.V. (2020). Perceptual realization of Greek consonants by Russian monolingual speakers. *Speech Communication*, 125, 7-14. <https://doi.org/10.1016/j.specom.2020.09.008>.
- Grishina, D.D. (2020). Syntactic Features of German Mediatexts. *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 2 (38), 101-109. <https://doi.org/10.25688/2076-913X.2020.38.2.11>. (In Russian).
- Ignativa, N.L. (2007). The architectonics of the newspaper header complex. *Almanac of modern science and education*, 3-3 (3), 87-88. (In Russian).

- Kazakova, T.A., & Achkasov, A.V. (2018). Tools of linguistic expertise of translation. *Philological sciences. Issues of theory and practice*, 7 (85), 2, 325-328. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-7-2.22>. (In Russian).
- Khramchenko, D.S. (2023). How headlines communicate: A functional-pragmatic analysis of small-format texts in English-language mass media. *Training, Language and Culture*, 7(2), 30-38. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2023-7-2-30-38>.
- Kovsh, E.V., & Kutnyaya, A.O. (2020). The language of modern english press: Corpus research. *Issues of Applied Linguistics*, 39, 56-81. <https://doi.org/10.25076/vpl.39.03>. (In Russian).
- Li, L., & Gao, F. (2023). Contrasting semantic and sentimental features between Chinese and American economic news discourse in the epidemic era: A corpus-based critical discourse analysis. *Social Sciences & Humanities Open*, 7(1), 100435. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100435>.
- Malyuga, E.N., & Madinyan, E.I. (2021). Representation of events in the American News Media Discourse. *Modern Linguistic and Methodical-and-Didactic Researches*, 2 (33), 9-19. <https://doi.org/10.36622/VSTU.2021.87.51.001>. (In Russian).
- Malyuga, E.N. (2020). Emergent Trends in English Scientific Discourse: Issues of Research Relevance and Linguistic Identity. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta Filologiya-Tomsk State University Journal of Philology*, 52-70 ,58. DOI: 10.17223/19986645/58/4 (In Russian).
- Nadeem, M.I., Ahmed, K., Zheng, Z., Li, D., Assam, M., Ghadi, Y.Y., Alghamedy, F.H., & Eldin, E.T. (2023). SSM: Stylometric and semantic similarity oriented multimodal fake news detection. *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences*, 35 (5), 101559. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2023.101559>.
- Nikitina, M.A. (2017). The external structure of the header complex. *New science: Problems and perspectives*, 1-2, 105-107. (In Russian).
- Nilsen, E.A., & Zantaria, L.I. (2020). Pun translation analysis in political leaders' speeches as an integral part of translators' education. *Humanities and the challenges of our time: proc. of conference*

- papers*, 05-06 March, 2020, Saint-Petersburg, SPbSUE, pp. 90-92. (In Russian).
- Paholkova, L.M. (2021). Interrogative Sentences as Headlines (Semantic and Functional Aspect). *Military-Philological Journal*, 4, 12-23. (In Russian).
- Pleshkova, D.S. (2023). Unveiling the language techniques behind the pragmatic meaning of sarcasm in American confrontational film discourse. *Professional Discourse & Communication*, 5(1), 62-73. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-1-62-73>. (In Russian).
- Podolskikh, E.A. (2012). Specific features of the British news television discourse as object of the linguistic analysis. *Izvestia of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 14 (2-6), 1560-1564. (In Russian).
- Rahnemoon, S.N., Ahangar, A.A., & Nourmohammadi, E. (2017). Thematic structure and translation: A case study of the translation of English news into Persian. *Lingua*, 194, 26-50. <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2017.05.003>.
- Schreiber, M., & Kampf, Z. (2022). The interpretive mediation of social worlds: Intention markers in news headlines. *Journal of Pragmatics*, 193, 189-200. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.03.021>.
- Shelestyuk, E.V., & Gritsenko, E.D. (2016). Foreignization / domestication in translation and their linguistic evaluation. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 4 (386), 202-207. (In Russian).
- Shuverova, T.D. (2020). Dialogue of cultures as a fundamental principle of humanitarian university education (based on the teaching of foreign languages). *Prospects for higher design education in terms of FSES 3++*: proc. of conference papers, Moscow, 30 Nov. 2020, pp. 49-53. (In Russian).
- Sineleva, A.V. (2019). Structure of headline complex in news media discourse. *Nauchnyi dialog*, 6, 72-86. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-6-72-86>. (In Russian).
- Tivyayeva, I. V., & Abdulmianova, D. R. (2023). Digital politeness in online translator and interpreter training: The lessons of the pandemic. *Training, Language and Culture*, 7(1), 101-115. doi: 10.22363/2521-442X-2023-7-1-101-115
- Vasilenko, T.S., & Shevarshinova, E.I. (2019). Specific features of linguistic realization of informational media texts (study of BBC

television news programmes). *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 5, 17-28. <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2019-5-17-28>. (In Russian).
Zajcev, E.R. (2022). Lexical and stylistic features of regional media texts: communicative and pragmatic aspect. *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, 4 (8), 129-137. (In Russian).

УДК 81'234

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.02>

Д.С. Храмченко²

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЯЗЫКА И МОЗГА: КАК ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ ПРИ ПОМОЩИ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИИ

В современном мире владение английским языком стало ключевым навыком для эффективной коммуникации и карьерного роста. В данной статье рассматриваются вопросы интеграции методологии нейролингвистических исследований в процессы преподавания английского языка как иностранного (TEFL) и совершенствования профессиональной коммуникации. Используя последние достижения в области нейролингвистики, автор исследует нейронные механизмы, лежащие в основе обработки языка, билингвизма, языковых расстройств, а также их влияние на изучение языка и коммуникацию. В статье представлен обзор ключевых публикаций в данной области и освещена специфика методологии нейролингвистических исследований. Цель статьи -

² Храмченко Д.С. 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

показать, как нейролингвистические методы позволяют получить ценные сведения об изучении языка, а также сформировать стратегии обучения и профессиональной подготовки. Автор демонстрирует, как измерения электрической и гемодинамической активности мозга, айтреккинг и компьютерное моделирование выявляют когнитивные процессы усвоения и использования языка в речи. В статье показано, что эти данные позволяют преподавателям адаптировать свои методы и программы обучения в соответствии с возможностями мозга по обработке естественного языка. Исследование отражает потенциал интеграции нейролингвистической методологии, обеспечивающей связь между нейронаукой и языковым образованием. Полученные результаты подчеркивают перспективность этого междисциплинарного подхода, обеспечивающего более эффективное и увлекательное изучение языка. Данная работа вносит вклад в понимание того, как нейролингвистическая методология может качественно изменить языковое образование и профессиональную коммуникацию, предлагая новые способы оптимизации стратегий обучения и содействия эффективному речевому взаимодействию на иностранном языке.

Ключевые слова: нейролингвистика, языковое образование, профессиональная коммуникация, механизмы обработки информации мозгом, стратегии обучения, когнитивная нейронаука, усвоение языка

UDC 81'234

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.02>

D.S. Khramchenko

MGIMO University

**BRIDGING BRAIN AND LANGUAGE: ENHANCING
LANGUAGE LEARNING AND COMMUNICATION THROUGH
NEUROLINGUISTIC INSIGHTS**

In today's interconnected world, the proficiency of English has become a pivotal skill for effective communication and career advancement. This paper delves into the integration of neurolinguistic methodology into teaching English as a foreign language (TEFL) and

enhancing professional communication. By leveraging recent advancements in neurolinguistics, the author explores the neural mechanisms underlying language processing, bilingualism, language disorders, and their implications for language learning and communication. The paper presents a comprehensive review of key publications in the field and elucidates the multifaceted methodologies employed in neurolinguistic research. The study aims to uncover how neurolinguistic methods offer valuable insights into language learning and communication, shaping instructional strategies and training programs. The author investigates how brain electrical and hemodynamic activity measurements, eye tracking, and computer modeling illuminate the cognitive processes of language acquisition and use. The paper reveals that these insights empower educators to tailor their teaching methods and training programs to align with the brain's natural language processing capacities. The research identifies the transformative potential of integrating neurolinguistic methodology, providing a bridge between neuroscience and language education. The findings underscore the promise of this interdisciplinary approach, offering a more effective and engaging language learning experience for learners and professionals alike. This paper contributes to the understanding of how neurolinguistic methods can reshape language education and professional communication, offering novel perspectives on optimizing learning strategies and facilitating effective communication in the globalized world.

Keywords: neurolinguistics, language learning, professional communication, brain processing mechanisms, teaching strategies, cognitive neuroscience, language acquisition

Introduction

In today's interconnected world, proficiency in English has become increasingly essential for effective communication and career advancement. As educators and professionals strive to optimize language learning processes, innovative approaches rooted in neuroscience are emerging as game-changers. One such approach is the integration of neurolinguistic methodology, which leverages our understanding of the brain's language processing mechanisms to enhance the efficiency and effectiveness of teaching English as a foreign language (TEFL) and improving professional communication skills.

Neurolinguistics, at its core, investigates how the brain comprehends, produces, and adapts to linguistic information across various levels, from phonetics to pragmatics. By employing a diverse range of neurophysiological measurement techniques and computational modeling, researchers gain invaluable insights into the intricacies of language learning and the factors influencing its success. These methodologies offer objective and quantifiable data, shedding light on the cognitive processes and neural networks engaged during language acquisition.

By harnessing the power of neurolinguistic methods, educators can unlock a deeper understanding of how learners absorb and internalize English language skills. This knowledge empowers instructors to tailor their teaching strategies, incorporating evidence-based practices that align with the brain's natural language processing capacities. From phonological awareness to syntactic comprehension and discourse production, a neurologically-informed approach provides a solid foundation for designing engaging and effective English language curricula.

Moreover, neurolinguistic methodology holds great potential for addressing challenges faced by professionals seeking to improve their English communication skills in the workplace. With an emphasis on individual differences, motivation, and cognitive processing, this approach enables targeted interventions tailored to the specific needs of adult learners. By leveraging neuroimaging techniques such as functional magnetic resonance imaging (fMRI) and functional near-infrared spectroscopy (fNIRS), researchers can identify the neural substrates associated with successful professional communication. This knowledge can inform the development of specialized training programs, empowering individuals to navigate diverse workplace scenarios with confidence and proficiency.

Research in the field of neurolinguistics is at the forefront of scientific advancements, bridging the gap between natural sciences and linguistics. While in previous decades it primarily focused on clinical research related to brain function disorders such as aphasia and dyslexia, its current emphasis is on exploring the brain's functioning in individuals without clinical impairments. This includes investigating the brain's response to the acquisition of new sign systems, including foreign languages. A particular area of interest lies in studying bilingual and

multilingual individuals who have acquired second or subsequent languages naturally or through instruction.

One of the key priorities within this context is understanding brain plasticity, encompassing various aspects such as the formation and dynamics of neural connections during the learning process of foreign languages and cultures, the integration of language behavior with corresponding neural patterns, and the differences in the development of language competence based on language acquisition conditions (Nguyen-Phuong-Mai, 2021). Although brain plasticity enables language learning throughout one's lifetime, there are indications that the processes associated with neuroplasticity differ between individuals who acquire languages naturally and those who learn them through instruction. This suggests variations in the activation of neurons during the processing and reproduction of assigned tasks.

In this comprehensive context, there is promising potential for neurolinguistic experiments aimed at diagnosing and enhancing cognitive abilities, particularly in relation to professional skills such as memory, logical reasoning, critical analysis, and imagination. Additionally, investigating the brain's processing of specialized creolized texts remains an important area of inquiry.

By conducting empirical and theoretical research on the mechanisms underlying speech production and perception in both native and foreign languages, while considering behavioral factors within socio-cultural environments, we can deepen our current understanding of discursive practices across different languages and cultures. This cross-cultural approach integrates several disciplines, including neurolinguistics, cognitive linguistics, psycholinguistics, intercultural communication, and translation studies, with a specific focus on the mental processes involved in translation.

Within this expansive scope, conducting neurolinguistic experiments to assess the speed and efficiency of reading processes at different stages of foreign language acquisition, exploring the neurolinguistic aspects of professional communication, investigating the processes of generating and perceiving oral and written texts, advancing neurolinguistic research and cognitive modeling of foreign language acquisition processes, offering a neurolinguistic interpretation of experimental results during oral translation, and comparing neural patterns in stimulus processing

between bilingual and multilingual individuals are promising directions for future research.

As the field of neurolinguistics continues to advance, its integration into language learning pedagogy and professional development holds immense promise for educators, learners, and professionals alike. By leveraging the power of the brain's innate language processing abilities, we can revolutionize the way English is taught and communicated, empowering individuals to excel in a globalized world.

The aim of this paper is to provide a comprehensive exploration of the integration of neurolinguistic methodology into the realms of teaching English as a foreign language (TEFL) and enhancing professional communication. By examining the advancements in neurolinguistics, delving into various neurophysiological measurement methods, and discussing the potential application of neurolinguistic insights in language learning and communication, this paper seeks to illuminate the opportunities and challenges presented by this interdisciplinary approach.

Neurolinguistics: advancements and problematics

The field of neurolinguistics has experienced significant progress in recent years, with a plethora of publications contributing to our understanding of the neural underpinnings of language and its implications for language learning and communication. Researchers have delved into diverse aspects of neurolinguistics, including language processing, bilingualism, language disorders, and the application of neurolinguistics in education and communication. Key publications have shed light on these areas, offering valuable insights for scholars, educators, and practitioners.

One of the fundamental works in neurolinguistics is Ahlsén's (2006) introduction, which covers topics such as language processing, brain imaging techniques, and language disorders. This work provides a comprehensive overview of the field and its core principles.

Another important publication is Baggio's (2022) contemporary perspective, which explores the neural mechanisms underlying language production and comprehension. This publication integrates the latest research and methodologies and offers insights into the cognitive processes involved in language use.

Bouton (2012) provides a historical and theoretical perspective on neurolinguistics, tracing its development and theoretical foundations.

This publication examines the evolution of the field and its key concepts and provides a valuable context for understanding the neural basis of language.

Some publications showcase the application of neurolinguistics in assistive technology, such as Cooney et al.'s (2018) research on direct-speech brain-computer interfaces. Their work demonstrates the potential for using neurophysiological signals to facilitate communication for individuals with speech disabilities.

A comprehensive resource in neurolinguistics is *The Oxford Handbook of Neurolinguistics* edited by De Zubicaray and Schiller (2019), which features contributions from leading experts in the field. This handbook covers a wide range of topics, including language acquisition, bilingualism, language disorders, and neuroimaging techniques, providing researchers and practitioners with a rich source of information.

Egamberdiyeva (2022) explores the intersection of neurolinguistics and foreign language teaching in higher education. This publication discusses the potential benefits of incorporating neurolinguistic insights into language instruction to enhance the learning process and improve language proficiency among students.

Fabbro (2013) focuses on the neurolinguistics of bilingualism, investigating the cognitive and neural processes involved in bilingual language processing. This work provides valuable insights into the advantages and challenges faced by bilingual individuals.

Studies by Faruji (2011) have explored the neurolinguistic aspects of second language acquisition. Their research examines the neural mechanisms underlying language learning and sheds light on the cognitive processes involved in acquiring a second language.

These publications, along with others in the field, have contributed to our understanding of the neural basis of language and its implications for language learning and communication. By reading these works, one can gain a deeper understanding of the cognitive processes involved in language use and appreciate the diversity and complexity of human communication.

Methodology of neurolinguistic research

Neurolinguistics is an interdisciplinary science that investigates the functioning of the brain and its properties during speech, thinking, emotional perception, and memory. It emerged in the 19th century

through the pioneering research of P. Broca, who discovered the connection between motor aphasia (the loss of oral speech ability) and damage to a specific region in the left hemisphere of the brain. Since then, neurolinguistics has advanced by incorporating findings from related fields such as neurology, speech therapy, biophysics, biochemistry, molecular biology, and information systems theory.

The aim of neurolinguistic research is to uncover the regularities and mechanisms of language-brain interaction, both in individuals with typical language abilities and those with various speech disorders. This is achieved through the utilization of diverse methods, which can be broadly categorized into three stages: linguistic, neurophysiological, and psychological. The linguistic stage involves analyzing language data obtained from individuals with normal or impaired speech. The neurophysiological stage entails measuring brain activity during speech activities using various instrumental techniques such as electroencephalography (EEG), magnetic resonance imaging (MRI), positron emission tomography (PET), and others. The psychological stage focuses on studying the mental processes underlying speech behavior, such as cognition, memory, attention, and emotions (Crosse et al., 2021; Poeppel, 2014, Böttger & Költzsch, 2019).

Despite considerable progress in neurolinguistics over the past few decades, the field faces several challenges and complexities. One of these challenges is the interpretation of data acquired through neurophysiological methods. For example, determining which brain region is responsible for a specific speech function or understanding the factors that influence the activation of particular areas during speech activities can be challenging. Another issue lies in the heterogeneity of language data obtained from different participant groups. For instance, individuals with aphasia may exhibit highly varied speech patterns based on the type and severity of their impairment, as well as individual idiosyncrasies. Additionally, neurolinguistics must consider the diversity of world languages and their specific characteristics when studying the relationship between language and the brain (Nefdt, 2023).

In this section, we will explore the principal methods and approaches employed in neurolinguistic research.

Invasive and non-invasive methods

There are several methods utilized in neurolinguistic research that can be categorized as either invasive or non-invasive. Invasive methods

involve direct intervention in the brain or its tissues, such as stereotactic electroencephalography (SEEG), deep brain stimulation (DBS), microelectrode recording (MER), or magnetoencephalography (MEG). These methods allow for the measurement of brain activity in deep structures with high spatial resolution, but they come with inherent risks and limitations due to the need for surgical procedures and ethical considerations (Menn, n.d.; Roberts, 2019).

On the other hand, non-invasive methods do not require any intervention in the brain or its tissues and are based on measuring various parameters associated with brain function, such as blood flow, oxygen saturation, magnetic fields, or electric currents. Examples of non-invasive techniques include functional magnetic resonance imaging (fMRI), positron emission tomography (PET), functional near-infrared spectroscopy (fNIRS), transcranial magnetic stimulation (TMS), or transcranial direct current stimulation (tDCS). These methods enable the measurement of brain activity throughout the entire brain, albeit with varying spatial and temporal resolutions. However, they also have their own set of limitations and drawbacks, such as the need for expensive equipment, challenges in data interpretation, or potential side effects (Gaillard, 2017).

Hence, the field of neurolinguistic research encompasses a diverse range of methods, each with its own advantages and disadvantages. The selection of a specific method depends on the research objectives, resource availability, and ethical considerations.

Electroencephalography (EEG)

EEG is a valuable method used to study neurolinguistics, providing insights into how the brain identifies and interprets languages, as well as the underlying neural mechanisms involved in language processing. It allows for the measurement of voltage fluctuations resulting from ionic currents in neurons by placing electrodes on the scalp.

One significant advantage of EEG is its excellent temporal resolution, surpassing other brain imaging techniques like fMRI. With the ability to record brain activity at intervals of milliseconds or less, researchers can examine the fine temporal details of language processing tasks. However, it does have limitations in terms of spatial resolution. The current generated by cortical neurons is dispersed laterally within the skull due to the conductivity properties of various tissues, resulting in a blurring of activation sources on the scalp potential distribution image.

To address these limitations, researchers have focused on high-density EEG imaging and the development of methods to enhance spatial resolution (Issa et al., 2018). By utilizing high-density electrode systems with 64 or 128 electrodes arranged in standard layouts, such as the 10/10 or 10/5 system, more precise spatial information can be obtained. These electrode systems are commonly employed in research labs.

The analysis methods used in EEG are crucial in neurolinguistics. Event-Related Potentials (ERPs) are one such method, which examines brain responses triggered by specific events or stimuli, such as words or sentences. By analyzing the time course of ERPs, researchers can investigate the neural processes associated with language processing. Time-frequency analysis of EEG data is another method that enables the study of oscillatory activity in different frequency bands and its connection to language processing tasks. Additionally, connectivity analysis allows researchers to explore the patterns of connectivity between different cortical areas during language tasks, shedding light on the network dynamics involved in language processing.

The ultimate goal of neurolinguistic research is to enhance our understanding of language localization, the mechanisms underlying the use of multiple languages, and the neural organization of language processing in bilingual speakers. Through the utilization of EEG and its analysis methods, researchers can delve into the intricate details of language processing and discover the neural markers associated with various linguistic phenomena.

It is important to acknowledge that EEG has some limitations and challenges (Ein Shoka et al., 2023; Rashid et al., 2020). Subject movements and external electrical interference can introduce artifacts into the recordings, affecting data quality and interpretation. Additionally, the spatial resolution of EEG is relatively low, making it challenging to precisely locate the sources of electrical potentials in the brain. Efforts have been made to address this challenge through the inverse problem of EEG; however, it relies on approximations rather than definitive solutions. Furthermore, EEG alone cannot directly capture the activity of deep brain structures involved in speech processes, necessitating the use of more invasive methods like stereotactic electroencephalography (SEEG) or deep brain stimulation (DBS).

In summary, EEG is a non-invasive neuroimaging technique with excellent temporal resolution that allows for the study of language

processing. While it has limitations in spatial resolution, advancements in high-density EEG and analysis methods have helped mitigate some of these constraints. Combined with techniques like ERPs, time-frequency analysis, and connectivity analysis, EEG provides valuable insights into the neural mechanisms underlying language processing, contributing to the progress of neurolinguistic research. Researchers must also consider the limitations and complexities associated with EEG, such as potential artifacts, spatial resolution constraints, and the need for complementary invasive techniques to explore deeper brain structures involved in speech processes.

Magnetic Resonance Imaging (MRI)

Magnetic Resonance Imaging (MRI) is a non-invasive technique used to obtain detailed tomographic images of internal organs and tissues by harnessing the phenomenon of nuclear magnetic resonance. MRI relies on measuring the electromagnetic response of atomic nuclei, particularly hydrogen nuclei abundant in the human body as part of water and other substances when subjected to a specific combination of electromagnetic waves within a strong magnetic field.

MRI finds wide application in neurolinguistics for studying the structure and function of the brain during speech-related activities, both in healthy individuals and those with various speech disorders. It allows for the acquisition of high-quality images of the entire brain with exceptional spatial resolution and facilitates the measurement of various parameters associated with brain activity, such as blood flow, oxygen saturation, metabolism, and functional dynamics (Hill et al., 2019). MRI encompasses several modalities that serve different purposes:

- Functional MRI (fMRI) is a method used to measure changes in blood flow in the brain that are associated with the activation of specific regions during cognitive or motor tasks. fMRI enables the identification of localized and temporal patterns of functional brain areas responsible for various aspects of speech, including phonetics, lexicon, syntax, and semantics (Myers & Blumstein, 2008).
- Diffusion-weighted MRI (DWI) allows for the assessment of the diffusion (random motion) of water molecules in tissues. DWI provides valuable information about the integrity and orientation of the brain's white matter, which comprises axons - long projections of nerve cells that establish

connections between different brain regions. DWI can detect white matter damage caused by conditions such as stroke, dementia, or aphasia (Gaddamanugu et al., 2022).

- Magnetic Resonance Spectroscopy (MRS) serves as a technique for investigating neurochemistry by measuring the concentration of specific metabolites in tissues. MRS offers insights into the status of neurotransmitters, energy metabolism, or cellular stress in the brain related to various speech disorders (Ip & Bridge, 2022).

Nevertheless, MRI is subject to certain limitations and constraints. Firstly, it requires costly and sophisticated equipment that necessitates professional installation and maintenance. Secondly, MRI requires patients to remain completely still for extended periods, ranging from a few minutes to an hour, which can present challenges for children or individuals with pain or psychiatric conditions. Thirdly, MRI has contraindications for individuals with certain medical implants or non-removable metal objects within their bodies, as the strong magnetic field can cause damage or displacement of these objects.

MRI serves as a crucial tool in neurolinguistic research, providing detailed imaging of the brain's structure and function during speech-related activities. However, it is important to consider the inherent limitations and complexities of MRI when designing experiments, conducting research, and analyzing data.

Eye Tracking

Eye tracking, also known as the analysis of eye movement, is a useful technique employed in neurolinguistic research to measure and record eye movements during experiments with controlled or semi-controlled conditions. It enables researchers to gain insights into how visual attention is intricately linked to language processing, an area of study that has captivated researchers for over a hundred years. Pioneers such as Brewster (1832), Boettner and Wolter (1962), and Campbell and Green (1965) laid the foundation for understanding the fundamental principles of visual attention's impact on human vision and perception.

The human visual system relies on the coordinated functioning of the iris, retina, and eye muscles to form coherent images of the surrounding world. Light entering the eye is transformed into an optical image, which is then converted into electrical signals and processed as valuable information (Artal, 2015). Eye movements play a crucial role in

enhancing visual accuracy and facilitating the reception of light. Additionally, the characteristics of eye movements can provide indications of the processing difficulty associated with the observed content, with longer and more frequent eye movements suggesting higher cognitive demands (Rayner, 1977).

Eye movements exhibit variations across different stages of reading and are closely intertwined with the processing of morphological, syntactic, and semantic-pragmatic information (Liversedge et al., 1998). As individuals engage in reading, their eyes move back and forth multiple times, and the nature and duration of these eye movements offer valuable insights into the ease or difficulty of comprehending the text. This concept forms the basis of Rayner's eye-mind hypothesis (1998).

Within the reading process, eye movements occur within specific time frames and are associated with reading duration. Participants produce fixations, saccades, and regressions as they navigate from the beginning to the end of the text. Researchers employ various metrics to analyze eye movements, including fixation duration, dwell times, first-pass reading time (FPRT), second-pass reading time (SPRT), and total reading time (TRT).

Fixation duration and single fixation duration represent the time individuals spend fixating on specific targets during forward reading movements. Dwell times encompass the overall duration of fixations and regressions within specific text zones. FPRT captures the cumulative fixations on a word or text region before moving on, shedding light on lexical access and visual properties of the text. SPRT consists of fixations that return to previously viewed regions, indicating reprocessing or verification behavior related to pragmatic meanings. TRT encompasses the total time individuals devote to attending to a particular scene, encompassing all the eye movements generated.

These dwell-time metrics are vital for characterizing the reading processes observed through eye tracking and are frequently linked to syntactic, semantic, and pragmatic processing. For instance, first-pass reading time is indicative of lexical recognition processing, while second-pass reading time reflects reanalysis and the need for revising earlier regions in terms of structural analysis.

Despite the invaluable insights eye tracking provides in neurolinguistic research, it is essential to acknowledge its limitations and constraints. Eye tracking necessitates specialized and often expensive

equipment that requires calibration and adjustment for each participant. Moreover, it requires participants to maintain relative head immobility throughout the entire experiment, which can pose challenges, particularly for children or individuals with motor impairments. Methodological challenges also arise when interpreting eye movement data, as the exact meaning behind a gaze fixation on a specific word may not always be straightforward, encompassing factors such as interest, comprehension, or difficulty in recognition.

Nonetheless, eye tracking remains a vital and financially accessible tool in the realm of neurolinguistic research, offering objective information about reading processes, speech comprehension, and speech production. Its non-invasive nature, real-time measurement capabilities, and alignment with natural reading behaviors make it a valuable methodological choice. However, it is crucial for researchers to carefully consider the limitations and complexities of eye tracking when designing experiments and analyzing data.

To conduct eye-tracking research, a standard experimental design involves formulating and testing hypotheses in an empirical and data-driven approach, with potential consideration for qualitative aspects. Typically, experiments involve a minimum of 20 participants, although the specific number may vary depending on the research objectives. The Central Limit Theory suggests that a sample size of 30 or more subjects can be representative when studying populations that cannot be entirely sampled (Salameh Jiménez, 2022). By embracing rigorous methodology and thoughtful analysis, eye tracking continues to contribute significantly to our understanding of the intricate relationship between visual attention and language processing.

Neurolinguistic methods and finding ways to improve foreign language learning efficiency

Neurolinguistic research, as mentioned above, involves studying the brain mechanisms involved in speech activities using various neurophysiological measurement and modeling techniques. Neurolinguistic methods provide objective information about how the brain processes language information at different levels, ranging from phonetics to semantics and pragmatics. They also shed light on how the brain adapts to new language systems during the process of learning foreign languages. Neurolinguistic methods can be utilized to analyze the effectiveness of foreign language learning and identify factors that

influence this effectiveness, such as age, motivation, language typology, individual characteristics, and more.

Among the most widely used and established neurolinguistic methods that have use in education-related research, the following main groups can be distinguished:

- Brain electrical activity measurement methods, which record changes in electrical potential on the surface of the head or inside the skull during brain stimulation with different types of information. These methods include electroencephalography (EEG), magnetoencephalography (MEG), event-related potentials (ERPs), and intraoperative cortical stimulation (ICS). These methods have high temporal resolution, enabling the precise determination of the exact time when a specific brain response to a stimulus occurs. However, they have low spatial resolution, making it challenging to precisely localize the brain region responsible for that response.
- Brain hemodynamic activity measurement methods, which record changes in blood flow or oxygen saturation in different brain areas during brain stimulation with various types of information. These methods include functional magnetic resonance imaging (fMRI), positron emission tomography (PET), single-photon emission computed tomography (SPECT), and functional near-infrared spectroscopy (fNIRS). These methods have high spatial resolution, allowing the precise localization of the brain region responsible for a specific response to a stimulus. However, they have low temporal resolution, meaning they cannot determine the exact timing of that response.
- Brain anatomical structure measurement methods, which capture the shape, size, and location of different brain areas or individual components. These methods include structural magnetic resonance imaging (sMRI), diffusion-weighted imaging (DWI), diffusion tensor imaging (DTI), and voxel-based morphometry (VBM). They provide information about the structural characteristics of the brain, such as gray and white matter volume, cortical thickness, integrity and direction of white matter, and more. Additionally, they reveal

how these characteristics are related to the functional aspects of the brain.

- Computer modeling methods, which utilize mathematical or computational models to describe or predict brain behavior during language information processing. These methods include connectionist models, symbolic models, Bayesian models, and dynamic systems. Such methods allow the testing of hypotheses regarding brain functioning based on experimental data or the simulation of foreign language learning processes while considering individual or group differences.

Neurolinguistic methods are useful for analyzing the effectiveness of foreign language learning from various perspectives:

- **Level of foreign language proficiency** - this refers to how well the learners master different aspects of a foreign language, such as phonetics, vocabulary, grammar or communicative skills. Neurolinguistic methods can measure the level of foreign language proficiency by using different criteria: the speed and accuracy of performing tasks in a foreign language; the activation of specific brain regions when performing tasks in a foreign language; the similarity or difference of brain activation when performing tasks in native and foreign languages; the change of brain activation during the learning process of a foreign language.
- **Learning style of a foreign language** - this reflects the preference of the learners for a certain type of information or mode of its presentation when learning a foreign language. For example, visual learners tend to favor images or various kinds of diagrams; auditory learners prefer sounds or speech; kinesthetic learners value movements or actions. Neurolinguistic methods can determine the learning style of a foreign language by using different criteria: the speed and accuracy of performing tasks in a foreign language depending on the type of information or mode of its presentation; the activation of specific brain regions when processing different types of information or modes of its presentation; the change of brain activation during the adaptation process to different types of information or modes of its presentation.

- **Learning strategies for a foreign language** - this involves the conscious selection and application by the learners of various techniques or methods to enhance the process and outcomes of learning a foreign language. For example, repetition, association, grouping, highlighting key words, self-control, etc. Neurolinguistic methods can measure the learning strategies for a foreign language by using different criteria: the speed and accuracy of performing tasks in a foreign language depending on the strategies used; the activation of specific brain regions when employing different strategies; the change of brain activation during the development or modification of strategies.

Neurolinguistic research can provide valuable insights into how people learn, process, and use foreign languages, as well as how to optimize teaching methods and materials for different learners. Some of the areas of possible neurolinguistic research aimed to improve teaching foreign languages are:

1. *Neuroplasticity and foreign language learning*: Neuroplasticity is the ability of the brain to change its structure and function in response to experience. Neurolinguistic research can investigate how foreign language learning affects neuroplasticity, and how neuroplasticity can facilitate or hinder foreign language learning. For example, research can explore how the age of onset, intensity, duration, and type of foreign language exposure influence the brain's adaptation to a new linguistic system; how foreign language learning affects cognitive functions such as memory, attention, and executive control; and how individual differences in neuroplasticity affect foreign language learning outcomes.

2. *Neural correlates of foreign language proficiency*: Neural correlates are the patterns of brain activity that are associated with a specific mental process or behavior. Neurolinguistic research can examine the neural correlates of foreign language proficiency, and how they differ from those of native language proficiency. For example, research can compare the brain activation of native and non-native speakers when performing various linguistic tasks in their respective languages; identify the brain regions that are involved in different aspects of foreign language proficiency, such as phonetics, vocabulary, grammar, or communicative skills; and investigate how the neural

correlates of foreign language proficiency change over time or with different levels of proficiency.

3. *Neural predictors of foreign language learning success*: Neural predictors are the indicators of brain activity that can predict a future outcome or performance. Neurolinguistic research can discover the neural predictors of foreign language learning success, and how they can be used to optimize teaching strategies and interventions. For example, research can measure the brain activity of learners before, during, or after a foreign language learning session or course; identify the brain features that are related to successful or unsuccessful foreign language learning; and design personalized or adaptive teaching methods based on the learners' neural profiles.

These are just some examples of the areas of possible neurolinguistic research aimed to improve teaching foreign languages. Neurolinguistic research can contribute to a better understanding of the cognitive and neural mechanisms underlying foreign language learning, as well as to a more effective and efficient teaching practice.

Therefore, neurolinguistic methods offer a unique opportunity for evaluating the effectiveness of learning foreign languages, as well as for identifying individual or group differences in this process. Neurolinguistic methods can be applied both for scientific research purposes and in practical terms (diagnosis of the level of proficiency in a foreign language, selection of the optimal methodology for teaching a foreign language, correction of speech disorders or dysfunctions related to learning foreign languages).

Conclusion

The integration of neurolinguistic methodology into teaching English as a foreign language (TEFL) and enhancing professional communication has the potential to revolutionize language learning and elevate communication skills to new heights. By delving into the intricate workings of the brain's language processing mechanisms, educators and professionals can leverage this knowledge to design more effective instructional strategies and training programs.

Neurolinguistic methods offer valuable insights into how the brain perceives, processes, and adapts to linguistic information. Through advanced neurophysiological measurements and computational modeling, researchers can uncover the cognitive processes and neural networks involved in language acquisition. This understanding allows

educators to tailor their teaching approaches, aligning them with the brain's natural language learning capacities. By capitalizing on these insights, instructors can create engaging and impactful English language curricula that resonate with learners on a neurological level.

Furthermore, neurolinguistic methodology addresses the specific challenges faced by adults aiming to improve their English communication skills in professional settings. By considering individual differences, motivation, and cognitive processing, targeted interventions can be developed to enhance workplace communication proficiency. Neuroimaging techniques provide valuable data on the neural substrates associated with successful professional communication, enabling the development of specialized training programs tailored to meet the unique needs of adult learners.

The transformative potential of neurolinguistic methodology lies in its ability to bridge the gap between neuroscience and language education. By leveraging the brain's innate language processing capabilities, educators and professionals can unlock new avenues for effective language learning and professional communication. As the field continues to advance, it is crucial for researchers, educators, and professionals to collaborate and explore innovative applications of neurolinguistic methodology in language pedagogy and professional development.

By embracing this interdisciplinary approach, we can foster a more engaging, personalized, and efficient learning experience for language learners while equipping professionals with the skills necessary to thrive in globalized workplaces. The future of language education and professional communication holds immense promise, and it is through the integration of neurolinguistic methodology that we can unlock its full potential.

Литература

1. Ahlsén E. Introduction to neurolinguistics. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2006.
2. Artal P. Image formation in the living human eye // Annual Review of Vision Science. 2015. Vol. 1, No. 1. P. 1-17. DOI: 10.1146/annurev-vision-082114-035905.
3. Baggio G. Neurolinguistics. MIT Press, 2022.

4. Boettner E.A., Wolter J.R. Transmission of the ocular media // *Investigative Ophthalmology & Visual Science*. 1962. Vol. 1. P. 776-783.
5. Böttger H., Költzsch D. Neural foundations of creativity in foreign language acquisition // *Training, Language and Culture*. – 2019. - №3(2). – Pp. 8-21. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.1
6. Bouton C.P. *Neurolinguistics Historical and Theoretical Perspectives* // Springer Science & Business Media, 2012.
7. Brewster D. *Letters in natural magic* // John Murray, 1832.
8. Campbell F.W., Green D.G. Optical and retinal factors affecting visual resolution // *The Journal of Physiology*. 1965. Vol. 181. P. 576-593.
9. Cooney C., Folli R., Coyle D. Neurolinguistics research advancing development of a direct-speech brain-computer interface // *iScience*. 2018. Vol. 8. P. 103-125. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.isci.2018.09.012>.
10. Crosse M.J., Zuk N.J., Di Liberto G.M., Nidiffer A.R., Molholm S., Lalor E.C. Linear Modeling of Neurophysiological Responses to Speech and Other Continuous Stimuli: Methodological Considerations for Applied Research // *Frontiers in Neuroscience*. 2021. Vol. 15:705621. DOI: 10.3389/fnins.2021.705621.
11. De Zubicaray G.I., Schiller N.O. *The Oxford handbook of neurolinguistics*. Oxford : Oxford University Press, 2019.
12. Egamberdiyeva H.S. *Neurolinguistics and Teaching Foreign Languages in Higher Education* // *Academic research in educational sciences* / A.A Alghamdi (Ed.). Cham : Springer Nature Switzerland AG, 2022. P. 807-810.
13. Ein Shoka A.A., Dessouky M.M., El-Sayed A., Hemdan E.E.-D. EEG seizure detection: concepts, techniques, challenges, and future trends // *Multimed Tools and Applications*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11042-023-15052-2>.
14. Fabbro F. *The neurolinguistics of bilingualism: An introduction* // Psychology press, 2013.
15. Faruji L.F. Neurolinguistics Aspects of Second Language Acquisition // *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*. 2011. Vol. 2(4). P. 36-40. URL: <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/brain/article/view/1894>

16. Gaddamanugu S., Shafaat O., Sotoudeh H., Sarrami A.H., Rezaei A., Saadatpour Z., Singhal A. Clinical applications of diffusion-weighted sequence in brain imaging: beyond stroke // *Neuroradiology*. 2022. Vol. 64. P. 15-30. Doi: 10.1007/s00234-021-02819-3
17. Gaillard M. “Invasive” and “Non-invasive” Technologies in Neuroscience Communication // *BioéthiqueOnline*. 2017. Vol. 6. Doi: <https://doi.org/10.7202/1044618ar>
18. Gonzalez-Marquez M., Spivey M.J., Coulson S., Mittelberg I. *Methods in cognitive linguistics*. Amsterdam : John Benjamins Publishing House, 2007.
19. Hill V.B., Cankurtaran C.Z., Liu B.P., Hijaz T.A., Naidich M., Nemeth A.J., Gastala J., Krumpelman C., McComb E.N., Korutz A.W. A Practical Review of Functional MRI Anatomy of the Language and Motor Systems // *American Journal of Neuroradiology*. 2019. Doi: <https://doi.org/10.3174/ajnr.A6089>
20. Ingram J.C. *Neurolinguistics. An introduction to spoken language processing and its disorders* // Cambridge : Cambridge University Press, 2007.
21. Ip I.B., Bridge H. Investigating the neurochemistry of the human visual system using magnetic resonance spectroscopy // *Brain Structure and Function*. 2022. Vol. 227. P. 1491-1505. Doi: 10.1007/s00429-021-02273-0
22. Issa M.F., Juhasz Z., Kozmann G. EEG analysis methods in neurolinguistics: A short review // *Évfolyam*. 2018. Vol. 2. P. 48-54. URL: <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/brain/article/view/1894>
23. Kotik-Friedgut B. Development of the Lurian approach: A cultural neurolinguistic perspective // *Neuropsychology Review*. 2006. Vol. 16(1). P. 43-52. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11065-006-9004-3>
24. Luria A.R. *Basic problems of neurolinguistics*. De Gruyter Mouton, 2011.
25. McKellar G.B. *The Language of Neurolinguistics: Principles and Perspectives in the Application of Linguistic Theory to the Neuropsychology of Language* // *Learning, Keeping and Using Language* / D.E Murray (Ed.). Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 1990. Vol. 1. P. 331-51.

26. Menn L. Neurolinguistics. URL: <https://www.linguisticsociety.org/resource/neurolinguistics>
27. Metuki N., Lavidor M. Applying advancements in neurolinguistic research to enhance semantic processing via cognitive training // *Journal of Neurolinguistics*. 2013. Vol. 26(6). P. 662-690. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jneuroling.2013.06.001>
28. Monte-Serrat D.M. Inclusion in linguistic education: Neurolinguistics, language, and subject // *Research Anthology on Applied Linguistics and Language Practices*. IGI Global, 2022. P. 456-470.
29. Myers E.B., Blumstein S.E. The Neural Bases of the Lexical Effect: An fMRI Investigation // *Cerebral Cortex*. 2008. Vol. 18(2). P. 278-288. Doi: <https://doi.org/10.1093/cercor/bhm053>
30. Nefdt R.M. Bilingualism and biological systems: a complex systems analysis of language // *Biology & Philosophy*. 2023. Vol. 38:12. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10539-023-09903-3>
31. Nguyen-Phuong-Mai M. Not 'culture' as Hofstede assumed, but 'context' is the software of the mind: The neuroscience of a dynamic, contextual, and polycultural self // *Training, Language and Culture*. 2021. Vol. 5(4). Pp. 47-64. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-47-64
32. Paradis M. A neurolinguistic theory of bilingualism. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2004.
33. Parpiyeva M., Jurayeva M. Problems of linguoculturological and neurolinguistic study of phonetic means // *American Journal of Philological Sciences*. 2023. Vol 3(02). P 49-59.
34. Poeppel D. The neuroanatomic and neurophysiological infrastructure for speech and language // *Current Opinion in Neurobiology*. 2014. Vol 28. P 142-149. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.conb.2014.07.005>
35. Purnama Y., Sobirov B., Ino L., Handayani F., Al-Awawdeh N., Safitri W. Neuro-Linguistic Programming as an Instructional Strategy to Enhance Foreign Language Teaching // *Studies in Media and Communication*. 2023. Vol 11(5). P 50-59.
36. Rashid M., Sulaiman N., P. P. Abdul Majeed A., Musa R.M., Ab. Nasir A.F., Bari B.S., Khatun S. Current Status, Challenges, and Possible Solutions of EEG-Based Brain-Computer Interface: A

- Comprehensive Review // *Frontiers in Neurorobotics*. 2020. Vol 14:25. Doi: <https://doi.org/10.3389/fnbot.2020.00025>
37. Rayner K. Visual attention in reading: Eye movements reflect cognitive processes // *Memory & Cognition*. 1977. Vol 5. P 443-448. Doi: <https://doi.org/10.3758/BF03197383>
 38. Rayner K. Eye movements in reading and information processing: 20 years of research // *Psychological Bulletin*. 1998. Vol 124(3). P 372-422. Doi: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.3.372>
 39. Rayner K. Eye movements and attention in reading, scene perception and visual search // *Quarterly Journal of Experimental Psychology*. 2009. Vol 62(8). P 1457-1506. Doi: <https://doi.org/10.1080/17470210902816461>
 40. Rayner K., Duffy S.A. Lexical complexity and fixation times in reading: Effects of word frequency, verb complexity, and lexical ambiguity // *Memory & Cognition*. 1986. Vol 14. P 191-201. Doi: <https://doi.org/10.3758/BF03197692>
 41. Rayner K., Pollatsek A. Eye movements in reading: A tutorial review // *Attention and performance* / ed. by M Coltheart. Vol 12. Erlbaum, 1987. P 327-362.
 42. Rayner K., Sereno S.C., Morris R.K., Schmauder A.R., Clifton C. Eye movements and on-line language comprehension processes // *Language and Cognitive Processes*. 1989. Vol 4(3-4). P S121-S149. <https://doi.org/10.1080/01690968908406362>
 43. Richardson D., Dale R., Spivey M. Eye movements in language cognition: A brief introduction // *Methods in cognitive linguistics*. John Benjamins, 2004. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.133.1.46>
 44. Roberts L. Psycholinguistic and Neurolinguistic Methods // *The Cambridge Handbook of Language Learning*. Cambridge : Cambridge University Press, 2019. P 208-230. Doi: <https://doi.org/10.1017/9781108333603.010>
 45. Roberts L., Gonzalez Alonso J., Pliatsikas C., Rothman J. Evidence from neurolinguistic methodologies: Can it actually inform linguistic/language acquisition theories and translate to evidence-based applications? // *Second Language Research*. 2018. Vol 34(1). P 125-143.
 46. Rustan E. Language Learning with Neurolinguistic Programming: An Integrative Review // *Journal of Language Teaching and Research*. 2022. Vol 13(6). P 1251-1258.

47. Salameh Jiménez S. Measuring reformulation through eye-tracking. The role of reformulation markers in establishing reformulation: an experimental approach // *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. 2022. Vol 91. P 205-218.
48. Sukanadi N.L., Wardana I.K., Astuti P.S. A Neurolinguistic View of the Visual Stimulus Selection System and the Auditory Processing of Children's Language // *Indonesian Journal of Educational Research and Review*. 2022. Vol 5(3). <https://doi.org/10.23887/ijerr.v5i3.54374>
49. Westbury C. Research strategies: Psychological and psycholinguistic methods in Neurolinguistics // *Neurolinguistics: An introduction to spoken language processing and its disorders* / ed. by J Taylor. Cambridge : Cambridge University Press, 1998.
50. Westbury C. Research strategies: Psychological and psycholinguistic methods in Neurolinguistics // *Handbook of neurolinguistics* / ed. by H.A Whitaker, B Stemmer. Academic Press, 1998. P 83-93.
51. Whitaker H.A., Stemmer B. *Handbook of neurolinguistics*. Elsevier, 1998.
52. Yang Y., Zhu Z., Chen Q. Neurolinguistics in China // *The Palgrave Handbook of Chinese Language Studies*. Singapore : Springer Singapore, 2022. P. 1-48.
53. Zhang X., Davarpanah N., Izadpanah S. The effect of neurolinguistic programming on academic achievement, emotional intelligence, and critical thinking of EFL learners // *Frontiers in Psychology*. 2022. Vol 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.888797>

References

- Ahlsén, E. (2006). *Introduction to neurolinguistics*. Amsterdam. John Benjamins Publishing Company.
- Artal, P. (2015). Image formation in the living human eye. *Annual Review of Vision Science*, 1(1), 1–17. Doi: 10.1146/annurev-vision-082114-035905
- Baggio, G. (2022). *Neurolinguistics*. MIT Press.
- Boettner, E. A., & Wolter, J. R. (1962). Transmission of the ocular media. *Investigative Ophthalmology & Visual Science*, 1, 776–783.

- Böttger, H., & Költzsch, D. (2019). Neural foundations of creativity in foreign language acquisition. *Training, Language and Culture*, 3(2), 8-21. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.1
- Bouton, C. P. (2012). *Neurolinguistics Historical and Theoretical Perspectives*. Springer Science & Business Media.
- Brewster, D. (1832). *Letters in natural magic*. John Murray.
- Campbell, F. W., & Green, D. G. (1965). Optical and retinal factors affecting visual resolution. *The Journal of Physiology*, 181, 576–593.
- Cooney, C., Folli, R., & Coyle, D. (2018). Neurolinguistics research advancing development of a direct-speech brain-computer interface. *IScience*, 8, 103-125.
- Crosse, M. J., Zuk, N. J., Di Liberto, G. M., Nidiffer, A. R., Molholm, S., Lalor, E. C. (2021). Linear Modeling of Neurophysiological Responses to Speech and Other Continuous Stimuli: Methodological Considerations for Applied Research. *Frontiers in Neuroscience*, 15:705621. doi: 10.3389/fnins.2021.705621
- De Zubicaray, G. I., & Schiller, N. O. (Eds.). (2019). *The Oxford handbook of neurolinguistics*. Oxford University Press.
- Egamberdiyeva, H. S. (2022). Neurolinguistics and Teaching Foreign Languages in Higher Education. In *Academic research in educational sciences*, 807-810.
- Ein Shoka, A. A., Dessouky, M. M., El-Sayed, A. Hemdan, E. E.-D. (2023). EEG seizure detection: concepts, techniques, challenges, and future trends. *Multimed Tools and Applications*. <https://doi.org/10.1007/s11042-023-15052-2>
- Fabbro, F. (2013). *The neurolinguistics of bilingualism: An introduction*. Psychology press.
- Faruji, L. F. (2011). Neurolinguistics Aspects of Second Language Acquisition. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 2(4), pp. 36-40. Retrieved from <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/brain/article/view/1894>
- Gaddamanugu, S., Shafaat, O., Sotoudeh, H., Sarrami, A. H., Rezaei, A., Saadatpour, Z., & Singhal, A. (2022). Clinical applications of diffusion-weighted sequence in brain imaging: beyond stroke. *Neuroradiology*, 64, 15–30. <https://doi.org/10.1007/s00234-021-02819-3>

- Gaillard, M. (2017). "Invasive" and "Non-invasive" Technologies in Neuroscience Communication. *BioéthiqueOnline*, 6. <https://doi.org/10.7202/1044618ar>
- Gonzalez-Marquez, M., Spivey, M. J., Coulson, S., & Mittelberg, I. (Ed.) (2007). *Methods in cognitive linguistics*. John Benjamins Publishing House.
- Hill, V. B., Cankurtaran, C. Z., Liu, B. P., Hijaz, T. A., Naidich, M., Nemeth, A.J., Gastala, J., Krumpelman, C., McComb, E. N., & Korutz, A. W. (2019). A Practical Review of Functional MRI Anatomy of the Language and Motor Systems. *American Journal of Neuroradiology*. DOI: <https://doi.org/10.3174/ajnr.A6089>
- Ingram, J. C. (2007). *Neurolinguistics. An introduction to spoken language processing and its disorders*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Ip, I. B., Bridge, H. (2022). Investigating the neurochemistry of the human visual system using magnetic resonance spectroscopy. *Brain Structure and Function*, 227, 1491–1505. <https://doi.org/10.1007/s00429-021-02273-0>
- Issa, M. F., Juhasz, Z. & Kozmann, G. (2018). EEG analysis methods in neurolinguistics: A short review. *Évfolyam*, 2, 48-54.
- Kotik-Friedgut, B. (2006). Development of the Lurian approach: A cultural neurolinguistic perspective. *Neuropsychology Review*, 16(1), 43-52.
- Luria, A. R. (2011). *Basic problems of neurolinguistics*. De Gruyter Mouton.
- McKellar, G. B. (1990). The Language of Neurolinguistics: Principles and Perspectives in the Application of Linguistic Theory to the Neuropsychology of Language. *Learning, Keeping and Using Language*, 1, 331-51.
- Menn, L. (n.d.). Neurolinguistics. Retrieved August 10, 2023, from <https://www.linguisticsociety.org/resource/neurolinguistics>
- Metuki, N., & Lavidor, M. (2013). Applying advancements in neurolinguistic research to enhance semantic processing via cognitive training. *Journal of Neurolinguistics*, 26(6), 662-690.
- Monte-Serrat, D. M. (2022). Inclusion in linguistic education: Neurolinguistics, language, and subject. In *Research Anthology on Applied Linguistics and Language Practices* (pp. 456-470). IGI Global.

- Myers, E. B., Blumstein, S. E. (2008). The Neural Bases of the Lexical Effect: An fMRI Investigation. *Cerebral Cortex*, 18(2), 278–288. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhm053>
- Nefdt, R. M. (2023). Bilingualism and biological systems: a complex systems analysis of language. *Biology & Philosophy*, 38:12. <https://doi.org/10.1007/s10539-023-09903-3>
- Nguyen-Phuong-Mai, M. (2021). Not ‘culture’ as Hofstede assumed, but ‘context’ is the software of the mind: The neuroscience of a dynamic, contextual, and polycultural self. *Training, Language and Culture*, 5(4), 47-64. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-47-64
- Paradis, M. (2004). *A neurolinguistic theory of bilingualism*. Amsterdam. John Benjamins Publishing Company.
- Parpiyeva, M., & Jurayeva, M. (2023). Problems of linguoculturological and neurolinguistic study of phonetic means. *American Journal of Philological Sciences*, 3(02), 49-59.
- Poepfel, D. (2014). The neuroanatomic and neurophysiological infrastructure for speech and language. *Current Opinion in Neurobiology*, 28, 142-149. doi: [10.1016/j.conb.2014.07.005](https://doi.org/10.1016/j.conb.2014.07.005)
- Purnama, Y., Sobirov, B., Ino, L., Handayani, F., Al-Awawdeh, N., & Safitri, W. (2023). Neuro-Linguistic Programming as an Instructional Strategy to Enhance Foreign Language Teaching. *Studies in Media and Communication*, 11(5), 50-59.
- Rashid, M., Sulaiman, N., P. P. Abdul Majeed, A., Musa, R. M., Ab. Nasir, A. F., Bari, B. S., & Khatun, S. (2020). Current Status, Challenges, and Possible Solutions of EEG-Based Brain-Computer Interface: A Comprehensive Review. *Frontiers in Neurorobotics*, 14:25. doi: 10.3389/fnbot.2020.00025
- Rayner, K. (1977). Visual attention in reading: Eye movements reflect cognitive processes. *Memory & Cognition*, 5, 443–448. <https://doi.org/10.3758/BF03197383>
- Rayner, K. (1998). Eye movements in reading and information processing: 20 years of research. *Psychological Bulletin*, 372–422. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.3.372>
- Rayner, K. (2009). Eye movements and attention in reading, scene perception and visual search. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 1457–1506. DOI 10.1080/17470210902816461
- Rayner, K., & Duffy, S. (1986). Lexical complexity and fixation times in reading: Effects of word frequency, verb complexity, and lexical

- ambiguity. *Memory & Cognition*, 14, 191–201.
<https://doi.org/10.3758/BF03197692>
- Rayner, K., & Pollatsek, A. (1987). Eye movements in reading: A tutorial review. In M. Coltheart (Ed.), *Attention and performance* (Vol. 12, pp. 327–362). Erlbaum.
- Rayner, K., Sereno, S. C., Morris, R. K., Schmauder, A. R., & Clifton, C. (1989). Eye movements and on-line language comprehension processes. *Language and Cognitive Processes*, SI21–SI49.
<https://doi.org/10.1080/01690968908406362>
- Richardson, D., Dale, R., & Spivey, M. (2004). Eye movements in language cognition: A brief introduction. In M. González-Márquez, et al. (Eds.), *Methods in cognitive linguistics*. John Benjamins.
<https://doi.org/10.1037/0096-3445.133.1.46>
- Roberts, L. (2019). Psycholinguistic and Neurolinguistic Methods. In J. Schwieter & A. Benati (Eds.), *The Cambridge Handbook of Language Learning* (Cambridge Handbooks in Language and Linguistics, pp. 208-230). Cambridge: Cambridge University Press.
 doi:10.1017/9781108333603.010
- Roberts, L., González Alonso, J., Pliatsikas, C., & Rothman, J. (2018). Evidence from neurolinguistic methodologies: Can it actually inform linguistic/language acquisition theories and translate to evidence-based applications? *Second Language Research*, 34(1), 125-143.
- Rustan, E. (2022). Language Learning with Neurolinguistic Programming: An Integrative Review. *Journal of Language Teaching and Research*, 13(6), 1251-1258.
- Salameh Jiménez, S. (2022). Measuring reformulation through eye-tracking. The role of reformulation markers in establishing reformulation: an experimental approach. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 91, 205-218.
- Sukanadi, N. L., Wardana, I. K., & Astuti, P. S. (2022). A Neurolinguistic View of the Visual Stimulus Selection System and the Auditory Processing of Children's Language. *Indonesian Journal of Educational Research and Review*, 5(3).
<https://doi.org/10.23887/ijerr.v5i3.54374>
- Westbury, C. (1998). Research strategies: Psychological and psycholinguistic methods in Neurolinguistics. In *Handbook of neurolinguistics* (pp. 83-93). Academic Press.

- Westbury, C. (1998). Research strategies: Psychological and psycholinguistic methods in Neurolinguistics. In *Handbook of neurolinguistics* (pp. 83-93). Academic Press.
- Whitaker, H. A., & Stemmer, B. (Eds.). (1998). *Handbook of neurolinguistics*. Elsevier.
- Yang, Y., Zhu, Z., & Chen, Q. (2022). Neurolinguistics in China. In *The Palgrave Handbook of Chinese Language Studies* (pp. 1-48). Singapore: Springer Singapore.
- Zhang, X., Davarpanah, N., & Izadpanah, S. (2022). The effect of neurolinguistic programming on academic achievement, emotional intelligence, and critical thinking of EFL learners. *Frontiers in Psychology, 13*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.888797>

УДК 811.112.22

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.03>

Э.Л. Шубина³

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России

ВАРИАТИВНОЕ ПАДЕЖНОЕ МАРКИРОВАНИЕ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ГЕРМАНИИ

Данная работа посвящена проблеме синтаксической организации именных групп с первым компонентом, обозначающим названия групп животных, а именно *Rudel* (стая), *Schwarm* (рой), *Herde* (стадо). Интерес к словосочетаниям данного типа обусловлен возросшей частотностью употребления в публицистике Германии, а также особенностями синтаксического построения. Корпус публицистических текстов позволил увидеть количественное распределение моделей, при помощи которых оформлены словосочетания типа *ein Rudel Wölfe* (стая волков), а

³ Шубина Э.Л. 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

также продемонстрировал частичное несоответствие узуса нормативным требованиям.

Субстантивные группы с нераспространённым вторым компонентом были оформлены по моделям: *eine Herde+Subst. Singular (Plural) (eine Herde Schafe, Vieh)*; *eine Herde + Subst. Attr. Genitiv (einem Rudel Gleichgesinnter)*; *eine Herde + von+ Subst. Attr. Dativ (einer kleinen Herde von Gläubigen)*; *einer Herde (Dativ)+Subst. Plural (Dativ) (einem Rudel Hunden)*.

Субстантивные группы, в которых есть прилагательное или причастие перед вторым компонентом, были построены по моделям: *eine Herde + Attr. + Subst. Genitiv (ein Rudel friesischer Hunde)*; *eine Herde + von (mit, an, aus) + (Numeralien)+ Attr.+ Subst. Plural (Dativ) (Herden von kamelartigen Alpakas)*; *eine Herde+Attr.stark+Subst.=Herde (ein Rudel braune Krankenschwestern)*.

Корпусные данные показали, что существенная доля словосочетаний не имеет падежной маркировки, то есть падеж второго компонента не определяется, как не определяется и вид синтаксической связи. Доля амбивалентных форм составила для групп с *Herde* 18%, для сочетаний с первым компонентом *Schwarm* 28%, а с групп с *Rudel* 41%. В контекстах с падежной маркировкой конкурируют модели с генитивным управлением и предложным. Оказалось, что модели с согласованием *eine Herde+Attr.stark+Subst.=Herde* и *einer Herde (Dativ)+Subst. Plural (Dativ)* представлены единичными примерами, хотя авторитетные нормативные грамматики считают эти модели допустимыми для организации данных именных групп. Еще одно важное отличие от рекомендаций авторитетных грамматик состоит в том, что предложное управление представлено более разнообразным перечнем предлогов (*von, mit, an, aus*). Можно предположить, что предлоги помогают носителю языка преодолеть неопределенность в выборе падежа, так как реализованное употребление предлога накладывает жесткие ограничения на падеж существительного.

Ключевые слова: немецкий язык, публицистический дискурс, вариативность, квантификативные сочетания, предлоги, существительное, прилагательное

УДК 811.112.22
<https://doi.org/10.25076/vpl.51.03>
E. L. Shubina
MGIMO University

VARIABILITY IN JOURNALISTIC DISCOURSE IN THE GERMAN LANGUAGE

This work is devoted to the problem of syntactic organization of nominal groups with the first component, denoting the names of groups of animals, namely Rudel (flock), Schwarm (swarm), Herde (herd). Interest in phrases of this type is due to the increased frequency of use in journalism in Germany, as well as the peculiarities of syntactic construction. The corpus of journalistic texts made it possible to see the quantitative distribution of models with the help of which phrases such as ein Rudel Wölfe (pack of wolves) were formed, and also demonstrated a partial discrepancy between the use and regulatory requirements.

Substantive groups with an uncommon second component were designed according to the models: eine Herde + Subst. Singular (Plural) (eine Herde Schafe, Vieh); eine Herde + Subst. Attr. Genitiv (einem Rudel Gleichgesinnter); eine Herde + von + Subst. Attr. Dativ (einer kleinen Herde von Gläubigen); einer Herde (Dativ)+Subst. Plural (Dativ) (einem Rudel Hunden).

Substantive groups in which there is an adjective or participle before the second component were constructed according to the models: eine Herde + Attr. + Subst. Genitiv (ein Rudel friesischer Hunde); eine Herde + von (mit, an, aus) + (Numeralien)+ Attr.+ Subst. Plural (Dativ) (Herden von kamelartigen Alpakas); eine Herde+Attr.stark+Subst.=Herde (ein Rudel braune Krankenschwestern). Corpus data showed that a significant proportion of phrases do not have case marking, that is, the case of the second component is not determined, just as the type of syntactic connection is not determined. The proportion of ambivalent forms was 18% for groups with Herde, 28% for combinations with the first component Schwarm, and 41% for groups with Rudel. In contexts with case marking, models with genitival control and prepositional control compete. It turned out that models with the coordination of eine Herde + Attr.stark + Subst.=Herde

and einer Herde (Dativ) + Subst. Plural (Dativ) are represented by single examples, although authoritative normative grammarians consider these models to be valid for organizing these noun groups. Another important difference from the recommendations of authoritative grammars is that prepositional control is represented by a more diverse list of prepositions (von, mit, an, aus). It can be assumed that prepositions help a native speaker to overcome uncertainty in the choice of case, since the realized use of a preposition imposes strict restrictions on the case of a noun.

Key words: German language, journalistic discourse, variability, quantitative combinations, prepositions, noun, adjective

Введение

Именные группы *ein Korb Äpfel* являются особым структурным типом словосочетаний с количественным значением в немецком языке. Особенность упомянутых именных групп состоит в том, что падеж второго компонента не маркирован. Из-за отсутствия падежного окончания у существительного *Äpfel* остаётся открытым вопрос о виде подчинительной связи именной группы *ein Korb Äpfel*. В лингвистической литературе время от времени упоминается об особенностях их грамматического оформления и лексического наполнения. Как правило, языковеды уделяют внимание классификации всех существительных, выступающих в роли первого компонента (Кутасина, Раевский, 1985; Шубина 2020, 2021, 2022; Blühdorn, 2006; Busse, 2006; Löbel, 1986; Konopka, 2008, 2021; Malyuga, 2023; Schrod, 2005; Shubina, Blühdorn, 2015; Wegera, 1987; Wulf, 2019; Zimmer, 2015, с.250). В трудах предшественников не исследовались особенности синтаксической организации именных групп с разными количественными существительными.

Данная работа посвящена системному семантико-синтаксическому анализу субстантивных групп, обозначающих имена совокупностей живых существ. Речь пойдёт о локально организованном и однородном множестве животных (Ноздрин 2011; Фефилов, 2002). Выбор слов-квантификаторов *Herde, Rudel, Schwarm*, организующих именные группы, связан с их возрастающей частотностью употребления, зарегистрированной в корпусе Берлинской Бранденбургской Академии Наук DWDS, с особенностями их синтаксической организации и с их широкими

комбинаторными возможностями (о расширении комбинаторных возможностей речь пойдет в следующей статье), выявленными в нашем исследовании.

Рисунок 1 демонстрирует возрастающую частотность использования лексемы *Herde* в публицистическом корпусе DWDS с 2013 года (DWDS).

Рисунок 1

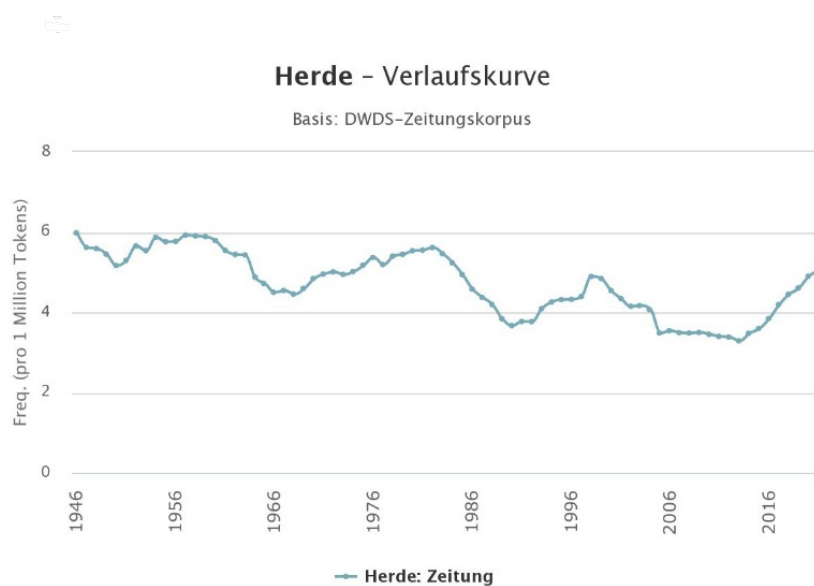


Рисунок 2 демонстрирует возрастающую частотность использования лексемы *Schwarm* в публицистическом корпусе DWDS с 1960 года.

Рисунок 2
Schwarm - Verlaufskurve

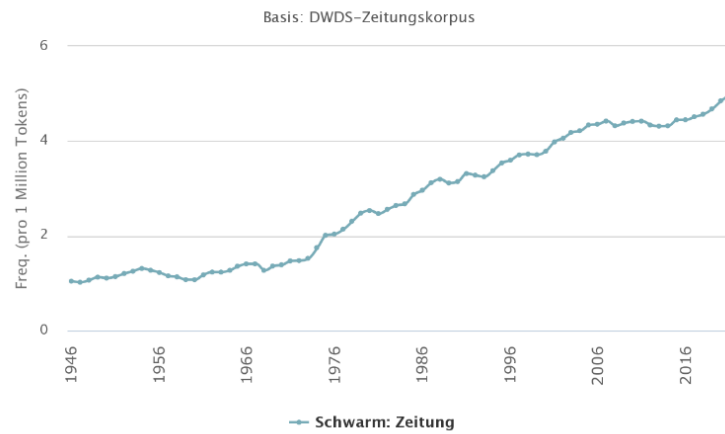
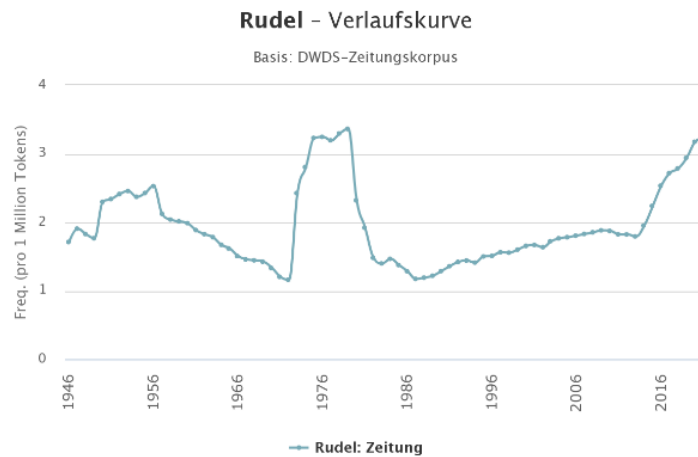


Рисунок 3 показывает возрастающую частотность использования лексемы *Rudel* в публицистическом корпусе DWDS с 1986 года.

Рисунок 3



Рассматриваемые словосочетания состоят из двух компонентов. Первый компонент, обозначающий группу животных, предлагается

рассматривать как слово-квантификатор, поскольку в его семантике заложено количественное значение. В роли вторых компонентов выступают исчисляемые существительные, обозначающие не только животных, но и людей, предметы и абстрактные понятия.

Материал и методика исследования

Материалом исследования послужил корпус Берлинской Бранденбургской Академии Наук DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache), в котором были выявлены примеры из разделов с публицистическим текстовым материалом (Berliner Zeitung (1994-2005); Der Tagesspiegel (с 1996); Die Zeit (1946-2018)). Помимо этого, в качестве материала исследования использовались статьи из немецких электронных изданий, изданных в период с 2020 по 2022 гг. (Spiegel Online, Süddeutsche Zeitung Online, Die Zeit Online, TAZ, Stern).

В таблице указано количество микротекстов соответствующих сообществ животных, которые были обнаружены в нашем корпусе.

Таблица 1

Корпус примеров именных групп со словами-квантификаторами *Herde, Schwarm, Rudel*

Название групп животных	Количество словосочетаний
<i>Herde</i> стадо, табун, отара	282
<i>Schwarm</i> косяк, рой, стая птиц	444
<i>Rudel</i> стая	172
Всего:	898 примеров

Методика проведения исследования основывалась на сравнении употребления словосочетаний с количественным значением в реальных контекстах с требованиями авторитетной грамматики немецкого языка Дуден по выбору вида подчинительной связи. Выявленные таким образом случаи отклонения от зафиксированных в авторитетных грамматиках правил распределялись по типам альтернативных средств грамматического оформления субстантивных групп. Для объяснения выбора того или иного вида синтаксической связи рассматривалась зависимость от семантики и падежа первого компонента субстантивной группы, числа и рода второго компонента группы.

Анализ и результаты исследования

Сформулированное во многих грамматиках немецкого языка основное правило синтаксической организации квантитативных групп на практике не является абсолютным. Как в устной, так и в письменной речи встречаются отклонения от правил, которые объясняются различными факторами. Все возможные варианты грамматического оформления анализируемых сочетаний рассмотрены для каждого слова-квантификатора отдельно, так как предполагается наличие разных моделей построения групп, а также их разное соотношение в рамках публицистических текстов. Рассмотрим каждую из этих трех субстантивных групп подробнее.

Синтаксическая организация именных групп с лексемой *Herde*.

В соответствии с рекомендациями нормативной грамматики Дудена в рассматриваемых именных группах второе существительное во множественном числе присоединяется к квантификатору при помощи:

1) генитивного управления:

***Ein Rudel hungriger Wölfe* streifte durch den Wald.**

2) согласования, то есть оба существительных стоят в одном и том же падеже (используется реже):

***Ein Rudel hungrige Wölfe* (Plural) streifte durch den Wald.**

3) с помощью предлога *von*+ *Dativ*

***Eine Unmenge von bereits ausgearbeiteten Unterrichtsmaterialien* steht zur Verfügung.**

Субстантивированные прилагательные в роли второго компонента следует, по рекомендациям грамматики, использовать:

1) в генитиве:

***Eine Schar Unbeugsamer* leistete Widerstand.**

2) в том же падеже, что и первый компонент (согласование):

***einer Schar* (Dativ) *Unbeugsamen* (Dativ)**

3) с помощью предлога *von*+ *Dativ*

***Eine Schar von Unbeugsamen* leistete Widerstand (Duden, 2001, с. 100; Duden, 2009)**

Анализируемый текстовый материал показал, что субстантивная группа со словом-квантификатором *Herde* организована в современном немецком публицистическом дискурсе при помощи предложных и беспредложных моделей. Так, группы с

нераспространённым вторым компонентом в единственном числе построены по моделям *eine Herde+Subst. Singular (Vieh)* и *eine Herde+von+Subst. Singular (Vieh)*. Единственное существительное *Vieh* (домашний скот) употребляется с *Herde* в единственном числе. Существительное среднего рода *Vieh* лишено флексии в нововерхненемецком языке и не позволяет однозначно определить падеж второго существительного и вид подчинительной связи в беспредложной модели:

Und ein Samburu ohne eine Herde Vieh, das ist wirklich ein verlässener Mensch (Berliner Zeitung, 2003).

В модели с предлогом *von* однозначно устанавливается предложное управление:

Mitunter treiben die Afar ganze Herden von Vieh quer, durch die Plantagen (Die Zeit, 1971).

Именные группы с распространённым существительным *Vieh* организованы в нашей выборке при помощи моделей:

1. *eine Herde + Attr. + Subst. Vieh Genitiv* (с генитивным управлением):

Costner spielt den Cowboy Charley Waite, der mit seinem Boss Spearman, sowie einer Herde prächtigen Braunviehs über die endlosen Weiden des mittleren Westens zieht (Berliner Zeitung, 2004).

2. *eine Herde+Attr.stark+Subst.(Vieh)=Herde* (*Herde* и второе существительное стоят в одном и том же падеже, для определения (*blökend*) используется сильное склонение прилагательных):

Sicherheitshalber schützen die Künstler sich mit einem elektrischen Weidezaun vor ihren Zuschauern – oder haben sie uns eingezäunt, eine Herde blökendes Vieh? (Die Zeit, 1991).

Анализируемые группы со вторым компонентом во множественном числе организованы при помощи моделей:

1. *eine Herde+Subst. Plural* (падежная форма второго компонента не выражена в номинативе, генитиве и аккузативе. В дативе падеж не определяется у существительных с окончанием – (*e*)*n* во множественном числе):

Sie passierten gerade eine Herde Flusspferde in vermeintlich sicherer Entfernung... (Die Zeit, 2017).

2. *einer Herde (Dativ)+Subst. Plural (Dativ)* (согласование однозначно устанавливается у существительных множественного числа, получающих окончание (*e*)*n* в дативе):

Runde Bühne, statt Laufsteg, umgeben von einer Herde Mammutseseln aus Klarsichtfolie (Die Zeit, 2000).

3. **eine Herde + von+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ)** (с предложным управлением (предлог *von*)

Klaus Schwagrzinna, der in Stuer im südlichen Mecklenburg eine Herde von tausend Tieren halt.... (Der Tagesspiegel, 2004).

4. **eine Herde + mit+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ)** (с предложным управлением (предлог *mit*)

Heute habe ich eine Herde mit 75 Tieren (Berliner Zeitung, 2005).

5. **eine Herde + an+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ)** (с предложным управлением (предлог *an*)

Riesige Herden an Vikunjas und Guanakos ziehen durch die sanft geschwungene Berglandschaft (Die Zeit, 2014).

6. **eine Herde + aus+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ)** (с предложным управлением (предлог *aus*)

... und in der Ecke steht ein Sonnenschirm, unter dem sich eine Herde aus Woll- und Porzellanschafen drängt, umgeben von bunten Kissenn (Die Zeit, 2012).

В состав именных групп входят достаточно часто числительные. Объясняется это тем, что человеку необходимо держать под контролем численность стада домашних животных *eine Herde mit 75 Tieren*.

Анализируемые группы со вторым компонентом – субстантивированным прилагательным или причастием организованы при помощи моделей:

1. **eine Herde + Subst. Attr. Genitiv** (с генитивным управлением)

Zusammen mit einer großen Herde Abgeordneter fand die Novizin Butalikakis den Weg zu den „minimal kleinen Stimmkärtchenfächern“ (Der Tagesspiegel, 2002).

2. **eine Herde + von+ Subst. Attr. Dativ** (с предложным управлением (предлог *von*)

....die man nur noch einer kleinen Herde von Gläubigen zumuten könne (Die Zeit, 2001).

Субстантивные группы со вторым компонентом, распространённым прилагательным или причастием организованы при помощи моделей:

1. *eine Herde* + *Attr.* + *Subst. Genitiv* (с генитивным управлением)

In der Ferne entdeckte er eine Herde fliegender Schweine (Berliner Zeitung, 2002).

2. *eine Herde* + *von* + *Attr.* + *Subst. Dativ* (с предложным управлением (предлог *von*))

"Chinchillas, aber auch ganze Herden von kamelartigen Alpakas, Llamas und Vicuñas würden die Fackelträgerin nur zu gern verspeisen", sagt Weigend (Berliner Zeitung, 2003).

3. *eine Herde* + *mit* + *Attr.* + *Subst. Dativ* (с предложным управлением (предлог *mit*))

Dabei stellten die Forscher fest, dass Herden mit 55jährigen oder älteren Leittieren auf die Signale fremder Gruppen präziser mit typischem Alarmverhalten reagierten.... (Der Tagesspiegel, 2001).

Все синтаксические модели именных групп с *Herde* и их количественное соотношение перечислены в табл. 2.

Таблица 2

Синтаксические модели именных групп с *Herde* и их количественное соотношение

Синтаксические модели и виды подчинительной связи	Количество примеров и их доля в корпусе
амбивалентные формы	51 пример (≈ 18%)
<i>eine Herde</i> + <i>Subst. Singular (Vieh)</i> <i>eine Herde Vieh</i>	1 пример
<i>eine Herde</i> + <i>Subst. Plural</i> <i>eine Herde Flusspferde</i>	50 примеров
генитивное управление	73 примера (≈ 26%)
<i>eine Herde</i> + <i>Attr.</i> + <i>Subst. Vieh Genitiv</i> <i>einer Herde prächtigen Braunviehs</i>	1 пример
<i>eine Herde</i> + <i>Subst. Attr. Genitiv</i> <i>einer großen Herde Abgeordneter</i>	2 примера

<i>eine Herde + Attr. + Subst. Genitiv</i> <i>eine Herde fliegender Schweine</i>	70 примеров
предложное управление (von, mit, aus, an)	152 примера (≈ 54%)
<i>eine Herde+von+Subst. Singular (Vieh)</i> <i>Herden von Vieh</i>	9 примеров
<i>eine Herde + von+ (Numeralien) Subst. Plural</i> <i>(Dativ)</i> <i>eine Herde von tausend Tieren</i>	68 примеров
<i>eine Herde + von+ Subst. Attr. Dativ</i> <i>einer kleinen Herde von Gläubigen</i>	2 примера
<i>eine Herde + von+ Attr. + Subst. Dativ</i> <i>Herden von kamelartigen Alpakas, Llamas und</i> <i>Vicuñas</i>	51 пример
<i>eine Herde + mit+ (Numeralien) Subst. Plural</i> <i>(Dativ)</i> <i>eine Herde mit 75 Tieren</i>	10 примеров
<i>eine Herde + mit+ Attr. + Subst. Dativ</i> <i>Herden mit 55jährigen oder älteren Leittieren</i>	7 примеров
<i>eine Herde + aus+ (Numeralien) Subst. Plural</i> <i>(Dativ)</i> <i>eine Herde aus Woll- und Porzellanschafen</i>	4 примера
<i>eine Herde + an+ (Numeralien) Subst. Plural</i> <i>(Dativ)</i> <i>Riesige Herden an Vikunjas und Guanakos</i>	1 пример
согласование	6 примеров (≈ 2%)
<i>eine Herde+Attr.stark+Subst.(Vieh)=Herde</i> <i>eine Herde blökendes Vieh</i>	1 пример
<i>einer Herde (Dativ)+Subst. Plural (Dativ)</i> <i>einer Herde Mammutsesseln</i>	5 примеров
Всего	282 приме ра

Из таблицы видно, что:

- доля именных групп с генитивным управлением составила примерно 26% контекстов. В качестве вторых компонентов выступили существительные в единственном и во множественном числе;

- доля именных групп с предложным управлением составила чуть больше половины корпуса (54%). В качестве предлогов, организующих рассматриваемые группы, использовались *an, aus, mit, von*. Нормативные грамматики указывали лишь на возможность использования предлога *von*.

- доля именных групп с согласованием незначительна (всего 2%). Согласование как вид подчинительной связи встретилось в сочетании с существительным-вторым компонентом единственного числа. В пяти примерах согласование устанавливается в сочетаниях в дательном падеже.

Таким образом, субстантивные группы с первым компонентом, выраженным лексемой *Herde*, оформлялись примерно в половине корпуса примеров при помощи предложного управления. Меньшим количеством примеров представлены группы с неоднозначно определяемым видом подчинительной связи. В данной категории представлены группы с нераспространённым вторым компонентом. Получается, что функцию маркирования падежа берут на себя модели с предлогами *eine Herde von tausend Tieren*, модели, в которых второй компонент распространён определением *eine Herde fliegender Schweine*, а также модель с первым компонентом в дативе и флексией датива у вторых компонентов *einer Herde Mammutsesseln*.

Синтаксическая организация именных групп с лексемой *Schwarm*.

Субстантивная группа со словом-квантификатором *Schwarm* организована в текстах прессы в немецком языке при помощи генитивного и предложного управления. Именные группы с распространёнными существительными в единственном числе *Schutt (m), Volk (n)* организованы в нашей выборке при помощи модели:

eine Schwarm + Attr. + Subst. (Singular) Genitiv (второе существительное стоит в генитиве)

*Durchquert die Erde solch **einen Schwarm kosmischen Schutts**, verglühen die Partikel als Sternschnuppen in der Atmosphäre* (Die Zeit, 1998).

***Ein Schwarm revolutionären Volkes** strömt herein und wünscht Ansprache* (Die Zeit, 2008).

Анализируемые группы со вторым компонентом во множественном числе организованы при помощи моделей:

1.ein Schwarm+Subst. Plural (падежная форма второго компонента не выражена в номинативе, генитиве и аккузативе. В дативе падеж не определяется у существительных с окончанием – (e)n и у заимствованных существительных)

*Der kanadische Sänger habe nach eigenen Angaben versucht, **einen Schwarm Paparazzi** abzuhängen.* (Die Zeit, 2012)

2.einem Schwarm (Dativ)+Subst. Plural (Dativ) (согласование однозначно устанавливается у существительных множественного числа, получающих окончание (e)n в дативе)

*Bevor ich die Haustür erreichen konnte, war ich von **einem Schwarm Kindern** umgeben.* (Die Zeit, 2003)

3.ein Schwarm + von+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) (предложное управление (предлог *von*))

*...sie scheuchen **einen Schwarm von 56 Tauben** auf* (Die Zeit, 2014)

4.ein Schwarm + mit+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) (предложное управление (предлог *mit*))

*Sie streichen in Trupps umher, ja auch in **Schwärmen mit vielen hundert Vögeln** ...* (Die Zeit, 1990)

5.ein Schwarm + an+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) (предложное управление (предлог *an*))

*Mit Wassertemperaturen fünf Grad über dem Schnitt, wird auch Kalifornien Küste von **Schwärmen an Tintenfischen, Baracudas und anderen Exotika** heimsucht...* (Der Tagesspiegel, 1997)

6.ein Schwarm + aus+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) (предложное управление (предлог *aus*))

*Einmal wird er in **einem Schwarm aus 13 Helikoptern** schweben.* (Die Zeit, 2011)

Анализируемые группы со вторым компонентом – субстантивированным прилагательным или причастием организованы при помощи моделей:

1. ein Schwarm + Subst. Attr. Genitiv (второе существительное стоит в генитиве)

Hitler mit einem Schwarm prächtig Uniformierter geht über einen roten Teppich... (Berliner Zeitung, 2004)

2. ein Schwarm + von+ Subst. Attr. Dativ (предложное управление (предлог *von*))

Ein Schwarm von Busreisenden kommt heran (Die Zeit, 1975)

Субстантивные группы со вторым компонентом, распространённым прилагательным или причастием организованы при помощи моделей:

1. ein Schwarm + Attr. + Subst. Genitiv (второе существительное стоит в генитиве)

Kohlweißlinge sprühen auf, ein Schwarm neongrüner Vögel zuckt durch die Luft. (Die Zeit, 2013)

2. ein Schwarm + von+ Attr. + Subst. Dativ (предложное управление (предлог *von*))

Japan als Leitvogel eines Schwarms von asiatischen Wildgänsen, die sie blindlings hinter ihm herstürmen (Die Zeit, 2000).

3. ein Schwarm + mit+ Attr. + Subst. Dativ (предложное управление (предлог *mit*))

Dann gleiten die Taucher in die Tiefe, zerteilen Schwärme mit zehn tausenden silbrig glänzenden Fischen (Berliner Zeitung, 1998).

Все синтаксические модели именных групп с лексемой *Schwarm* и их количественное соотношение перечислены в таблице 3.

Таблица 3

Синтаксические модели именных групп с лексемой *Schwarm* и их количественное соотношение

Синтаксические модели и виды подчинительной связи	Количество примеров и их доля в корпусе
амбивалентные формы	126 (≈ 28%)
<i>ein Schwarm+Subst. Plural</i> <i>ein Schwarm Fische</i>	126 примеров
генитивное управление	69 (≈ 15%)

ein Schwarm + Attr. + Subst. Singular Genitiv <i>ein Schwarm revolutionären Volkes</i>	2 примера
ein Schwarm + Subst. Attr. Genitiv <i>mit einer großen Herde Abgeordneter</i>	1 пример
ein Schwarm + Attr. + Subst. Genitiv <i>ein Schwarm neongrüner Vögel</i>	66 примеров
предложное управление (von, mit, aus, an)	250 примеров (≈ 56%)
ein Schwarm + von+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) <i>einen Schwarm von 56 Tauben</i> <i>ein Schwarm von Fischen</i>	160 примеров
ein Schwarm + von+ Subst. Attr. Dativ <i>einer kleinen Herde von Gläubigen</i>	1 пример
ein Schwarm + von+ Attr. + Subst. Dativ <i>eines Schwarms von asiatischen Wildgänsen</i>	60 примеров
ein Schwarm + mit+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) <i>Schwärmen mit vielen hundert Vögeln</i>	13 примеров
ein Schwarm + mit+ Attr. + Subst. Dativ <i>Schwärme mit zehntausenden silbrig glänzenden Fischen</i>	2 примера
ein Schwarm + aus+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) <i>einem Schwarm aus 13 Helikoptern</i>	10 примеров
ein Schwarm+ an+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) <i>Schwärmen an Tintenfischen</i>	4 примера
согласование	2 примера (≈ 1%)
einem Schwarm (Dativ)+Subst. Plural (Dativ) <i>einem Schwarm Kindern</i>	2 примера

Всего	444 примера
--------------	----------------

Из таблицы видно, что:

- доля именных групп с генитивным управлением составила примерно 15% контекстов. В качестве вторых компонентов выступили существительные в единственном и во множественном числе;
- доля именных групп с предложным управлением составила чуть больше половины корпуса (56%). В качестве предлогов, организующих рассматриваемые группы, использовались *an, aus, mit, von*. Нормативные грамматики указывали лишь на возможность использования предлога *von*;
- доля именных групп с согласованием незначительна (всего 1%). Согласование как вид подчинительной связи встретилось в именных группах, где первый компонент стоит в дативе и второй компонент тоже в дативе. На датив указали окончания существительного (-n), выступающего в роли второго компонента.

Материалы исследования показали, что субстантивные группы с первым компонентом, выраженным лексемой *Schwarm*, оформлялись примерно в половине корпуса примеров при помощи предложного управления. Меньшим количеством примеров представлены группы с амбивалентным видом синтаксической связи. В данной категории представлены группы с нераспространённым вторым членом именной группы. Как и сочетаниях с первым компонентом *Herde*, функцию маркирования падежа способны выполнить модели с предлогами *einem Schwarm aus 13 Helikoptern (Dativ)*, модели, в которых второй компонент распространён определением *ein Schwarm neongrüner Vögel (Genitiv)*, а также модель с первым компонентом в дативе и флексией датива у вторых компонентов *einem Schwarm Kindern (Dativ)*.

Синтаксическая организация именных групп с лексемой *Rudel*.

Субстантивная группа со словом-квантификатором *Rudel* организована в публицистических текстах немецкого языка при помощи ряда моделей.

Так, синтаксическое построение групп со вторым компонентом во множественном числе выглядит как:

1. ein Rudel + Subst. Plural (падежная форма второго компонента не выражена номинативе, генитиве и акузативе. В дативе падеж не определяется у существительных с окончанием – (e)n и у заимствованных существительных)

...wie **ein Rudel Wölfe** übereinander herzufallen (Die Zeit, 1992)

2. einem Rudel (Dativ) + Subst. Plural (Dativ) (согласование однозначно устанавливается у существительных множественного числа, получающих окончание (e)n в дативе)

Der Oberarzt etwa erschien mit **einem Rudel Ärzten** im Praktikum, um es zu examinieren (Berliner Zeitung, 2005).

3. ein Rudel + von + (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) (предложное управление (предлог von))

Ein Rudel von 20 Wildschweinen ist am Sonnabend in Gärten im Bereich der Chemnitzer Straße in Hellersdorf eingedrungen (Berliner Zeitung, 1997).

4. ein Rudel + aus + (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) (предложное управление (предлог aus))

Die drei Regionen wurden im Untersuchungszeitraum von **einem Rudel aus sechs Schwertwalen** als Jagdrevier genutzt (Die Zeit, 2014).

Анализируемые группы со вторым компонентом – субстантивированным прилагательным или причастием организованы при помощи моделей:

1. ein Rudel + Subst. Attr. Genitiv (второе существительное стоит в генитиве)

Sie laufen allein oder in **einem Rudel Gleichgesinnter**, bei schwüler Hitze und Dauerregen (Berliner Zeitung, 1997).

2. ein Rudel + von + Subst. Attr. Dativ (предложное управление (предлог von))

Eine Strafaktion gegen **ein Rudel von Halbwüchsigen** kulminiert in einem Moment radikaler Grausamkeit.... (Berliner Zeitung, 2003).

Субстантивные группы со вторым компонентом, распространённым прилагательным или причастием организованы при помощи моделей:

1. ein Rudel + Attr. + Subst. Genitiv (второе существительное стоит в генитиве)

Karls Gegengeschenk, ein Rudel friesischer Hunde, wird Haruns Hof wenig begeistert haben (Der Tagesspiegel, 2003).

2. ein Rudel + von + Attr. + Subst. Dativ (предложное управление (предлог *von*))

Und alle sind sie da: Rudel von grauen und schwarzen Porsche Cayennes... (Die Zeit, 2009).

3. ein Rudel + Attr. stark + Subst. Plural = Rudel (*Rudel* и второе существительное стоят в одном и том же падеже, для определения используется сильное склонение):

Im Dritten Reich setzten die Nazis den Nonnen einen Arzt mit Partebuch und ein Rudel braune Krankenschwestern vor die Nase (Die Zeit, 2015).

Все синтаксические модели именных групп с *Rudel* и их количественное соотношение перечислены в таблице 4.

Таблица 4

Синтаксические модели именных групп с *Rudel* и их количественное соотношение

Синтаксические модели и виды подчинительной связи	Количество примеров и их доля в корпусе
амбивалентные формы	70 (≈ 41%)
<i>ein Rudel + Subst. Plural</i> <i>ein Rudel Wölfe</i>	70 примеров
генитивное управление	39 (≈ 23%)
<i>ein Rudel + Subst. Attr. Genitiv</i> <i>einem Rudel Gleichgesinnter</i>	3 примера
<i>ein Rudel + Attr. + Subst. Genitiv</i> <i>ein Rudel friesischer Hunde</i>	36 примеров
предложное управление (<i>von, aus, an, mit</i>)	60 примеров (≈ 35%)
<i>ein Rudel + von (mit, an) + (Numeralien) Subst. Plural (Dativ)</i>	47 примеров

<i>Ein Rudel von 20 Wildschweinen</i> <i>Rudel mit Jungtieren</i> <i>ein ganzes Rudel an Personenschützern</i>	
ein Rudel + von+ Subst. Attr. Dativ <i>ein Rudel von Halbwüchsigen</i>	2 примера
ein Rudel + von+ Attr. + Subst. Dativ <i>Rudel von grauen und schwarzen Porsche Cayennes</i>	10 примеров
ein Rudel + aus+ (Numeralien) Subst. Plural (Dativ) <i>einem Rudel aus sechs Schwertwalen</i>	1 пример
согласование	3 примера (≈2%)
einem Rudel (Dativ)+Subst. Plural (Dativ) <i>einem Rudel Hunden</i>	2 примера
ein Rudel+Attr.stark+Subst.Plural=Rudel <i>ein Rudel braune Krankenschwestern</i>	1 пример
Всего	172 примера

Из таблицы видно, что:

- доля именных групп с генитивным управлением составила примерно 23% контекстов. В качестве вторых компонентов выступили существительные в единственном числе и во множественном числе;
- доля именных групп с предложным управлением составила менее половины корпуса (35%). В качестве предлогов, организующих рассматриваемые группы, использовались *aus*, *von*, *an*, *mit*. Нормативные грамматики указывали лишь на возможность использования предлога *von*;
- доля именных групп с согласованием незначительна (всего 2%). Согласование как вид подчинительной связи встретилось в именных группах, где первый компонент стоит в дативе и второй компонент тоже в дативе. На датив указали окончания существительного (-n), выступающего в роли второго компонента. Только в одном примере нашего корпуса зафиксировано

согласование компонентов в падеже в сочетании с распространенным вторым компонентом.

Материалы исследования показали, что субстантивные группы с первым компонентом, выраженным лексемой *Schwarm*, оформлялись примерно в половине корпуса примеров при помощи предложного управления. Меньшим количеством примеров представлены группы с амбивалентным видом синтаксической связи. В данной категории представлены группы с нераспространённым вторым членом именной группы. Как и в сочетаниях с первыми компонентами *Herde* и *Schwarm*, функцию маркирования падежа способны выполнить модели с предлогами *einem Rudel aus sechs Schwertwalen (Dativ)*, модели, в которых второй компонент распространен определением *ein Rudel friesischer Hunde (Genitiv)*, а также модель с первым компонентом в дативе и окончанием датива у вторых компонентов *einem Rudel Hunden (Dativ)*.

Заключение

В нашей работе были показаны принципы синтаксического построения групп с существительными, обозначающими биологические сообщества животных, был продемонстрирован механизм их использования носителями языка.

Данные исследования показали, что именные группы с квантификаторами *Herde*, *Rudel*, *Schwarm* были организованы по семи моделям, а именно:

1. eine Herde + Subst. Singular (Plural) (падеж второго компонента не определяется): *eine Herde Schafe*

2. eine Herde + Attr. + Subst. Genitiv (второе существительное стоит в генитиве): *ein Rudel friesischer Hunde*

3. eine Herde + Subst. Attr. Genitiv (субстантивированное прилагательное стоит в генитиве): *einem Rudel Gleichgesinnter*

4. eine Herde + von (mit, an, aus) + (Numeralien) + Attr. + Subst. Plural (Dativ) (после предлогов второе существительное стоит в дативе): *Herden von kamelartigen Alpakas*

5. eine Herde + von + Subst. Attr. Dativ (после предлога *von* субстантивированное прилагательное стоит в дативе) *einer kleinen Herde von Gläubigen*

6. *eine Herde+Attr.stark+Subst.=Herde* (существительные стоят в одном и том же падеже, для определения используется сильное склонение прилагательного): *ein Rudel braune Krankenschwestern*

7. *einer Herde (Dativ)+Subst. Plural (Dativ)* (существительные стоят в одном и том же падеже, для определения используется окончание **-n** у второго существительного): *einem Rudel Hunden*

Подводя итоги исследовательской работы, необходимо прежде всего подчеркнуть, что существенная доля словосочетаний не имеет падежной маркировки, то есть падеж второго компонента не определяется, как не определяется и вид синтаксической связи. Доля амбивалентных форм составила для групп с *Herde* 18%, для сочетаний с первым компонентом *Schwarm* 28%, а с групп с *Rudel* 41%. Данный факт даже давал повод некоторым лингвистам говорить о существовании так называемого общего падежа в немецком языке или же о наличии несклоняемых форм [7, 8, 9]. Однако эти предположения не имеют оснований в тех случаях, когда второй компонент группы распространен определением, либо использовалось предложное управление. Все эти модели и были подробно описаны в этой статье. Наши корпусные данные показали, что в контекстах с падежной маркировкой конкурируют модели с генитивным управлением и предложным (с лексемой *Herde* соответственно 26% и 54%; с лексемой *Schwarm* соответственно 15% и 56%; с лексемой *Rudel* соответственно 23% и 35%). Оказалось, что модели с согласованием *eine Herde+Attr.stark+Subst.=Herde* и *einer Herde (Dativ)+Subst. Plural (Dativ)* представлены единичными примерами, хотя авторитетные нормативные грамматики считают эти модели допустимыми для организации данных именных групп. Еще одно важное отличие от рекомендаций авторитетных грамматик состоит в том, что предложное управление представлено более разнообразным перечнем предлогов (*von, mit, an, aus*). Можно предположить, что предлоги помогают носителю языка преодолеть неопределенность в выборе падежа, так как реализованное употребление предлога накладывает жесткие ограничения на падеж существительного. Кроме того, предложное управление используется в сочетаниях, в которых было указание на количество живых существ, входящих в то или иное сообщество *einem Rudel aus sechs Schwertwalen* (стая из шести котов), *Schwärmen mit vielen hundert Vögeln* (стаи,

состоящие из сотен птиц), eine Herde mit 75 Tieren (стадо из 75 животных).

Язык как динамическая система содержит разнонаправленные тенденции, каждая из которых способна задать основное направление развития. В синхронии это выглядит как наличие набора вариантов. Из всего набора вариантов на данном этапе у носителей языка на уровне анализируемых именных групп доминирует предложное и беспредложное управление как вид синтаксической связи.

На основании полученных данных можно рекомендовать изучающим немецкий язык использовать генитивное и предложное управление для синтаксического оформления анализируемых сочетаний с распространенным вторым компонентом, так как именно эти модели и вызывают трудности у тех, для кого немецкий язык является иностранным языком, но и у носителей языка.

Вне рамок данного исследования остались вопросы, связанные с лексическим наполнением сочетаний типа *ein Rudel Wölfe*, так как именно расширение сочетаемостных возможностей способствовало повышению частотности употребления этих именных групп. Кроме того, необходимо рассмотреть проблему согласования в числе подлежащего и сказуемого, так как здесь также допускается вариативность. Так, глагол может спрягаться после данных количественных групп как в третьем лице единственного числа, так и третьем лице множественного числа *ein Schwarm Kinder folgte* (3 лицо ед. число) или *ein ein Schwarm Kinder folgten* (3 лицо множественное число). Возможно данные проблемы будут рассмотрены в рамках дальнейшего исследования проблем малого синтаксиса в современном немецком языке.

Литература

1. Кутасина Е.С. Раевский М.В. Еще раз о виде подчинительной связи словосочетаний типа *ein Liter Wasser* и падежной форме их второго компонента. «Вестник Московского университета». Сер.9. Филология. 1985. №2. С. 48 – 56.
2. Ноздрин А.С. Аксиологический аспект категории количества: сопоставительное исследование на материале

- русского и немецкого языков: автореф... дис. кан. наук. Москва, Реглет: 2011. 21 с.
3. Фефилов А. И. Методологические основы морфотемного анализа / А. И. Фефилов // Уч. зап. УлГУ. Актуальные проблемы теории языка, лингводидактики и межкультурной коммуникации. Сер. Лингвистика. Вып. 1 (7). Ульяновск: УлГУ, 2002. С. 10–18.
 4. Шубина Э.Л. Именные группы типа eine Art +Attr.+Subst. в немецком языке (в синхронии и диахронии) / Э.Л.Шубина, Х.Блюдорн // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. №72 С. 176-198.
 5. Шубина Э.Л. Конкурирующие синтаксические конструкции в современном немецком языке / Э.Л.Шубина. // Функциональные аспекты синтаксиса германских языков: монография / А.В.Аверина, О.А.Кострова, В.Л.Малахова, И.А.Шипова, Э.Л.Шубина; под общей редакцией А.В.Авериной и И.А.Шиповой. Москва: Издательство «Перо», 2022. С. 8-42.
 6. Шубина Э.Л. Вопросы малого синтаксиса в швейцарском варианте немецкого языка / Э.Л. Шубина, И.Б. Клиенкова // Успехи гуманитарных наук. 2020. №4. С.205-209.
 7. Behaghel O. Die deutsche Sprache. Halle (Saale): Niemeyer, 1954. 313 S.
 8. Blühdorn H. Zur Semantik von Numerus und Zählbarkeit im Deutschen. In: Breindl, Eva/Gunkel, Lutz/Strecker, Bruno (Hrsg.): Grammatische Untersuchungen, Analysen und Reflexionen. Festschrift für Gisela Zifonun. Tübingen: Narr, 2006. S. 53-77.
 9. Busse D. Sprachnorm, Sprachvariation, Sprachwandel. Überlegungen zu einigen Problemen der sprachwissenschaftlichen Beschreibung des Deutschen im Verhältnis zu seinen Erscheinungsformen. In: Deutsche Sprache 34, 2006. S. 314-333.
 10. Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS). URL: <https://www.dwds.de/wb/Herde> (дата обращения 15. 09. 23).
 11. Duden. Richtiges und gutes Deutsch: Wörterbuch der sprachlichen Zweifelsfälle.5., neu bearb. u. erw. Aufl.

- Mannheim etc.: Dudenverlag, 2001. 953 S. (Der Duden in 12 Bänden: Das Standardwerk zur deutschen Sprache; Bd. 9.)
12. Duden. Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch. 8., überarbeitete Auflage. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Mannheim u.a.: Dudenverlag (Duden Band 4), 2009. 939 S.
 13. Löbel E. Apposition und Komposition in der Quantifizierung: Syntaktische, semantische und morphologische Aspekte quantifizierender Nomina im Deutschen. Tübingen: Niemeyer, 1986. 225 S.
 14. Konopka M. Deutsche Grammatik – Regeln, Normen, Sprachgebrauch. Institut für Deutsche Sprache, Jahrbuch 2008. Berlin: de Gruyter. 2008. 378 S.
 15. Konopka M. Freie Variation und Fugenelemente: Theorie und korpuslinguistische Realität. In: 43. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Sprachwissenschaft: Modell & Evidenz. 23. – 26. Februar 2021, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau. Freiburg: Deutsche Gesellschaft für Sprachwissenschaft, 2021. S. 110.
 16. Schrodt R. Kongruenzprobleme im Numerus bei Subjekt und Prädikat: Die Termqualität geht vor. In: Ludwig M. Eichinger / Werner Kallmeyer (Hgg.): Standardvariation. Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache? Berlin, 2005, S. 231-246.
 17. Shubina E.L., Blühdorn H. Pseudopartitive Nominalgruppen vom Typ Nquant+Adj+N in der deutschen Literatursprache des 17. bis 20. Jahrhunderts. Deutsche Sprache 43, 2015. S. 220-254.
 18. Малюга Е.Н. Корпусный подход к исследованию корпоративной коммуникации // Russian Journal of Linguistics. 2023. Т. 27. №1. С. 152-172. doi: 10.22363/2687-0088-33561
 19. Wegera K.P. Zur Flexion der Substantive. In: Zeitschrift für deutsche Philologie 106 (Sonderheft: Frühneuhochdeutsch. Zum Stand der sprachwissenschaftlichen Forschung), 1987. S.18-37.
 20. Wulf D. Pragmatische Bedingungen der Topikalität. Zur Identifizierbarkeit von Satztopiks im Deutschen. Tübingen, 2019. 260 S.
 21. Zimmer Ch. Bei einem Glas guten Wein(es): Der Abbau des partitiven Genitivs und seine Reflexe im

Gegenwartsdeutschen. Beiträge zur Geschichte der deutschen Sprache und Literatur (PBB), 2015. S.250 –254.

References

- Kutasina, E.S., & Raevskii, M.V. (1985). Eshche raz o vide podchinitel'noi sviazi slovosochetanii tipa ein Liter Wasser i padezhnoi formy i vtorogo komponenta [Again about the form of the subordinate connection of word combinations of the type of ein Liter Wasser and the oblique form of their second component]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser.9. Filologiya*, 2, 48 – 56.
- Nozdrina, A.S. (2011). *Aksiologicheskii aspekt kategorii kolichestva: sopostavitel'noe issledovanie na materiale russkogo i nemetskogo iazykov : avtoref... dis. kan. nauk. [The Axiological Aspect of the Category of Quantity: A Comparative Study on the Material of the Russian and German Languages]*. Candidate thesis abstract, Moskva, Reglet.
- Fefilov, A. I. (2002). Metodologicheskie osnovy morfotemnogo analiza [Methodological foundations of morphotheme analysis]. Uch. zap. UIGU. *Aktual'nye problemy teorii iazyka, lingvodidaktiki i mezhkul'turnoi kommunikatsii. Ser. Lingvistika*, 1 (7), 10–18.
- Shubina, E. L., & Blühdorn, H. (2021). Imennye gruppy tipa eine Art +Attr.+Subst. v nemetskom iazyke (v sinxronii i diaxronii) [Noun Phrases of the Type *eine Art* + Attr. + Subst. in German (in Synchrony and Diachrony)]. *Tomsk State University Journal of Philology*, 72, 176-198.
- Shubina, E.L. (2022). Konkuriruiushchie sintaksicheskie konstruksii v sovremennom nemeczkom iazyke [Competing syntactic constructions in modern German]. In A.V.Averina, O.A.Kostrova, V.L.Malaxova, I.A.Shipova, E.L.Shubina (Eds.), *Funktsionalnye aspekty sintaksisa germanskix iazykov*. Moskva: Izdatel'stvo «Pero», (pp. 8-42).
- Shubina, E.L., & Klienikova, I.B. (2020). Voprosy malogo sintaksisa v shveitsarskom variante nemetskogo iazyka [Questions of syntax in the Swiss version of the German language]. *Uspexi gumanitarnyx nauk*, 4, 205-209.
- Behaghel, O. (1954). *Die deutsche Sprache*. Halle (Saale): Niemeyer.
- Blühdorn, H. (2006). Zur Semantik von Numerus und Zählbarkeit im Deutschen. In: Breindl, Eva/Gunkel, Lutz/Strecker, Bruno (Hrsg.):

- Grammatische Untersuchungen, Analysen und Reflexionen. Festschrift für Gisela Zifonun.* Tübingen: Narr, (pp. 53-77).
- Busse, D. (2006). Sprachnorm, Sprachvariation, Sprachwandel. Überlegungen zu einigen Problemen der sprachwissenschaftlichen Beschreibung des Deutschen im Verhältnis zu seinen Erscheinungsformen. *Deutsche Sprache* 34, 314-333.
- Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache* (DWDS). (2023). [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.dwds.de/wb/Herde> (Accessed 15.09.23).
- Duden. *Richtiges und gutes Deutsch: Wörterbuch der sprachlichen Zweifelsfälle.* (2001). Aufl. Mannheim etc.: Dudenverlag, 953 S. (Der Duden in 12 Bd.: Das Standardwerk zur deutschen Sprache; Bd. 9.)
- Duden. *Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch.* (2009). 8., überarbeitete Auflage. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Mannheim u.a.: Dudenverlag (Duden Band 4), 939 S.
- Löbel, E. (1986). *Apposition und Komposition in der Quantifizierung: Syntaktische, semantische und morphologische Aspekte quantifizierender Nomina im Deutschen.* Tübingen: Niemeyer.
- Konopka, M. (2008). *Deutsche Grammatik – Regeln, Normen, Sprachgebrauch.* Institut für Deutsche Sprache, Jahrbuch 2008. Berlin: de Gruyter.
- Konopka, M. (2021). Freie Variation und Fugenelemente: Theorie und korpuslinguistische Realität. In: *43. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Sprachwissenschaft: Modell & Evidenz. 23. – 26. Februar 2021*, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau. Freiburg: Deutsche Gesellschaft für Sprachwissenschaft, (p. 110).
- Schrodt, R. (2005). Kongruenzprobleme im Numerus bei Subjekt und Prädikat: Die Termqualität geht vor. In Ludwig M. Eichinger, Werner Kallmeyer (Eds.), *Standardvariation. Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache?* Berlin. (pp. 231-246).
- Shubina, E.L., & Blühdorn, H. (2015). Pseudopartitive Nominalgruppen vom Typ Nquant+Adj+N in der deutschen Literatursprache des 17. bis 20. Jahrhunderts. *Deutsche Sprache*, 43, 220-254.
- Malyuga, E. N. (2023). A corpus-based approach to corporate communication research. *Russian Journal of Linguistics*, 27(1), 152-172. doi: 10.22363/2687-0088-33561

- Wegera, K.P. (1987). Zur Flexion der Substantive. In *Zeitschrift für deutsche Philologie 106 (Sonderheft: Frühneuhochdeutsch. Zum Stand der sprachwissenschaftlichen Forschung)*, (pp.18-37).
- Wulf, D. (2019). *Pragmatische Bedingungen der Topikalität. Zur Identifizierbarkeit von Satztopiks im Deutschen*. Tübingen.
- Zimmer, Ch. (2015). *Bei einem Glas guten Wein(es): Der Abbau des partitiven Genitivs und seine Reflexe im Gegenwartsdeutschen*. Beiträge zur Geschichte der deutschen Sprache und Literatur (PBB), (pp. 250 –254).

УДК 81'22, 81'25

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.04>

Н.А. Ахренова⁴

Государственный университет просвещения

П.И. Гальцов

Государственный университет просвещения

ФИГУРЫ КОНТРАСТА КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ДИСКУРСЕ СТЕНДАП КОМЕДИИ

Статья посвящена исследованию особенностей использования фигур контраста (антитезы, акротезы, иронии) в дискурсе стендап-комедии с целью достижения комического эффекта и осуществления воздействия на целевую аудиторию. Авторы описывают стендап в терминах дискурса. Согласно исследованию, антитеза, как стилистический прием, основанный на контрасте элементов высказывания, широко используется стендап-комиками для привлечения внимания аудитории и юмористической передачи сложных идей. Авторы статьи ставят своими задачами выявление и классификацию примеров использования антитезы в

⁴ Ахренова Н.А., Гальцов П.И. 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

стендап-комедийных выступлениях.; проведение анализа стратегий достижения комического эффекта, опираясь на выявленные примеры, и, основываясь на антитезе, акротезы в сочетании со стилистическим приемом иронии. В статье описываются семантические и синтаксические вариации антитезы в дискурсе стендап комедии, выраженные как имплицитно, так и эксплицитно. Результаты исследования показывают, что в создании своих произведений стендап-комики искусно используют антитезу для сравнения противоположных концепций, использования отрицания и игры, основанной на использовании прямого и переносного значения слов, а также манипуляции семантическими и синтаксическими структурами. Понимание основ применения таких фигур контраста как антитеза, акротеза и ирония в дискурсе стендап-комедии позволят нам понять этот комплексный социолингвистический и глобальный культурный феномен. Подобное использование фигур контраста помогает стендап-комикам создать полимодальное коммуникативное пространство путем провоцирования у целевой аудитории эмоционального ответа и следующего за ним включения в диалог с актером, не требуя при этом сложных интеллектуальных действий, способных вызвать задержку реакции.

Ключевые слова: дискурс стендап-комедии, комический эффект, антитеза, акротеза, семантическая оппозиция, контраст, модальная оппозиция, ирония

UDC 81'22, 81'25

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.04>

N.A. Akhrenova

State University of Education

P.I. Galtsov

State University of Education

FIGURES OF CONTRAST AS A TOOL FOR CREATING COMIC EFFECT IN STANDUP COMEDY DISCOURSE

The article is devoted to the study of the peculiarities of using figures of contrast (antithesis, acrothesis) in the discourse of stand-up comedy

in order to achieve a comic effect and to influence the target audience. The authors describe stand-up in terms of discourse. According to the study, antithesis, as a stylistic device based on the contrast of elements of the statement, is widely used by stand-up comedians to attract the attention of the audience and humorously convey complex ideas. The authors of the article set their tasks to identify and classify examples of antithesis use in stand-up comedy performances; to analyze the strategies of achieving comic effect based on the identified examples and, based on antithesis and acrothesis, in combination with the stylistic device of irony. The paper describes semantic and syntactic variations of antithesis in standup comedy discourse, expressed both implicitly and explicitly. The results of the study show that standup comedians skillfully use antithesis in the creation of their works to compare opposing concepts, use negation and play based on the use of direct and figurative meanings of words, and manipulate semantic and syntactic structures. Understanding the basis for the use of such figures of contrast as antithesis and acrothesis in standup comedy discourse will allow us to understand this complex sociolinguistic and global cultural phenomenon. This use of figures of contrast helps standup comedians to create a polymodal communicative space by provoking an emotional response in the target audience and then engaging in a dialog with the actor, without requiring complex intellectual actions that can cause a delayed response.

Keywords: standup comedy discourse, comic effect, antithesis, acrothesis, semantic opposition, contrast, modal opposition, irony

Введение

Традиционно в лингвистике понятие «дискурс (фр. discours)» трактуется как речь, рассматриваемая в совокупности с ситуацией, где она была оформлена, и с учетом ее коммуникативной направленностью. Как пишет Т. Ван Дейк дискурс - «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» (Ван Дейк, 2000, с. 8).

По мнению В.Б. Кашкина основными свойствами дискурса как текста, реализованного в речи, являются: принципиальная безграничность; связность; цельность (Кашкин, 2004, с. 7). Именно

поэтому считаем целесообразным описание стендап в терминах дискурсивного подхода.

Описывая дискурс стендап-комедии, первостепенным является описание дискурса с точки зрения лингвопрагматики, т.к. именно прагматическая установка, грамотно оформленная лингвистически способствует достижению желаемого воздействующего эффекта на целевую аудиторию.

Материалы и методы

Для выявления фигур контраста в дискурсе стендап комедии применялся метод контекстуальный анализ. Для изложения результатов исследования использовался описательный метод. Кроме того для сбора данных были использованы общенаучные методы анализа и синтеза информации.

Материалом исследования послужили выступления следующих стендап комиков: Eddie Izzard: Circle (2002), George Carlin: You Are All Diseased (1999), Jim Gaffigan: Comedy Monster (2021), Phil Wang: Philly Philly Wang Wang (2021).

Результаты и обсуждение

Понятие «противопоставление» тесно связано с понятием «контраст».

Объяснение логической природы контраста находим в логическом словаре-справочнике: «Контраст (фр. contrast – резко выраженная противоположность) – отчетливо, ясно, остро обозначившаяся, выявившаяся противоположность между кем-либо или чем-либо» (Кондаков, 1975, с. 263). А.В. Кузнецова представляет отношения контраста, сходства и смежности графически, используя при этом логические понятия и постулаты теории множеств. Ассоциации по контрасту – наиболее сложная форма психической деятельности; они дают возможность и демонстрируют способность отражения самых глубинных связей предметов и явлений (Кузнецова, 2003, с. 86).

В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахманова дает следующее определение: «Контраст англ. contrast. 1. Взаимное противопоставление синтагматически соположенных единиц, противопоставление сосуществующих единиц (в отличие от взаимоисключающих единиц в парадигматической оппозиции). Контраст синтагматический. 2. Фигура речи, состоящая в антонимировании лексико-фразеологических, фонетических и

грамматических единиц, воплощающих контрастное восприятие художником действительности (Ахманова, 1996, с. 207).

В «Учебном словаре» Т.В. Матвеевой контраст трактуется «как семантическое противопоставление однотипных единиц в речи и тексте» (Матвеева, 2003, с. 114).

По мнению А.П. Сковородникова, контраст представляет собой «принцип линейно-синтагматической организации речевого произведения, который заключается в резком противопоставлении различных элементов текста с целью создания определенного стилистического эффекта» (Сковородников, 2011, с. 320).

В «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» под стилистическим контрастом понимается «несовпадение стилистических окрасок слов (или большинства слов) в высказывании» (Кожина, 2011, с. 483).

Явление контраста проявляется при рассмотрении отличий двух противопоставляемых объектов больше, чем при рассмотрении сходств объектов. «Лингвокреативное сознание носителей языка, балансируя на шкале между полюсами «сходство» и «различия», ненадолго останавливается на сходстве. Сходство – зафиксированный в сознании и означенный словом (синтагмой, высказыванием, текстом) фон, на котором внимание тяготеет к различиям, поскольку именно в последних заключается новизна свойств познаваемых объектов. С аксиологических позиций, сходство – это норма, позитив, различие – отступление от нее, аномалия, негатив. Внимание притягивает аномалия, негатив, различия» (Конюшкевич, 2001, с. 103).

Контраст выдвигает на первый план черты несходства, противоположности, обеспечивая тем самым связность и целостность всего текста и отдельных его сегментов. Термин «контраст» не только обозначает стилистический прием, но и отражает процесс движения мысли через противоположности, входя тем самым в область литературоведения, логики, философии (Новиков, 1995, с. 326–327).

Рассмотрим далее стилистические фигуры, в основе которых находится явление контраста.

Наиболее популярным является антитеза. Антитеза (греч. *antithesis*) – «одна из фигур речи, а именно стилистический прием усиления выразительности за счет резкого противопоставления,

контраста понятий или образов» (Матвеева, 2003, с. 18). В юморе и, в частности, в стендапе антитеза является одним из основных способов создания комического эффекта. Формат выступлений в стендапе подразумевает противопоставление самого себя (выступающего комика) нормам действительности не потому, что этого требует жанр, а потому что это противопоставление является естественным. III. Балли широко понимает антитезу, считая ее выражением естественной потребности человеческого сознания в противопоставлении понятий (Балли, 1961, с. 218). В этом смысле можно назвать самого комика «воплощением» антитезы.

В стендапе были зафиксированы различные способы создания противопоставления. Семантические оппозиции являются самым стандартным примером антитезы в стендапе. Были найдены семантические оппозиции разных видов:

1) привативные:

Now this next thing is about names, that's all, names. Names are an interest of mine, not a hobby, hobbies cost money, interests are free [139]. Антитеза строится на основании «наличия – отсутствия денег» (*hobbies cost money, interests are free*);

2) градуальные:

"Godspeed." "What speed is that?" "I don't know, 45. "Under the speed limit." "What, go slow, you mean?" "No, f...ing fast. Godspeed" [138]. Антитеза в градуальных оппозициях строится на проявлении разной степени признака, присущего объекту шутки. В данном случае объектом является «скорость Бога» (*Godspeed*), а *slow* и *f...ing fast* обозначают разную степень проявления скорости и находятся на разных сторонах полярности признака;

3) эквиполентные:

I was kind of tempted to wear, like, a thong mask. You know, something tasteful yet naughty. В предыдущих примерах были представлены симметричные оппозиции, однако в данном примере происходит противопоставление ассиметричных единиц *tasteful* и *naughty*, которые не имеют общих семантических черт, однако относятся к одному общему слову *thong mask*.

Антитеза может отражать противопоставление прагматического аспекта единиц, сопутствующего эмоционального и оценочного оттенков высказываний (Malyuga & Khaperstkova, 2023).

*Until the 19th century the English hated the French, then they started hating the Germans, moving alphabetically through the map of the world. Now, the year 2000, we **are fine** with the Germans but the Hungarians **are pissing us off**.*

Сегмент «we **are fine** with the Germans» транслирует положительное отношение комика к объекту шутки Germans при помощи единицы **fine**. В то же время сегмент «the Hungarians **are pissing us off**» обладает отрицательной коннотацией благодаря единице **pissing off**, тем самым ситуативно показывая недовольство.

America needs the old version because you're the only ones in space. You've got a bit of cash and you go up and you need [the word] awesome because you'll be going to the next sun to us and your president will say, "Can you tell me what it's like?" "It's...it's awesome, sir." "What, like a hot dog?" "Like a hundred billion hot dogs, sir."

В примере форма единственного числа **a hot dog** противопоставляется форме множественного числа **a hundred billion hot dogs**.

Помимо противопоставления лексических единиц, в стендапе антитеза служит для противопоставления образов, создаваемых комиком внутри своего монолога. Образы создаются за счёт употребления специальной лексики, которая коррелируется со значимым словом, создавая более устойчивый образ и благоприятную среду для дальнейшего противопоставления

*That's all lovely, sure. But it's the little things that I want to be rich for. The little touches that make being rich wonderful. Like, I wanna send a bottle of champagne across a restaurant to an acquaintance who hasn't noticed I'm there yet. Mwah! That's some sweet rich-person-only shit. I've seen that in the films and Wang wants in. They're over there, all sad on their own, eating their fish, and they ain't got no champagne. Out of nowhere, the waiter pops up. "Oh, this is from the **gentleman** over there **in the rabbit onesie**".*

Образ богатого человека в информативной части шутки постоянно поддерживается словами и выражениями *a bottle of champagne, a restaurant, the waiter, rich-person-only*. Кульминацией шутки является создание ситуации, в которой закрепляется образ *gentleman*, приобретающий нелепый вид за счет *in the rabbit onesie*.

Speaking of weight, I lost a decent amount of weight recently. I was on... [audience cheering] That's right. I was in a weight loss contest with

*the fattest man on Earth. -[audience laughs] -And... Yes. You may have seen him. His name is Brent Crystals. And.... [audience laughs] I beat him in this contest because **I'm a better person**, -but **that's not what I want to talk about**.*

В примере противопоставляются образы самовлюблённого и сдержанного человека, которые раскрывает в себе автор. Фраза *I'm a better person* создаёт образ самовлюблённого, надменного человек. Автор при этом использует сравнительную степень *better* с целью дать себе более высокую оценку. Далее, благодаря фразе *that's not what I want to talk about* образ самовлюблённого человека разрушается, проявляется сдержанность, нежелание хвастаться.

В стендапе антитеза может выражаться имплицитно.

So I asked audiences, this hatred, a lot of wars fought with hatred, and battles, just cos they've come all this way, but hatred is the engine. So I said, "Do you hate the French?" "Yeah!" "What about the Welsh?" "Yeah, we hate them!" "Why?" "No reason." "The Americans?" "Yeah, we hate Americans." Everyone hated Americans. Sorry, just thought I'd... Just passing on information, all right?

Противопоставление реализуется благодаря структуре «Do you hate...? Why?», направленной на поиск причин ненависти через перечисление единиц *French, Welsh, Americans*. Начиная с единицы *Americans*, поиск ответа заменяется на констатацию факта «*Just passing on information, all right*».

*And I get why you laugh at my physical flaws. Physical flaws **are funny**. They just are. **Disabilities are not**. But some are.*

В примере противопоставляются единицы **physical flaws** и **disabilities** за счет утверждения (**are funny**) и отрицания (**are not**). В дальнейшем происходит разрушение ожидания **Disabilities are not** - *But some are*, создающее эффект неожиданности на фоне предыдущей системы противопоставления только по двум компонентам (утверждение и отрицания). Таким образом, можно наблюдать многокомпонентную систему «утверждение – отрицание – утверждение».

Антитеза реализует противопоставление содержания и формы донесения. Такая антитеза выражается имплицитно.

*Thank you, Denver. That was amazing. [audience whooping] Thank you so much. **I wish I was home right now**.*

Информативная часть шутки, в частности, фразы *Thank you* и *That was amazing* выражают позитивное отношение автора к объекту шутки – месту выступления. Фраза *I wish I was home right now* имплицитно противопоставляется информативной части и получает оттенок пренебрежения, учитывая, что место рождения комика Цинциннати.

Контраст между содержанием и формой донесения реализуется при помощи слов сниженного регистра. Такое явление можно назвать стилистической антитезой.

Like I said, I meet a lot of people. I met a woman after a show recently. They're allowed at my shows. [...] She came up to me [...] and she goes, "Funny show." [grunts] And I go, "Thanks. Thanks, motherfucker, I appreciate it." So, I go... [audience laughs] I go, "Thank you." "Are you gonna go jerk off all over your hotel room now?"

Положительное отношение, выражаемое комиком при помощи фраз *Thanks, I appreciate it*, нивелируется использованием вульгаризма *motherf...er*, передающим пренебрежительное отношение к объекту шутки.

Антитеза с использованием лексики сниженного регистра создаёт стилистическое противопоставление эксплицитно (Монахова, 2019), так как подобная лексика передает негативную коннотацию, контрастирующую с нейтральной или положительной коннотацией.

I'm getting tired of... there's all this stupid bullshit that we have to listen to all the time about children. It's all you hear in this country... children, "help the children!" "what about the children?" "save the children!" You know what I say? Fuck the children! (George Carlin: *You Are All Diseased* (1999)).

Thank you... So let me ask you something. Let me ask you how's everybody doing tonight huh? Good well fuck you! (George Carlin: *You Are All Diseased* (1999)).

«Let me ask you...» отражает вежливое, нейтральное отношение комика к зрителям, затем «Good» резко противопоставляется *f... you*. Интересно, что в данном сегменте фразы *Thank you* в начале и *f... you* в конце представляют собой параллельные конструкции, относящиеся к разным регистрам.

Помимо противопоставления одиночных единиц, могут противопоставляться ряды единиц.

I'm getting tired of... there's all this stupid bullshit that we have to listen to all the time about children. It's all you hear in this country... children, "help the children!" "What about the children?" "save the children!" You know what I say? Fuck the children! (George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

В контексте с общим знаменателем children негативной единице fuck противопоставляется ряд единиц help, what about, save, имеющих нейтральную коннотацию.

Параллельные конструкции создают множественные линии противопоставления.

My big plan was to teach my children responsibility by selling posters after one of my shows. So I texted my teenage daughter. I'm like, "Do you wanna sell posters after my show? I'll pay you." She texted back, "Great, sounds good." Then I texted my teenage son. "Do you want to sell posters after my show? I'll pay you." He texted back, "No thanks. I don't need the money." He doesn't have any money. He has my money. I just texted back, "You're out of the will." I'm kidding. He was never in it.

Первая линия противопоставления идёт по гендерному признаку. При повторении конструкции «I texted my teenage...» чередующиеся объекты *daughter* и *son* противопоставляются по гендерному признаку. Автор намеренно использует повтор фразы "Do you want to sell posters after my show? I'll pay you" для создания ситуативной симметричности. Вторая линия противопоставления реализуется, когда при смене объекта *daughter* на *son*, меняется и ответ на вопрос с положительного "Great, sounds good" на отрицательный «No thanks». Далее параллелизм вновь помогает создать противопоставление по разным основаниям. Сначала фразы *I don't need the money* и *He doesn't have any money* противопоставляются по признаку «наличие – отсутствие», так как *I don't need the money* имплицитно выражает наличие денег. Затем фразы *He doesn't have any money* и *He has my money* помимо противопоставления отрицательной формы (*doesn't have*) и утвердительной формы (*has*) демонстрируют ассиметричную оппозицию единиц *any money* - *my money*. Предположительно, она основана на признаке «неопределенности – определенности», так как *any money*, помимо выражения неопределенного количества, не обозначает конкретную принадлежность, в то время как *my money*

грамматически выражает конкретную принадлежность за счет притяжательного местоимения *tu*.

Антитеза по основанию «утверждение-отрицание» формируется двумя единицами в разных предложениях. Однако нами были обнаружены подобные противопоставления внутри одного предложения.

*And chaos theory, I like it because shit happens, yeah? **The explanation is there's no explanation** cos shit happens.*

Единица в подлежащем *the explanation* противопоставлена единице в сказуемом *no explanation*, сопровождающейся отрицательной частицей *no*. Также обнаружен повтор фразы *because shit happens* с использованием сокращённого варианта *cos*. Симметричность всего высказывания обеспечивается параллельными повторяющимися конструкциями.

Грамматическая антитеза передается формами наклонений. Например, сослагательного (*we are supposed to obey*) и изъявительного (*we don't want to*).

*And Europe said yes to British beef but the French, being kind of French – and I do like the French but they can be kind of French – they said, "We have our own scientists" and even though **we are supposed to obey** the European government "**we don't want to** because we don't like your beef no way no how .*

Антитеза создается в рамках **модальной оппозиции**.

*But then Jesus had to go down onto earth and preach to the dinosaurs and he was not happy about that. "**I'm not going** down there!" "**You must**, that's your job. "That's what the Son does." "What does Mum think of all this?" "Well, I think she agrees with me. "It'll be good character-building stuff." "Just cos she's an Elven queen." "What, Galadriel?" "Yeah." "My wife?" "Yeah." "No one's going with it." "All right. "They don't know who she is, Dad." "No." "All right, **I'll go** down." .*

Маркированная единица *you must* противопоставляется единице *I'm not going*, в которой модальность не маркирована. Использование немаркированной единицы *I'll go* обеспечивает многоступенчатую антитезу «немаркированная единица – маркированная – немаркированная».

Акротеза как разновидность антитезы обнаруживается в стендап комедии. Противопоставление реализуется с помощью

утверждения одного из признаков или явлений реальной действительности за счет отрицания противоположного.

Исследователь В.А. Сазонова выявила две структурно-семантические разновидности акротезы: **А, а не Б** с позитивно-негативным следованием частей; **Не А, а Б** с негативно-позитивным расположением членов противопоставления (Сазонова, 2011, с. 96).

Позитивно-негативное расположение членов подразумевает утверждение в первой единице оппозиции и отрицание во второй. Отрицание может быть выражено по-разному, в зависимости от части речи, которой выражена единица. Нами были найдены следующие разновидности акротезы в стендап комедии:

A, no B: *Every time I talk to him, he would make it sound less appealing. "Dude, this is what we're gonna do." "We're gonna rent a cabin for the weekend. Just guys, no women." "I'm already out." "No, no, no. Think about it. Just guys, no women"* (George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

Оппозиция *guys* и *women* строится по гендерному признаку. Единицы оппозиции находятся в одном предложении и разграничены частицей **no**. Однако это не единственный возможный вариант расположения единиц оппозиции.

A, not B: *You know, in real life, Buddha was thin. He wasn't even a big guy. They made him heavy to make the religion more appealing* (19. George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

Единицы *thin – big* являются несимметричными, но относятся к привативным оппозициям, выражающим качественную противоположность. *Big* в данном случае подразумевает *thick*.

The universe is awesome, using the original meaning of the word awesome, not the new one, which is sort of, with socks and hot dogs... (19. George Carlin: You Are All Diseased (1999))

В примере единицы *original – new* находятся в семантических отношениях «меньше – больше» и контрастируют по временному признаку.

I bought weed from a dude in a stand-alone trailer one time. Not a trailer park. A solo trailer. The most terrifying housing situation that exists (19. George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

Оппозиции **stand-alone trailer – trailer park** проявляют отношения «меньше – больше» со стороны количественного

состава. Единица **trailer park** имеет форму единственного числа, но семантически подразумевает множественное число объекта **trailer**.

A and not B: *I almost feel sorry for the accountants of the billionaires. 'Cause they were like, "You had an amazing year." "You made 40 billion dollars." "But I fudged the numbers so it looks like you broke even." "As long as you lay low and don't draw attention, we should be fine"* (George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

Lay low и *draw attention* противопоставляются по значению «ликвидация – каузация действия».

"What are your views on Judaism?" "I'd like to see you destroy your career tonight." Well, I'm not frightened. I'll tell you what I think. I think Judaism is perfect. There's nothing wrong with it. And I'd like to be in more feature films.

В большинстве случаев единицы оппозиции относились к одному значимому слову в предложении или нескольким однородным членам предложения. В приведенном примере единица *perfect* относится к подлежащему *Judaism*, в то время как единица *wrong* противопоставляется ей при помощи слова *nothing*.

Not A, B: негативно-позитивное расположение членов противопоставления подразумевает отрицание в первой единице и утверждение во второй. Нами была обнаружена акротеза с противопоставлением прямого и переносного значений.

But 65 million years before that God created the dinosaurs using the image of his cousin Ted. And Ted was not the black sheep of the family, he was the huge fucking monster of the family.

Единица **black sheep** подразумевает «член семьи, который отличается от остальных», в то время как единица **the huge fucking monster** обозначает качество, передающееся единицей **dinosaurs**. Контраст между единицами возникает в случае рассмотрения прямого значения единицы **black sheep**, которая в этом случае пересекается с единицей **the huge monster** по признаку «размер». Прямое значение **black sheep**, несмотря на отсутствие слова, указывающего на размер, передает меньшие размеры, чем **the huge monster**. Помимо этого, реализуется стилистический контраст благодаря использованию вульгаризма **the huge fucking monster**.

No A, but B

*The pandemic continues, but we're... we're also processing part of the pandemic. We went a year and a half with **no weddings, no kids' birthday parties, no family reunions**, but it wasn't all good news.*

Данный пример представляется случаем оппозиции единицы и целого ряда. В ряду *weddings, no kids' birthday parties, no family reunions* используется перечисление единиц **weddings, kids' birthday parties, family reunions** для придания масштабности и разноплановости. Единицы обладают положительной коннотацией, а отрицательная частица **no** меняет коннотацию на отрицательную. В итоге ряд с отрицательной коннотацией противопоставляется единице **good news** с положительной. Во второй части шутки *it wasn't all good news* отрицание *wasn't* относится не к единице **good news**, а к слову, *all*. Наблюдается использование иронического противопоставления. Ряд *no weddings, no kids' birthday parties, no family reunions* подразумевает отрицательную коннотацию, однако единица *good news* передает положительное значение, что имплицитно выражает отношение автора к перечисленным аспектам действительности.

Ирония используется в стендап комедии как одно из самых эффективных средств создания комического эффекта. Определение иронии можно рассматривать узким и широким смыслах.

Ирония в самом широком смысле – это риторический прием, литературный троп, характеризующийся несоответствием или контрастом между реальностью (тем, что есть) и внешними признаками (тем, что кажется) (Жолос, 2020, с.102).

Ирония в узколингвистическом понимании представляет собой стилистический прием, посредством которого появляется взаимодействие двух типов лексических значений: предметно-логического и контекстуального, основанного на отношении противоположности (противоречивости). Ирония основана на контрасте: в ее рамках истинный смысл скрыт или противопоставляется смыслу явному (Radyuk, 2022). Отличительным признаком этого тропа является двойственный смысл, ощущение, что предмет обсуждения не таков, каким он кажется (Чалова, 2015, с. 79).

Назначение иронии – имплицитное выражение насмешки. Исследователь Т.Г. Бочина отмечает, что в русском паремиологическом фонде ирония чаще всего выражается в форме

иронической антитезы, при которой контрастируют нейтральное общепринятое значение языковой единицы и содержание его текстового развертывания (Бочина, 2010, с. 26).

По мнению А.Г. Козинцева, ирония – один из видов проявления агрессии в комическом. В иронии «моделирование чужого поведения, воспринимаемого как несообразное, происходит на сознательном и в основном словесном уровне» (Козинцев, 2007, с. 189). Разнообразные тропы могут функционировать в качестве "носителей" иронии (литота, гипербла, антифраза, метафора). К стилистическим приемам, передающим иронию, относятся аллюзии, повторы и т.д. Ирония имплицитно представляет собой оценочное высказывание; диапазон скрытых эмоций варьируется от страха до презрения, от гнева до легкого осуждения на фоне симпатии. В основе иронии лежит имплицитная негативная оценка, адресатом которой выступает человек; объектом иронии также является сфера человеческой деятельности или неодушевленный предмет, которые косвенно характеризуют человека. Таким образом, прагматика иронии определяется прежде всего ее оценочной функцией, когда, подвергая критике все то, что он считает несовершенным, адресант воздействует на окружающих, на их образ мысли и на линию их поведения (Козинцев, 2007, с. 189).

Ирония – это явление речи. Вне речевой ситуации говорить об иронии невозможно, поскольку иронические коннотации вне контекстной ситуации практически не встречаются.

Обязательным компонентом иронии являются сигналы иронии (формальные или семантические), так как они позволяют расшифровать высказывание в соответствии с авторской пресуппозицией (Степанова, 2009, с. 17). В качестве примера рассмотрим отрывок из выступления Джорджа Карлина, где он рассуждает о религии и своём отношении к ней.

You know who I pray to? Joe Pesci. Joe Pesci. Two reasons... first of all, I think he's a good actor okay? To me, that counts. Second... he looks like a guy who can get things done. Joe Pesci doesn't fuck around. In fact, Joe Pesci came through on a couple of things that God was having trouble with. For years, I asked God to do something about my noisy neighbour with the barking dog... Joe Pesci straightened that cocksucker out with one visit! It's amazing what you can accomplish with a simple baseball bat! (George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

Авторской пресуппозицией в данном отрывке является негативное отношение к религии. Комик переносит ситуацию с молебнами к Богу на молебны к Джо Пэски при помощи иронии. Предложение *Two reasons...* предполагает развёрнутое и серьёзно аргументированное объяснение для предложения *You know who I pray to? Joe Pesci.*, однако единица *he's a good actor* как аргумент без контекста, содержащего отношение комика к религии, выглядит нелепо. Далее в предложении *Joe Pesci came through on a couple of things that God was having trouble with* субъекты *Joe Pesci* и *God* противопоставляются единицами *came through* - *was having trouble with* благодаря положительной и отрицательной коннотации, что создаёт ощущение превосходства *Joe Pesci* над *God*. Предложение *It's amazing what you can accomplish with a simple baseball bat* также имплицитно указывает на наличие насильственных действий. Используемые ранее глаголы *accomplish* и *straightened* не указывают на насилие. Вульгаризм передает негативное отношение автора к объекту шутки. Как отмечает Н.Ю. Степанова, распространенными приемами создания иронии являются ироническое употребление оценочной лексики, ответы на общие вопросы-предложения, характеризующиеся противоположной вопросу полярностью, номинативная ирония [Степанова, 2009, с. 18].

Объектом самоиронии становится сам комик. В подобных выступлениях комик ищет положительное в своих отрицательных чертах.

Single once more. Ah, yes. [laughs] Single fella, single now. Broke up with my girlfriend. Great way to become single. Highly effective, it turns out.

Единица *broke up* передает отрицательную коннотацию, однако противопоставляемые ей единицы *great way to become single* и *highly effective* обладают позитивным значением.

Ирония передает неявное чувство превосходства. В отличие от юмора, ирония прячет смешное под личиной серьёзного; внешне положительное высказывание на деле содержит в себе критическую оценку (Зеленцова, 2017, с. 136).

"That's a load of bollocks, mate. A load of..." It means bullshit. Bullshit, bollocks, very close in the dictionary (.18. Eddie Izzard: Circle (2002)).

Приведенный контекст данного иллюстрирует чувство превосходства комика над своей аудиторией. Более конкретно – превосходства в культурном плане. Так как комик выступает в Америке, а единица *bollocks* используется в британском варианте английского, она противопоставляется единице *bullshit* выражающую большую агрессию, чем *bollocks*.

Общеизвестно, что функция высмеивания или насмешки является одной из наиболее характерных для иронии (Malyuga, 2020). В основе ее лежит укрепление позиции адресанта за счет порицания или выражения презрения по отношению к адресату.

Л.М. Жолос различает несколько видов иронии: словесная ирония, драматическая ирония, ситуационная ирония (Жолос, 2020, с.103).

Словесная ирония – это контраст между тем, что сказано, и тем, что подразумевается; например, сарказм.

Драматическая ирония – это контраст между тем, что комик считает правдой, и тем, что зритель понимает и признает, как действительность. Поскольку зритель обладает меньшим знанием о происходящем, нежели комик, особенно интересным становится то, каким образом комик интерпретирует действительность через призму своего восприятия. В стремлении усилить драматизм выступления, комик обращается к средствам создания экспрессивности.

Например, выступление Джорджа Карлина содержит эпитеты *major-league bullshit, all-time champion of false promises and exaggerated claims: When it comes to bullshit, big-time, major-league bullshit, you have to stand in awe, in awe of the all-time champion of false promises and exaggerated claims... religion* (George Carlin: *You Are All Diseased* (1999)).

Примером использования гиперболы служит следующий отрывок: *No contest! No contest! Religion easily has the greatest bullshit story ever told* (George Carlin: *You Are All Diseased* (1999)).

Как средство создания контраста, драматическая ирония в монологе Карлина основана на деконструкции сложных религиозных понятий.

Think about it... religion has actually convinced people that there's an invisible man living in the sky who watches everything you do, every minute of every day, and the invisible man has a special list of 10 things

he does not want you to do! And if you do any of these 10 things, he has a special place full of fire and smoke and burning and torture and anguish where he will send you to live and suffer and burn and choke and scream and cry forever and ever till the end of time... but he loves you. He loves you and he NEEDS MONEY! He always needs money! He's all-powerful, all-perfect, all-knowing, and all-wise, somehow, just can't handle money! (19. George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

Ситуационная ирония – это контраст между тем, что происходит, и тем, что ожидалось (Жолос, 2020, с.103). Ситуативная ирония продуктивна при создании ситуационной комедии.

Now here's another example of overprotection. Did you ever notice on the TV news every time some guy with an AK-47 strolls onto a school yard and kills 3 or 4 kids and a couple of teachers, the next day, the next day, the school is overrun with counsellors and psychiatrists and grief counsellors and trauma therapists trying to help the children cope? Shit! When I was in school, someone came to our school and killed 3 or 4 of us; we went right on with our arithmetic! "35 classmates minus 4 equals 31" (19. George Carlin: You Are All Diseased (1999)).

В приведенном отрывке из выступления Джорджа Карлина ирония касается временного промежутка. Сравнивается отношение к детям в то время, когда сам комик был ребенком, с современным отношением. Ирония становится возможной, так как и комик, и зрители могут соотнести себя с объектом шутки. Пример подтверждает, что ирония не только демонстрирует превосходство автора над зрителем, но и приравнивает автора к зрителю вследствие общего непонимания нынешних реалий и солидарности в отношении к ним.

Ирония может опираться на общий исторический или социальный контекст, а также на узкий контекст общения группы. Ирония как средство конвенционального общения выполняет функцию группового самоутверждения посредством перенесения негативных качеств на объект иронии и повышения за счет этого своей относительной ценности.

М.В. Мусийчук выделяет несколько видов иронии как характерных способов передачи имплицитного содержания сообщения: учтивая насмешка, реализующаяся посредством способов создания комического эффекта (астеизм, аттическая соль,

панегирик); злобная насмешка (диасирм); жестокая насмешка (сарказм); подражание (мимезис); миловидное притворство (хариентизм); приписывание черт (халеазм); вербализация умолчания (паралепсис); употребление слов или выражений в их противоположном значении (антифазис) (Мусийчук, 2009, с. 70).

Учтивая насмешка проявляется через такой приём как аттическая соль, характеризующийся тонким и изящным остроумием. Этот приём создан для объяснения действительности. Примером служит монолог Тома Сегуры о кампании по привлечению людей к заказам еды в кафе.

I'll tell you, on a grand scale, who's helping nobody lose weight is Starbucks. And this is true. They have a national training campaign to try to trick you into ordering food. And this is why. They know you're going to order a beverage. So, they try to lead you into food. Pull into any Starbucks drive-through. And now they greet you, they say, "Welcome to Starbucks. What can we get started for you to eat today?" -And you're like, "Wait, what? -[audience laughs] I just wanted coffee." And they're like, "No shit. [audience laughs] What else do you want?" [audience laughs] You're like, "I don't know, sausage? I mean, what do you have?"

Злобная насмешка (диасирм) представляет более агрессивный тип иронии. Как правило, объектом такого вида иронии становится конкретный человек. Например, Кэтт Уильямс в своем монологе высмеивает Дональда Трампа за противоречивость его действий.

We find out, public enemy number one is Kathy Griffin. Kathy Griffin? Ain't that a bitch? Get the fuck out of here. I thought for sure Trump was gonna have a sense of motherfucking humor. What the fuck? You the president now, you can't take a joke, motherfucker? You announced your presidency on Comedy Central, motherfucker, after a roast?" (Katt Williams: Great America (2018)).

Такие виды иронии, как подражание (мимезис) или миловидное притворство (хариентизм) заключаются в проецировании на себя (комика) некоторых качеств объекта шутки, в результате чего возникает контраст.

В монологе комик принимает на себя роль главврача больницы. Ирония выражается имплицитно, однако противопоставление лексических единиц получает эксплицитное выражение.

I've noticed that a lot of hospitals in the U.S. are either named after Saints or ancient places in Israel which is not that reassuring when you think about it. It's like, "Hi, welcome to our hospital." We're all about science which is why our building is named after the place God talked to Moses as a burning bush. Over here's our Casper the Ghost wing... next to our Astrology Center. Do you like UFOs? We love those. "We're all about science."?" (Jim Gaffigan: Comedy Monster (2021)).

Юмор строится на противопоставлении научной базы медицины (science) псевдонаучному и бездоказательному подходу (the place God talked to Moses as a burning bush, Casper the Ghost wing, Astrology Center, UFOs). Ирония заключается в выражении серьезности псевдонаучного ряда.

Нами был обнаружен пример иронии, выраженной имплицитно. Единицы a little bit for everyone и nationalize the sea преподносятся серьезно, но смысл высказывания подразумевает шутовское отношение комика к ситуации.

My political persuasion's changed. So much from a couple years ago. I used to think I was a Socialist. That was me. Just a couple of years ago. Little Philly Philly Wang Wang with his red cap on. "Mm! I'm a Socialist. Boo-boo-boo. A little bit for everyone. It only seems fair. Boo-boo-boo. Nationalize the sea. Oh, I'm a Socialist" (Phil Wang: Philly Philly Wang Wang (2021)).

Вербализация умолчания (паралепсис) подразумевает намеренное опущение некоторых фактов, связей между мыслями. Это эффективный способ создания комизма, так как зритель становится первоисточником шутки и получает дополнительные эмоции.

It's kind of amazing more of us don't get plastic surgery because we live in a beauty-obsessed society, right? There are studies. There was a Harvard study, that found that children believed good-looking people are nicer. That study also found that children are stupid (Jim Gaffigan: Comedy Monster (2021)).

There was a Harvard study, that found that children believed good-looking people are nicer и That study also found that children are stupid выражают не связанные формально идеи.

Приписывание черт (халеазм) заключается в приписывании черт одного объекта другому и иронизирование над этим. Например, начало концерта Эдди Иззарда сопровождается следующей фразой:

Hello, New York. So, er, hi, welcome to New York. You probably live here (Eddie Izzard: Circle (2002)).

You probably live here выражает мысль, очевидно следующую из предыдущего высказывания. Единица probably подчеркивает неопределенность.

Отмечается, что использование иронии никак не связано с намеренной агрессией.

Жестокая насмешка (сарказм) внешне может выглядеть очень агрессивно, однако стилистически она лишь отличается большей степенью экспрессивности и эмоциональности. Сарказм подпитывается большей степенью недовольства, от чего при его использовании возникает ощущение использования провокационного материала с целью задеть объект шутки немного больше, чем при других видах иронии.

You know, and whenever I see a motorcycle that's on the highway, I always have the same thought. "You're gonna die." "What are you doing on the highway? You're gonna die." And the only reason I say that is 'cause they're gonna die. I don't even know what the thinking is. "Well, I have to travel a long distance." "Should I take the car or this motorized chair with no seat belt?" (Jim Gaffigan: Comedy Monster (2021)).

Единица you're gonna die имплицитно связывается со статистикой смертей при вождении мотоцикла. Эта же единица в дальнейшем противопоставляется единице car по категории «наличие – отсутствие безопасности».

Выводы

Исследование продемонстрировало богатство приемов, связанных с антитезой, в стендап-комедии. Стендап-комики используют ее для создания комического эффекта различными способами, включая контрастирование, игру с семантикой и синтаксисом, а также использование отрицания.

Результаты исследования подчеркивают важную роль антитезы в создании юмора и эффективной коммуникации актера с аудиторией. Реализуясь как имплицитно, так и эксплицитно в сочетании нейтральных слов и выражений с лексикой сниженного регистра, антитеза оказывает значительное влияние на структуру и эффективность стендап-комедии, привлечения более широкой аудитории с разным социальным, интеллектуальным и образовательным статусом.

Кроме того, анализ материала для исследования наглядно продемонстрировал частотное использование акротезы, как разновидность антитезы. Этот лингвистический прием создает противопоставление с помощью отрицания одного из признаков или явлений реальной действительности, в то время как другой признак утверждается. Акротеза позволяет комикам передавать свои иронические и саркастические взгляды на окружающий мир, обращая внимание аудитории на различия между утверждением и действительностью.

Комики часто используют акротезу целенаправленно с целью удивления аудитории и создания эффекта неожиданности высказанного утверждения.

Акротез и антитеза используются для создания сарказма, который по праву считается ведущим проявлением комического в стендап-комедии и является ключевым аспектом в оценке успешности коммуникации в дискурсе стендап комедии.

В заключение заметим, что ирония, а в случае со стендап-комедией, злая ирония, которая часто граничит с сарказмом обуславливает разделение людей и групп, юмор же включает бессознательный компонент и не ограничивается только рамками речевого поведения.

Литература

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1996.
2. Балли Ш. Французская стилистика /Пер. с французского К. А. Долинина. - М., 1961.
3. Бочина, Т. Г. Стилистические приемы контраста как система с полевой структурой / Т. Г. Бочина // Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2010. – № 1(19). – С. 25-29.
4. Дейк Ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000.
5. Жолос Л. М. Юмор, ирония и сатира в английской литературе / Л. М. Жолос, М. А. Чмыхалова // Переводческий дискурс: междисциплинарный подход : материалы IV международной научно-практической конференции, Симферополь, 23–25 апреля 2020 года. – Симферополь: Общество с ограниченной

- ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2020. – С. 101-106.
6. Козинцев А. Г. Человек и смех / А. Г. Козинцев. – Санкт-Петербург : Издательство Алетейя, 2007.
 7. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник / отв. ред. Д. П. Горский. М.: Наука, 1975.
 8. Конюшкевич М. И. Категория сравнения и бином языка // Рус. яз. : ист. судьбы и современность : тез. докл. Междунар. конгресса ; МГУ ; 13–16 марта 2001 г. М., 2001 – С. 103.
 9. Кузнецова А. А. Стилистические фигуры, построенные по принципу синтаксического параллелизма, в современном русском литературном языке : дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / А. А. Кузнецова. – Кемерово, 2003.
 10. Малюга Е.Н. Функции юмора в англоязычном экономическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. № 6. 2020. С. 31-43.
 11. Малюга Е.Н., Хаперсткова А.А. Лингвокогнитивный аспект изучения женской эмоционально-оценочной лексики в рекламном дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2023. № 1. С. 71-79.
 12. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М. : Флинта : Наука, 2003.
 13. Мусийчук М. В. Коммуникативный механизм юмора через призму иронии как приема остроумия / М. В. Мусийчук // Гуманитарные науки в Сибири. – 2009. – № 1. – С. 68-72.
 14. Новиков Л. А. Противопоставление как прием // Филологический сборник. М.: ИРЯ, 1995. С. 326–335.
 15. Сазонова В. А. Контраст как основа стилистических фигур / В. А. Сазонова // Язык и социальная динамика. – 2011. – № 11-1. – С. 92-97.
 16. Сковородников А.П. Апозиопезис (апозиопеза), или апосиопезис (апосиопеза) / А. П. Сковородников // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): Словарь-справочник. Электронное издание / Сибирский федеральный университет; Под редакцией А.П. Сковородникова. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. – С. 56.

17. Степанова Н. Ю. Контраст как средство создания комического эффекта (лингвостилистический аспект): специальность 10.02.04 “Германские языки“: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Степанова Наталья Юрьевна. – Москва, 2009.
18. Стилистический энциклопедический словарь русского языка [электронный ресурс] / под ред. М.Н. Кожинной; члены редколлегии: Е. А . Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. – 2-е изд., стереотип. — М.: Флинта: Наука, 2011. — 696 с.
19. Чалова Л. В. Стилистическая функция фигур контраста / Л. В. Чалова // Евразийский союз ученых. – 2015. – № 8-3(17). – С. 78-80.
20. Eddie Izzard: Circle. Full Transcript [Электронный ресурс]. 2002. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/eddie-izzard-circle-2002-full-transcript/> (дата обращения: 01.03.2023)
21. George Carlin: You Are All Diseased. Transcript [Электронный ресурс]. 1999. URL: https://scrapsfromtheloft.com/comedy/george-carlin-you-are-all-diseased-transcript (дата обращения: 27.12.2022)
22. Jim Gaffigan: Comedy Monster. Transcript [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/jim-gaffigan-comedy-monster-transcript/> (дата обращения: 17.02.2023)
23. Katt Williams: Great America. Transcript [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/katt-williams-great-america-transcript/> (дата обращения: 20.11.2022)
24. Monakhova E. Cognitive and pragmatic approach to using stylistic devices in English literary discourse // Training, Language and Culture. – 2019. – Vol. 3(1). – Pp. 37-52. doi: 10.29366/2019tlc.3.1.3
25. Phil Wang: Philly Philly Wang Wang. Transcript [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/phil-wang-philly-philly-wang-wang-transcript/> (дата обращения: 01.03.2023)
26. Eddie Izzard: Circle. Full Transcript [Электронный ресурс]. – 2002. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/eddie-izzard-circle-2002-full-transcript/> (дата обращения: 01.03.2022)

27. George Carlin: You Are All Diseased. Transcript [Электронный ресурс]. 1999. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/george-carlin-you-are-all-diseased-transcript> (дата обращения: 27.12.2021)
28. Jim Gaffigan: Comedy Monster. Transcript [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/jim-gaffigan-comedy-monster-transcript/> (дата обращения: 17.02.2022)
29. Radyuk K.A. Comic Language Means in the English-Language Comic Books // *Professional Discourse & Communication*. 2022. Vol. 4(3). Pp. 29-38. (In Russ.) <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-3-29-38>
30. Phil Wang: Philly Philly Wang Wang. Transcript [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/phil-wang-philly-philly-wang-wang-transcript/> (дата обращения: 01.03.2022)

References

- Ahmanova, O. S. (1996). *Slovar' lingvisticeskikh terminov* [Dictionary of linguistic terms]. Moscow: Sovetskaja jenciklopedija.
- Balli, Sh. (1961). *Francuzskaja stilistika* [French Stylistics]. Moscow.
- Bochina, T. G. (2010). Stilisticheskie priemy kontrasta kak sistema s polevoi strukturoi [Stylistic devices of contrast as a system of field structure]. *Vestnik Tatarskogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta*, 1(19), 25-29.
- Chalova, L. V. (2015). Stilisticheskaia funktsiia figur kontrasta [Stylistic function of figures' contrast]. *Evraziiskii soiuz uchenykh*, 8-3(17), 78-80.
- Dejk, Van T.A. (2000). *Jazyk. Poznanie. Kommunikacija* [Language. Knowledge. Communication]. B.: BGK im. I. A. Bodujena de Kurtene.
- Zholos, L. M. (2020). Iumor, ironiia i satira v angliiskoi literature [Humor, irony and satire in English literature]. In *Perevodcheskii diskurs: mezhdistsiplinaryi podkhod: materialy IV mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Simferopol': Obshchestvo s ogranichennoi otvetstvennost'iu «Izdatel'stvo Tipografia «Arial», (pp. 101-106).

- Kondakov, N. I. (1975). *Logicheskij slovar'-spravochnik* [Logical dictionary-reference book]. Moscow: Nauka.
- Konjushkevich, M. I. (2001). Kategorija sravnenija i binom jazyka [Category of comparison and binomial language]. In *Rus. jaz. : ist. sud'by i sovremennost': tez. dokl. Mezhdunar. Kongressa*, MGU, Moscow, (p. 103).
- Kozintsev, A. G. (2007). *Chelovek i smekh [Man and Laughter]*. Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo Aleteiia.
- Kuznecova, A. A. (2003). *Stilisticheskie figury, postroennye po principu sintaksicheskogo parallelizma, v sovremennom russkom literaturnom jazyke [Stylistic figures formed on the principle of syntactic parallelism in the modern Russian literary language]* (Candidate thesis, Krasnoyarsk State University, Kemerovo, Russia). Retrieved from: <https://www.dissercat.com/content/stilisticheskie-figury-postroennye-po-principu-sintaksicheskogo-parallelizma-v-sovremennom-> (Accessed: 25.08.2023)
- Malyuga, E.N. (2020). *Funktsii iumora v angloyazychnom ekonomicheskom diskurse [Functions of humor in the English-language economic discourse]*. Moscow University Philology Bulletin, 6, 31-43.
- Malyuga, E.N., & Khaperstkova, A.A. (2023). The linguistic-cognitive aspect in studying women's emotional-evaluative lexis in advertising discourse. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki*, 1, 71–79.
- Matveeva, T. V. (2003). *Uchebnyj slovar': russkij jazyk, kul'tura rechi, stilistika, ritorika* [Educational dictionary: Russian language, speech culture, stylistics, rhetoric]. Moscow: Flinta: Nauka.
- Monakhova, E. (2019). Cognitive and pragmatic approach to using stylistic devices in English literary discourse. *Training, Language and Culture*, 3(1), 37-52. doi: 10.29366/2019tlc.3.1.3 /
- Musiichuk, M. V. (2009). Kommunikativnyi mekhanizm iumora cherez prizmu ironii kak priema ostroumiiia [The communicative mechanism of humor through the prism of irony as a method of wit]. *Gumanitarnye nauki v Sibiri*, 1, 68-72.
- Novikov, L. A. (1995). Protivopostavlenie kak priem [Contrast as a method]. In *Filologicheskij sbornik* (pp. 326–335). M.: IRJa.

- Radyuk, K.A. (2022). Comic Language Means in the English-Language Comic Books. *Professional Discourse & Communication*, 4(3), 29-38. (In Russ.) <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-3-29-38>
- Sazonova, V. A. (2011). Kontrast kak osnova stilisticheskikh figur [Contrast as the basis of stylistic figures]. *Jazyk i social'naja dinamika*, 11-1, 92-97.
- Skovorodnikov, A.P. (2014) Apoziopezis (apoziopeza), ili aposiopezis (aposiopeza) [Apoziopezis (apoziopeza), or aposiopezis (aposiopeza)]. In *Jeffektivnoe rechevoe obshhenie (bazovye kompetencii)*. Slovar'-spravochnik. Krasnojarsk: Sibirskij federal'nyj universitet, (pp. 56).
- Stepanova, N. Iu. (2009). *Kontrast kak sredstvo sozdaniia komicheskogo effekta (lingvostilisticheskii aspekt)* [Contrast as a way of creating a comic effect (linguistic and stylistic aspects)]. (Candidate thesis abstract, Kolomna Pedagogical State University, Kolomna, Russia).
- Stilisticheskij jenciklopedicheskij slovar' russkogo jazyka*. (2011). [Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language] / ed. by M.N. Kozhinoj. Moscow: Flinta: Nauka.
- Eddie Izzard: Circle*. (2002). Full Transcript. Retrieved from: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/eddie-izzard-circle-2002-full-transcript/> (Accessed: 01.03.2023)
- George Carlin: You Are All Diseased*. (1999). Transcript. Retrieved from: https://scrapsfromtheloft.com/comedy/george-carlin-you-are-all-diseased-transcript (Accessed: 27.12.2022)
- Jim Gaffigan: Comedy Monster*. (2021). Transcript. Retrieved from: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/jim-gaffigan-comedy-monster-transcript/> (Accessed: 17.02.2023)
- Katt Williams: Great America*. (2018). Transcript. Retrieved from: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/katt-williams-great-america-transcript/> (Accessed: 20.11.2022)
- Phil Wang: Philly Philly Wang Wang*. (2021). Transcript. Retrieved from: <https://scrapsfromtheloft.com/comedy/phil-wang-philly-philly-wang-wang-transcript/> (Accessed: 01.03.2023)

УДК 811.111

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.05>

Е.А. Вишнякова⁵

Тулский государственный педагогический университет

им Л.Н. Толстого

О.Д. Вишнякова

Московский государственный университет

имени М.В. Ломоносова

П.И. Сергиенко

Московский государственный университет

имени М.В. Ломоносова

**ЭВРИСТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ
АСПЕКТЫ НОМИНАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ
АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АНТРОПОНИМИЧЕСКИХ ПРОЗВИЩ)**

В статье рассматриваются функциональные и эвристические особенности антропонимических прозвищ в таких разновидностях англоязычного дискурса, как литературное дискурсивное пространство, политический дискурс, дискурс связей с общественностью. Антропонимические прозвища выступают как единицы вторичной номинации и языковые реперезентанты процесса оценочности, в которых формируются и выражаются определенные установки лингвокультурной среды. Будучи представленными в различных типах дискурса, анализируемые единицы выполняют такие базовые функции, как идентификация и оценка. Проявление их специфики обусловлено наличием целого ряда субъективных характеристик, которые с течением времени приобретают более общий характер и в той или иной степени становятся достоянием всего лингвокультурного сообщества. В качестве элемента дискурсивного пространства

⁵ Вишнякова Е.А., Вишнякова О.Д., Сергиенко П.И. 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

антропонимические прозвища могут приобретать различные свойства, обусловленные коммуникативно-прагматическими особенностями содержащих их текстов и соответствующих коммуникативных ситуаций. С функциональной и эвристической точек зрения антропонимические прозвища могут рассматриваться как результат процесса оптимизации в целях экономии языковых средств и интеллектуальных усилий, что обусловлено семантическими и структурными характеристиками анализируемых единиц - языковых знаков, выступающих в том числе как знаки-признаки и выполняющих ряд дискурсивных функций.

Ключевые слова: антропонимическая номинация, прозвища, дискурс, функциональный, эвристический, оптимизация

UDC 811.111

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.05>

E.A. Vishnyakova

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University

O.D. Vishnyakova

Lomonosov Moscow State University

P.I. Sergienko

Lomonosov Moscow State University

**HEURISTIC AND FUNCTIONAL ASPECTS OF
NOMINATION (CASE-STUDY OF ENGLISH
ANTHROPONYMIC SOBRIQUET FORMATIONS)**

The article deals with functional and heuristic features of anthroponymic sobriquets in such English discourse varieties as literary discursive space, political discourse, Public Relations-discourse. Anthroponymic sobriquets represent themselves as the units of secondary nomination and linguistic manifestations of evaluative process, in which certain attitudes of linguocultural surroundings are formed and expressed. While being represented in discourse the units under analysis fulfill such basic functions as identification and evaluation, based on individual subjective characteristics that in the course of time acquire the more general character and to a certain extent tend to become possession of the linguistic cultural community. Being

part of the discursive space anthroponymic sobriquets may acquire peculiar characteristics determined by communicative-pragmatic features of corresponding texts and communicative situations in question. In terms of their functional and heuristic perspectives anthroponymic nicknames serve to be the result of optimization with respect to linguistic means and intellectual effort saving, which refers to the semantic and structural peculiarities of the units under analysis, which can be regarded as both linguistic signs and signs-indexes performing discursive functions.

Keywords: anthroponymic nomination, sobriquets, nicknames, discourse, functional, heuristic, optimization

Introduction

The study of the use of anthroponyms being part of the sociolinguistic studies with its fields of functioning in various types of English discourses provides for a reliable mechanism for identifying various features of discourse formation and most effective use of language, including the process of verbalization in reference to the most acute societal phenomena and the speakers' attitude towards them (Kharkovskaya et al., 2020). At the present stage of development, within the framework of the anthropocentric approach to the study of linguistic and cultural aspects of the humanities, the attention of linguists is shifted to the study of relationship between figurative representations and speech-thinking activity of a person. It should be added that scholars pay much attention to the dynamic change of the English discourse, with special reference to the integrative phenomena that concern with a number of factors including the influence of language of the Internet and new modes of communication, which reveals the general direction of the research and its disposition towards linguistic potential realization for heuristic and functional pragmatic purposes (Malyuga, 2020).

We proceed from the premise that anthroponymic units possess their own characteristics that distinguish them from all other proper names and can be used for communicative and creative purposes within language varieties and various discourses. Traditionally, the use of proper names in the framework of a literary text, historical work, media language, politics and public relations is of particular interest, since proper names used in different contexts possess certain characteristics and associations formed in the individual and public consciousness.

As for anthroponymic sobriquets, they are realized at the level of language as culturally specific and linguistically unique phenomena, in which language idiomaticity that underlies newly created linguistic units functional peculiarities finds its manifestation. In the course of human cognitive activity implementation the process of anthroponymic sobriquets is determined by a number of factors that concern with individual perception specificity and image construction particularities, which may subject to further recognition and dynamic transformation within social surroundings (Nguyen-Phuong-Mai, 2021). In accordance with the members of linguocultural community conceptual systems coordination and adjustment the language elements in question become part of the linguistic reality within a certain culture under the influence of linguistic and extralinguistic factors, thus performing various discursive functions (Vishnyakova, 2022).

Material and methods

The material chosen for the present research includes anthroponymic formations, anthroponymic nicknames primarily, in various English discourses, including literary space, public relations area and the domain of politics. To understand the specificity of the linguistic units in question we should proceed from the premise that they tend to possess certain characteristics typical of their functioning in the particular discourse, which refers to both their linguistic and extralinguistic peculiarities (Vishnyakova & Vishnyakova, 2020; Minyar-Beloroucheva et al., 2022). It should be noted in this connection that the creative use of anthroponyms constitutes one of the most sensitive areas of discourse to reflect dynamic changes of language in the present day human society (Vishnyakova & Vishnyakova, 2020). Thus, though the nominative function of anthroponyms is evident and indisputable, as they name human beings as part of the reality and play the identification role, their distinguishing and highlighting abilities go hand in hand with generalizing capacity, which extends the area of their functional opportunities. Otherwise stated, anthroponymic names and their functional characteristics can be discussed with respect to their types and peculiarities within a certain culture. As for anthroponymic nomination, a number of recent publications can be adduced as the example of deep and thorough analysis based on the principles of anthropocentricity and functionality, with special reference to axiological and motivational issues as well as typological classifications that exist within the research

area in question, including comparative studies (Alieva, 2022; Imayo et al., 2022; Juraeva, 2021; Lutfullaeva, 2021; Malyuga & McCarthy, 2020, Mubarakshina & Fattakhova, 2021; Troplini, 2015).

It should always be borne in mind that at the dawn of mankind people used to have nicknames that in most cases referred to the realia concerned with nature and life in the natural surroundings. In the course of a human's life a nickname could be changed according to certain situations and circumstances, though the role of evaluation was not so important at that time and many of the nicknames owners had got their names and nicks after their died relatives, thus being identified as their descendants. At the same time this couldn't be called a kind of regularity yet, as many of them could receive their names from the animals or plants, or some other natural phenomena nomination areas. It is a well-established fact that in some cultures a man could possess several names or nicknames, from which only one was given for the every-day use, while the others fulfilled different, sometimes sacral functions. Things become further complicated in case we refer to the modern period of language existence, when sobriquets, or nicknames as the units of secondary nomination, both at the levels of form and meaning, express attitudes and opinions being born in the society. Experts write that "the search for the meaning of a nickname is supplemented by other considerations such as its special significance or its place in wider patterns of activity. Meanings of nicknames are not to be found in dictionary definitions or even necessarily in their origins, but in their uses in everyday life. The difference between a person's nickname and a behavioral description of that person is that it is only the use of the name that guarantees the meaningful identification of the person" (Leslie, Skipper, 1990, p. 276). This kind of nomination based on imagery and various types of linguistic and cognitive modifications first and foremost fulfills evaluative function induced by the surrounding's views and requirements in accordance with the scale of values and recognized modes of behaviour. Very much depends on cultural traditions and nuances within these terms as the way metaphorical comprehension of the reality as well as stereotypical unification are carried out is largely unique to each linguocultural community, which has its representation at various levels of linguistic and other semiotic systems expression (Deutschmann, Steinvall, 2020; Kurpicz-Briki, Leoni, 2021; Orlando, Saab, 2020).

Otherwise stated, while discussing anthroponyms as part of human language and culture not only their linguistic functioning peculiarities should be analyzed, but also the heuristic domain of their realization, which deserves special attention in terms of analytical procedures based on the integrative methodological approach. Thus, in the course of the investigation semantic structural analysis, which refers to the process of linguistic meanings formation and semantic functional analysis that concerns the process of dynamic transformations in semantic structure of the units in question have been used, as well as functional-stylistic analysis that refers to the stylistic means and devices actualization in order to achieve a certain stylistic or rhetorical effect to produce special impact while communicating with the target audience; contextual analysis that concerns contextual varieties in which semantic and environmental peculiarities of language are manifested, discursive analysis that deals with linguistic, extralinguistic and linguistic cognitive peculiarities of the units under consideration in their close interaction, linguo-culturological approach that concerns culturally significant information, the approach based on the interrelation of linguistic semiotics with general semiotic issues have been taken into consideration. Interpretation of discourse analysis refers to the differences of language manifestations in various social interactions and varieties and primarily concerns functions performed by the linguistic representations under analysis.

It should be added that the research is based on the principle of interconnection between semasiological and semiotic aspects of language functioning, which deals with such linguistic sign properties as iconicity, identification, symbolization, visual and sound associations ability, etc. Methodologically it is also important to mention such significant issues as values, beliefs, rituals, customs and traditions, represented by linguistic sign cultural experience as well as other cultural knowledge characteristics.

Results and Discussion

As has been stated above, the research in the field of anthroponymic sobriquets in terms of primary and secondary nomination processes is referred to the emergence of new meanings and structures with respect to the associative nature of human consciousness, where linguistic sign multifunctionality should be taken into particular consideration. The linguistic units under analysis find their representation in various

discourses and fulfill different functions depending on the communicative-pragmatic characteristics of the corresponding text, alongside their own expressive-evaluative loading, which they possess due to their originality (Hlushchenko et al., 2021; Ismailov et al., 2022; Madiyeva, Karaman, 2021). For example, in the world cultural space whose representations can be manifested by literary discourse, including literary analysis and criticism, the units of secondary nomination may be used to distinguish prominent features of the authors widespread at the level of public opinion (e.g. “The Bard”, “The Swan of Avon”, “The Globe Man” for William Shakespeare, “Poets Poet” for Edmund Spenser, “Boz” for Charles Dickens) or literary characters to reflect their most significant peculiarities and, in the domain of creative literary work, to achieve the necessary stylistic effect (Vishnyakova & Vishnyakova, 2020, p. 26-28). Very much depends on extralinguistic situations and communicative-pragmatic purposes of the speech events that contain anthroponymic sobriquet structures. Thus, for instance, it was much due to the commercial success of Agatha Christie’s books to call the author “The Queen of Crime” to instill the feeling of the great detective writer, her sense of creating plots and mastering suspense. In general it can be stated that nicknames used in literary discourse help highlighting the grandeur of the author and the importance of a certain piece of literary art, though in the literary world there do exist nominations with ironical loading and negative colouring that express the society’s opinions.

As for politicians’ names and nicknames, they may become part of more complex language units, referring to the person or carrying strong associations with the personality as well as other specifications. For example, the 45-th US president Donald Trump is often referred to as “the Donald” or “DFT”, whereas the proper name of the former US president Barack Obama nominated his 2008 presidential campaign as “Obamamania”. The other examples that reflect the ability of personal names and political nicknames to become popular and serve as the bases for new nominations in the majority of cases correspond to the political personalities’ biographical data or activity and some global events, as well as part of discourse of advertising, thus representing their usefulness and utilitarian capacity. For example, in the American political space, where slogans, contracted forms and sobriquets actualization is implemented as the generally accepted and firmly established tradition (Vishnyakova & Vishnyakova, 2020), some proper names serve for the

formation of new linguistic units of a complex character. Thus, the election campaign of Harry S. Truman used the slogan “Give 'Em Hell Harry,” which then acquired the status of a separate lexeme and could be used as the new nomination referring to the domain of nicknames. Based on various types of word-play a number of new linguistic units that in the course of time have become popular emerged in the English-speaking linguistic reality: among such nicks as Cautious Cal, Cool Cal, Silent Cal an American president Calvin Coolidge used the election slogan “Keep It Cool With Coolidge”; Lyndon Johnson’s presidential campaign was under the slogan of “All the way with LBJ”, where his abbreviated full name was used, etc (List of nicknames of United States Presidents, URL).

Thus, both meliorative and pejorative characteristics of political leaders can be represented in the anthroponymic sobriquets under analysis. For example, the political nickname “Tricky Dick” was attributed to Richard Nixon in the Democratic Party advertising in California, which says “Look at ‘Tricky Dick’ Nixon's Republican Record” (List of nicknames of United States Presidents, URL). In this case an exclusively negative assessment is expressed by the adjective “tricky” (“difficult to handle or deal with; full of hidden or unexpected difficulties; deceitful, clever in cheating”) in combination with the diminutive form “Dick”, which at the same time corresponds to the contracted form from “Richard”. This linguistic structure directly associates with the well-known euphemism “Cricky dick”, used in some English-speaking communities to avoid mentioning the saint and evil spirits out loud, for the purpose of political correctness in everyday speech. In lexicographic sources one may come across the following explanation of the “Cricky dick” collocation: “An expression of anger, surprise, shock or despair combining twinned substitute euphemisms crickey (for Christ) and dick (for the devil). The expression is an example of the age-old practice of wanting to exclaim the name of a religious figure, while trying to avoid offence by doing so. Accordingly, many similar-sounding words developed, which could be said with impunity: Oh my goodness rather than Oh my God; cripes and crickey rather than Christ” (Cryer, 2006, p.45). Thus, as far as the political leader’s nickname descends is concerned, it can be stated that it refers to the euphemism characterized by the sound similarity and possesses negative connotations to produce a certain stylistic impact on the target audience.

At the same time euphemisms can be used not only to achieve the effect of politeness in communication but also to carry out manipulative influence on the addressee (Akopova, 2023, p.31), which in the present case contributes to the active inclusion of the associative sphere and background knowledge of the target audience in the course of assessment forming.

Some nicknames coming from the political discourse are well-known and serve as the examples of anthroponymic sobriquets extensive use: "The Iron Lady" - Margaret Thatcher, the former Prime Minister of the United Kingdom, was known for her uncompromising leadership style and her conservative policies; "Tricky Dick" - Richard Nixon, the 37th President of the United States, was given this nickname due to his reputation for political cunning and his involvement in the Watergate scandal; "The Great Communicator" - Ronald Reagan, the 40th President of the United States, was known for his skillful use of rhetoric and his ability to connect with the American public; "The Iron Chancellor" - Otto von Bismarck, the first Chancellor of Germany, was given this nickname due to his strong leadership and skillful diplomacy in unifying Germany (The best political nicknames, URL).

Some of the sobriquets in the field of politics are based on metaphorical representations, including the notion of colour, which refers to political leaders ethnic characteristics and sometimes violates political correctness principles. For example, the following contexts that contain Condoleezza Rice's name have been based on both strong meliorative and pejorative characteristics, which can be opposed to each other.

1. "The now-deceased Libyan leader harbored a bizarre crush on the former Secretary of State, assembling an adoring scrapbook featuring news photos of her and at one point writing a song called "Black Flower in the White House" (Secrets from "Black Flower" Robot-Saint Condoleezza Rice. URL).

2. "I must admit that I do enjoy the barbed satire of Garry Trudeau's Doonesbury. Recently, Trudeau's political observations ran a red light in referring to the nation's National Security Advisor, Dr. Condoleezza Rice, a black woman, as "brown sugar". Frankly, the political satire in the April 7, 2004 Doonesbury escapes me and most women I know, black or white, liberal or conservative, Democrat or Republican" (Doonesbury Comic Strip. URL)

3. “Bush's nicknaming proclivity is noted enough to have attracted a variety of satire, including a New York Times humor piece and a Doonesbury strip where “Condi” is admonished with the phrase “Careful, Brown Sugar” (Doonesbury Comic Strip. URL).

Thus, in the first example both lexical and syntactic parallel constructions are used to emphasize the idea of the two colours opposition - “the black flower” vs. “the White House”, that enables the author to achieve positive evaluative effect. In the second and third cases the concept of “the black sugar” refers to a different cultural background that originates to the “Brown Sugar” song by “Rolling Stones” (1971), and the implication concerned with English slang and criminal issues (Brown Sugar. URL). Otherwise stated, entire layers of cultural and linguistic information as well as national-cultural mentality can be reflected in an anthroponymic nickname. At the same time an anthroponymic nickname can be considered as one of the ways of expressing evaluation, reflecting current state of affairs and sometimes expected prospects.

Generally speaking, evaluation should be regarded as the result of objective and subjective factors interaction, which involves comprehensive analysis of the cognitive bases of evaluation and assessment phenomena as well as contexts of various types that contain the linguistic representations under study (Giraldo, 2019; Thompson, Alba-Juez, 2014). Values play an important role in the course of assessment and evaluation forming, acting as guiding principles, which influence attitudes and behaviors in the society, and serving to represent personal concepts and beliefs, promote specific modes of behaviour, determine various transcend situations and preferences of cultural linguistic community members, reflecting institutional features of discourse (LaVelle et al, 2022; Schmidt, 2008).

It is a well-established fact that to achieve success in communication various linguistic potential abilities acceptable by a certain linguocultural community are used. In the course of anthroponymic sobriquets actualization one may be confronted with a number of ways and solutions represented in the domain of political nicknames and their functions actualization, which refers not only to purely linguistic aspects of their use, but also to the utilitarian, namely heuristic abilities of the linguistic phenomenon in question. This approach primarily concerns the peculiarities of a linguistic sign as the objective representative of

language abilities. One of the most important discursive features of a linguistic sign is its index character that concerns with its ability not only to designate, but also highlight and point to an object in an extralinguistic aspect, taking into account the possibility of it performing various functions based on the identification of certain features. The word as a sign can also act in a password function - the function of attributing an object and the sign denoting this object to a separate area, an understanding of the essence of which can only be accessible to a certain group of people. In this case, the sign encodes information that is subject to adequate interpretation only from the outside, based on the knowledge of certain realities and purposes of encoding. Information compression in this case acts as a process of optimizing a statement based on an understanding of the essence of the sign indexical feature. The evaluative information contained in the linguistic sign represented by a nickname, allows not only to take into account the fact of the emergence of the unit of secondary nomination for a given object, but also to identify the peculiarities of society's attitude towards it.

Such issues as linguistic economy and linguocreativity are closely connected and based on the use of natural human language potential, manifested at all levels of representation to create functionally and semantically capacious linguistic units that sometimes possess the element of imagery (Vishnyakova, Lipgart, 2023). It goes without saying that anthroponymic nicknames are no exception in this regard and can be discussed in terms of the result of compression of information at various levels of linguistic expression as a complex of semantic and expressive-emotional-evaluative properties of linguistic units in the domain of language, as well as, being carriers of imagery that reflects the needs and reactions of the society, part of general semiotics area.

Considering PR discourse per se, it should be emphasized that the main purpose of the communication practice in question is to construct a positive image of a personality or company and further promotion among the widest possible audience (Wolstenholme, 2013). Anthroponyms can be referred to as not only individuals' names, but also as symbols, entailing certain important qualities and characteristics. The pragmatic use of proper names found in press releases of major international companies, constituting the bulk of PR texts, testifies to the appeal to respect and take the level of background knowledge of the target audience into special consideration. The connotations, the emotions

entailed, the direct associations with the personality, their profession, position, status and authority contribute to the persuasive effect of the texts with the aim to construct a positive image of the company in question.

The use of anthroponyms in PR-discourse is not confined to the nominative function alone, but possesses suggestive character, which contributes to the formation of the positive image of the company and its activities, proclaims certain ideas and shapes attitudes of the general public. Modern practitioners of advertising and PR claim that the use of celebrities in promotion campaigns is akin to the role of ambassadors and becomes a characteristic feature of the present and future company-consumer communication practice: “Multi-faceted campaigns offering PR, promotions and online advertising, created a platform for the wide-reaching brand ambassador roles that would grow throughout the next 20 years” (Cavill, 2018). The use of names and nicknames of celebrities supporting a particular company in its promotion campaigns and PR-activities delivers certain characteristics to the company, endowing it with additional meanings and associations to be interpreted by the audience. Family nicknames, sometimes cited in PR-releases that use outstanding people’s images, help shaping personality and the focus on female-oriented stories told through films, television and digital projects help the actress promote the social cause of gender equality, family values and care for the children worldwide

Personal names as well as anthroponymic nicknames are important in the process of creating the required communicative-pragmatic and emotional-evaluative effect. It should be noted in this connection that personal names as well as anthroponymic nicknames are equally important in the process of creating the required communicative-pragmatic and emotional-evaluative effect. To illustrate the point we shall consider the examples of the Procter and Gamble (P&G) press releases introducing Hollywood star Reese Witherspoon on her mission to promote gender equality in society throughout the world by means of changing the domestic roles in the families resorting to the use of P&G products. Universally acknowledged as an actress addressing feminine issues in movies, she is a producer and an entrepreneur famous for the advocacy of social cause. The actress was awarded several prestigious titles and rewards including ‘One of the most influential people in the world’ (2006) and was placed among Most Powerful Women in 2019.

Among other activities Reese Witherspoon is also a long time supporter of children's rights, helping provide children around the earth with education, healthcare and emergency aid. For PR discourse, the use of the proper name of the actress and the outstanding achiever secures reference to the positive cause of the company, the support of those in need and the promotion of the goodwill.

Here is an excerpt from the P&G press release at the www.marketingdive.com website featuring Reese Witherspoon: "*P&G is one of the largest sellers of household cleaning products in the world, but its latest partnership around "Fair Play" shows the company taking steps to recognize how domestic work can often be imbalanced, particularly against women. Teaming with Hello Sunshine to develop branded podcasts and video series for The New York Times bestseller signals another way the marketer is turning away from a focus on traditional advertising to instead invest in deeper content integrations... Hello Sunshine has gained traction for Witherspoon since she launched the media initiative last year. The company has recently worked on TV series including Apple+ TV's launch title "The Morning Show" and season two of HBO's "Big Little Lies," both of which star Witherspoon. Last fall, it made its first push into podcasts with a network focused on female creatives, per The Hollywood Reporter*" (Marketingdive, URL).

One more example includes the announcement of Serena Williams, a female athlete, who has an outstanding sportive record of having once become world number 1 in women's single tennis, to become the change agent to promote gender equality issue in sports and in business. She has been involved in heated discussions with the aim to ouster sexism from these spheres. The Forbes magazine has placed her among the richest self-made women. With the venturing companies, she aims to support women-led start-ups or those led by people of colour. Being by far the most famous female sportswomen in the USA, she manages to cover a vast audience, including Millennials, blue collars and people of high income (The Q scores likeability grade of celebrities) (the Forbes, URL). Given the high-ranking achievements and the winner reputation, PR discourse takes advantage of the proper name of Serena Williams, promoting equal chances and opportunities to genders and races. Being endowed with the various titles and anthroponymic nicknames, including "Queen of court", 'Serenity', 'The Serene One' and "The great Serena" the athlete helps promoting the image of competitive spirit, calmness and

stable achievements for women in sports and in business. Anthroponymic structures are used in PR texts, in social networks, video spots and other means of multimodal way of communication with the public alongside the professional achievements of people for the audience to create a direct association with their personalities and the products promoted (Malyuga & Orlova, 2016). This soft way of educating the audience also contributes to the promotion of social and environmental concerns and raises public awareness in certain aspect of social life (Sergienko et al., 2021).

The choice of the celebrity or another person to perform the role of the ambassador for the brand of a whole PR-campaign is by no means accidental. There is a clear trend for strong independent women to promote equality in gender roles in society, or sportsmen promoting a certain way of life and a conviction in a cause. What is also important in the use of proper names (both personal names and anthroponymic sobriquets) in PR discourse is a strong association with the profession, position or the status of the person mentioned, which helps construct a positive image of the company in question.

Otherwise stated, antroponyms help create a strong brand image for an individual, an organisation or a social cause, which is a powerful mechanism in shaping the public's opinion, raising awareness for most acute social issues and promotes effective communication. In the majority of cases nicknames of outstanding people, which lead communication to the direction of privacy and simplicity, are used to produce a certain communicative effect in order to establish contacts, to eliminate and avoid conflicts and create the atmosphere of confidence and mutual understanding, shaping and reforming the public opinion and strengthening relations between the company representatives with the target audience.

Conclusions

In conclusion it can be stated that anthroponymic sobriquets as the result of particular attitudes manifestation fulfill a number of functions, the most important of which are identification, sometimes on the basis of generalization, and evaluation, which may initially possess individual subjective properties, thus, in the course of time becoming available to the wider community as a kind of linguocultural mutual possession. While being used in various discourses they tend to acquire discursive

characteristics determined by particular communicative situations and communicative-pragmatic purport of texts under consideration.

At the same time an anthroponymic nickname can be regarded as the result of optimization process due to its semantic loading that combine both its meaning and function, with respect to its secondary nomination origin, and the heuristic aspect of its actualization in particular linguistic and extralinguistic environment. The process of meaning convolution is conditioned and burdened by the presence of evaluative connotations, represented at the level of imagery, being motivated by various initial properties of the object of nomination. Otherwise stated, the units of secondary nomination under analysis can be in a certain sense discussed in terms of linguistic economy issues as well as intellectual and physical effort saving due to the semantic and structural compression manifested by their linguistic form. The heuristic aspect of anthroponymic sobriquets refers to saving mental and linguistic effort to identify and describe a certain object of the reality (a human being in this case), focusing on its most prominent and relevant features, which sometimes is especially important in situations of uncertainty or lack of valid information, including the necessity for its encoding and disguising. In such cases imagery and language are used to represent evaluations and judgments, as well as implication and inference, thus being manifestations of the phenomenon in question within corresponding discourse surroundings.

Thus, the analysis has shown that

1. An anthroponymic sobriquet functions as an exponent of a subjective assessment, which in the course of time, under the influence of certain circumstances, becomes the manifestation of the assessment and opinion of a culturally linguistic society and tends to possess objective peculiarities.
2. An anthroponymic sobriquet can be considered as a carrier of cultural information, relying on the cultural experience of a linguistic sign and reflecting transformations to which a given sign may be subject to, depending on the influence of various discursive factors, both linguistic and extralinguistic. In other words, an anthroponymic nickname, expressed through a linguistic sign, can serve to be the basis for creating a new nickname or some other linguistic structure that possesses its semantic and functional characteristics.

3. An anthroponymic nickname can perform a password function and thus be used to represent meanings and connotations, easily understandable and adequately interpretable by a certain part of the cultural linguistic community. In this case, the information that is transmitted through this linguistic sign has a compressive, optimized character as it refers to a certain group's background knowledge correspondence with common semantic and functional conceptual bias.

4. An anthroponymic nickname, reflecting the most significant characteristics of a person, either meliorative or pejorative, may perform a persuasive function and be used for the purpose of manipulating the target audience.

5. An anthroponymic sobriquet has the ability to identify the discursive variety in which it functions. Both functional and heuristic properties of an anthroponymic nickname are closely related to its actual discursive properties.

Литература

1. Akopova A.S. Euphemism construction in English: thematic classification and statistical analysis // Issues of Applied Linguistics. 2023. Issue 2 (50). Pp. 28-51.
2. Alieva I. English Anthroponyms as Language Phenomenon // Eurasian Scientific Herald. 2022. Vol. 7. Pp. 328-332. <https://geniusjournals.org/index.php/esh/article/view/1304>
3. Cavill S. History of Celebrity Endorsements in Advertising: From Doris Day To Liza Koshy To George Clooney [Электронный ресурс]. 2018. Режим доступа <https://insights.digitalmediasolutions.com/articles/history-celebrity-endorsements> (дата обращения 26.07.2023.)
4. Doonesbury Comic Strip [Электронный ресурс]. 2023. Режим доступа: <http://images.ucomics.com/comics/db/2004/db040407.gif> (дата обращения 26.07.2023.)
5. Hlushchenko O., Didur Y., Okulova L., Pylypiuk K. Exploring Functional Nature of English Anthroponyms in Literary Texts for Children // Arab World English Journal (AWEJ). 2021. Vol. 12. No. 3. P. 400-410. DOI: <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol12no3.28>.

6. Imayo A., Raimkulova A., Begembetova G., Ilyassov Zh., Nussupova A. National and cultural specifics of nicknames based on discourse // *XLinguae*. 2022. Vol. 15 (3). P. 166-174. DOI: 10.18355/XL.2022.15.03.14 DOI:10.47750/cibg.2021.27.04.004
7. Ismailov U.U., Talibdjanov B.A., A'zamov S.M. Features of translation of anthroponyms in fiction // *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*. 2020. Vol. 6 (12). Pp. 138-139. <https://doi.org/10.36713/epra2013>.
8. Juraeva I. Lexical-semantic Features of Anthroponyms in English Language // *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*. 2021. Vol. 27 (4). Pp. 19-23. DOI:10.47750/cibg.2021.27.04.004
9. *Kharkovskaya A. A., Ponomarenko E. V., Aleksandrova O. V.* Language picture of the world: the global language monitor project // *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. 2020. Vol. 83. Pp. 62–68. DOI: 10.15405/epsbs.2020.04.02.8.
10. Lukas C. Brown Sugar – It's Not So Sweet [Электронный ресурс]. 2023. Режим доступа: <https://www.iwf.org/2004/04/30/brown-sugar-its-not-so-sweet/> (дата обращения 23.07.2023.)
11. Lutfullaeva D. E. The Main Directions of Naming Model // *International Journal of Social Science and Human Research*. 2021. Vol. 4 (3). P.385-388. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v4-i3-19>
12. Madiyeva G.B., Karaman A.K. English Anthroponyms: their Features and Usage as a Linguistic Resource // *Philology series. Al-Farabi Kazakh National University*. 2020. № 4 (180). P. 4-9. <https://doi.org/10.26577/EJPh.2020.v180.i4.ph1>
13. Malyuga E. N. *Functional Approach to Professional Discourse Exploration in Linguistics*. Singapore: Springer Nature Singapore. 2020. 305 p. <https://doi.org/10.1007/978-981-32-9103-4>
14. Malyuga E.N., McCarthy M. Non-minimal response tokens in English and Russian professional discourse: A comparative study // *Voprosy Jazykoznanija*. 2020. Vol. 4. Pp. 70–86. DOI: 10.31857/0373-658X.2020.4.70-86
15. Malyuga E.N., Orlova S.N. Teaching Professional English Terminology to Students of Economic Universities // 8th International Conference on Education and New Learning

- Technologies (EDULEARN). 2016. Barcelona, SPAIN. Pp. 7236-7241. <http://dx.doi.org/10.21125/edulearn.2016.0575>
16. Marketing dive [Электронный ресурс]. 2023. Режим доступа: <https://www.marketingdive.com/news/pg-reese-witherspoons-media-brand-develop-content-around-bestseller-fai/566910/> (дата обращения 23.07.2023.)
 17. Minyar-Beloroucheva A. P., Sergienko P. I., Vishnyakova O. D., Vishnyakova E. A. Contemporary psychological challenges of educators teaching L2 to public relations students // *Professional Discourse and Communication*. 2022. Vol. 4. No. 2. P. 66–77. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-2-66-77>
 18. Mubarakshina A., Fattakhova N. Comparative Analysis of Cognitive Strategies of Nomination in Russian and English // *Journal of Humanities and Social Sciences*. 2021. Vol. 4(2). P. 229-232. <https://www.opastpublishers.com/open-access-articles/comparative-analysis-of-cognitive-strategies-of-nomination-in-russian-and-english.pdf>
 19. Nguyen-Phuong-Mai M. Not ‘culture’ as Hofstede assumed, but ‘context’ is the software of the mind: The neuroscience of a dynamic, contextual, and polycultural self // *Training, Language and Culture*. 2021. Vol. 5(4). Pp. 47-64. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-47-64
 20. Secrets from “Black Flower” Robot-Saint Condoleezza Rice. Condi was grateful that Muammar Gaddafi's fixation on her wasn't raunchy. <http://jezebel.com/5852714/what-can-we-learn-from-condoleezza-rice>
 21. Sergienko P., Minyar-Beloroucheva A., Vishnyakova O., Vishnyakova E. Academic conferences in professionally oriented language acquisition by public relations undergraduates // *Amazonia Investiga*. 2021. Vol. 10. No. 42. P. 69–79. <https://doi.org/10.34069/AI/2021.42.06.7>
 22. The best political nicknames in the history of America [Электронный ресурс]. 2023. Режим доступа: <https://www.ranker.com/list/best-political-nicknames/mike-rothschild> (дата обращения 23.07.2023.)

23. The Forbes [Электронный ресурс]. 2023. Режим доступа: <https://www.forbes.com/profile/serena-williams/?sh=5300fe584e48> (дата обращения 23.07.2023.)
24. Troplini (Abdurahmani) E. Anthroponyms as conventional or unconventional) parts in the development of language // Proceedings of ICONN 3. 2015. P. 376-385. <https://dokumen.tips/documents/edlira-abdurahmani-troplini-aleksander-moisiu-iconn3pdfedlira-abdurahmani.html?page=1>
25. Vishnyakova O.D. Soubriquet nomination: traditions of nominations and norm correlation. Interactive and cross-cultural approaches to cognition and language studies // Proceedings of the RSU for H International Conference. 2022. Moscow. P.61-65.
26. Vishnyakova, O.D., Vishnyakova, E.A. (2020). Soubriquet nomination as referred to cultural awareness and intercultural competence // Training, Language and Culture. 2020. Vol. 4. No. 3. P. 21-30. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2020-4-3-21-30>
27. Wolstenholme S. Introduction to Public Relation. Pearson Education Limited, 2013.

References

- Akopova, A.S. (2023). Euphemism construction in English: thematic classification and statistical analysis. *Issues of Applied Linguistics*, 2 (50). Pp. 28-51.
- Alieva, I. (2022). English Anthroponyms as Language Phenomenon. *Eurasian Scientific Herald*, 7, 328-332.
- Brown Sugar - It's Not So Sweet*. (2023). Retrieved from <http://iwf.org/news/2434619/Brown-Sugar---It's-Not-So-Sweet> (Accessed 20.01.2022)
- Cavill, S. (2018). History of Celebrity Endorsements in Advertising: From Doris Day To Liza Koshy To George Clooney. Retrieved from <https://insights.digitalmediasolutions.com/articles/history-celebrity-endorsements> (Accessed 20.08.2023)
- Cryer, M. (2006). *The Godzone Dictionary of favourite New Zealand words and phrases*. Auckland,
- Deutschmann, M., & Steinvall, A. (2020). Combatting Linguistic Stereotyping and Prejudice by Evoking Stereotypes. *Open Linguistics*, 6, 651-671. DOI: <https://doi.org/10.1515/opli-2020-0036>

- Doonesbury Comic Strip*. (2023). Retrieved from <http://images.ucomics.com/comics/db/2004/db040407.gif> (Accessed 20.01.2022)
- Giraldo, F. (2019). Designing Language Assessments in Context: Theoretical, Technical, and Institutional Considerations. *HOW Journal*. Volume 26, no 2. Pp.123-143. DOI: [//dx.doi.org/10.19183/how.26.2.512](https://dx.doi.org/10.19183/how.26.2.512)
- Hlushchenko, O., Didur, Y., Okulova, L., & Pylypiuk, K. (2021). Exploring Functional Nature of English Anthroponyms in Literary Texts for Children. *Arab World English Journal (AWEJ)*, 12(3). September 2021. DOI: <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol12no3.28>. Pp. 400-410.
- Imayo, A., Raimkulova, A., Begembetova, G., Ilyassov, Zh., & Nussupova, A. (2022). National and cultural specifics of nicknames based on discourse. *XLinguae*, 15(3), 166-174. DOI: 10.18355/XL.2022.15.03.14 DOI:10.47750/cibg.2021.27.04.004
- Ismailov, U.U., Talibdjanov, B.A., & A'zamov, S.M. (2020). Features of Translation of Anthroponyms in Fiction. *EPR International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 6(12). DOI: <https://doi.org/10.36713/epra2013>. Pp. 138-139.
- Juraeva, I. (2021). Lexical-semantic Features of Anthroponyms in English Language. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27, 19-23.
- Kharkovskaya, A. A., Ponomarenko, E. V., & Aleksandrova, O. V.* (2020). Language picture of the world: the Global Language Monitor project. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 83, 62–68.
- Kurpicz-Briki, M., & Leoni, T. (2021). A World Full of Stereotypes? Further Investigation on Origin and Gender Bias in Multi-Lingual Word Embeddings. *Front. Big Data*, 4. DOI: <https://doi.org/10.3389/fdata.2021.625290>
- LaVelle, J.M., Stephenson, C.L., Donaldson, S.I. , & Hackett, J.D. (2022). Findings From an Empirical Exploration of Evaluators' Values. *American Journal of Evaluation*. DOI: <https://doi.org/10.1177/10982140211046537>
- Leslie, P.L. and Skipper, J.K., Jr. (1990). Toward a Theory of Nicknames: A Case for Socio-Onomastics. *Names. A Journal of*

- Onomastics*, 38(4), 273-282. DOI: <https://doi.org/10.1179/nam.1990.38.4.273>
- List of nicknames of United States Presidents. (2023). Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_nicknames_of_United_States_Presidents#cite_note-66 (Accessed 12.01.2022)
- Lutfullaeva, D. E. (2021). The Main Directions of Naming Model. *International Journal of Social Science and Human Research*. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v4-i3-19>
- Madiyeva, G.B., & Karaman, A.K. (2021). English Anthroponyms: their Features and Usage as a Linguistic Resource. *Philology series. Al-Farabi Kazakh National University*, 4 (180). <https://doi.org/10.26577/EJPh.2020.v180.i4.ph1>
- Malyuga, E. N. (ed.) (2020). *Functional Approach to Professional Discourse Exploration in Linguistics*. Singapore: Springer Nature Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-32-9103-4>
- 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., & Orlova, S.N. (2016). Teaching Professional English Terminology to Students of Economic Universities. In *8th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN) (pp. 7236-7241)*. Barcelona, SPAIN. <http://dx.doi.org/10.21125/edulearn.2016.0575>
- Marketing dive. (2023). Retrieved from <https://www.marketingdive.com/news/pg-reese-witherspoons-media-brand-develop-content-around-bestseller-fai/566910/> (accessed 26.02.2023).
- Minyar-Beloroucheva, A. P. Sergienko, P. I. Vishnyakova, O. D., & Vishnyakova, E. A. (2022). Contemporary psychological challenges of educators teaching L2 to public relations students. *Professional Discourse and Communication*, 4(2), 66–77. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-2-66-77>
- Mubarakshina, A., & Fattakhova, N. (2021). Comparative Analysis of Cognitive Strategies of Nomination in Russian and English. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(2), 229-232.
- Nguyen-Phuong-Mai, M. (2021). Not ‘culture’ as Hofstede assumed, but ‘context’ is the software of the mind: The neuroscience of a

- dynamic, contextual, and polycultural self. *Training, Language and Culture*, 5(4), 47-64. doi: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-47-64
- Orlando, E., & Saab, A. (2020). Slurs, Stereotypes and Insults. *Acta Analytica*, 35, 599–621. <https://doi.org/10.1007/s12136-020-00424-2>
- Schmidt, V.A. (2008). Discursive Institutionalism: The Explanatory Power of Ideas and Discourse. *Annual Review of Political Science.*, 11(1). DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.060606.135342>
- Secrets from “Black Flower” Robot-Saint Condoleezza Rice. Condi was grateful that Muammar Gaddafi's fixation on her wasn't raunchy.* (2023). Retrieved from <http://jezebel.com/5852714/what-can-we-learn-from-condoleezza-rice> (Accessed 01.02. 2022)
- Sergienko, P., Minyar-Beloroucheva, A., Vishnyakova, O., & Vishnyakova, E. (2021). Academic conferences in professionally oriented language acquisition by public relations undergraduates// *Amazonia Investiga*, 10(42), 69–79. <https://doi.org/10.34069/AI/2021.42.06.7> (Accessed 01.02. 2022)
- The best political nicknames in the history of America.* (2023). URL: <https://www.ranker.com/list/best-political-nicknames/mike-rothschild> (Accessed 26.02.2023).
- The Forbes. (2023). Retrieved from <https://www.forbes.com/profile/serena-williams/?sh=5300fe584e48> (accessed 26.02.2023).
- Thompson, G. & Alba-Juez, L. (ed.) (2014)& *Evaluation in Context.* Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Troplini (Abdurahmani), E. (2015). Anthroponyms as conventional or unconventional) parts in the development of language. *Proceedings of ICONN*, 3, 376-385.
- Vishnyakova, O.D. (2022). Soubriquet nomination: traditions of nominations and norm correlation. Interactive and cross-cultural approaches to cognition and language studies. In *Proceedings of the RSU for H International Conference. Moscow. 5-6 April*, (pp .61-65). (In Russ.)
- Vishnyakova, O.D., & Lipgart, A.A. (2023). Linguistic Economy as Linguocreative Activity (the Anthropocentric Approach). In *Cognitive studies of language. Vol. 4 (55). Cognitive Linguistics in the context of Modern Science: Papers of the International*

- Cognitive Linguistics Conference held 19–21 September 2023*. (pp. 74-77). Chelyabinsk: South Ural State University. (In Russ.)
- Vishnyakova, O.D., & Vishnyakova, E.A. (2020). Soubriquet nomination as referred to cultural awareness and intercultural competence. *Training, Language and Culture*, 4(3), 21-30. DOI: <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2020-4-3-21-30>
- Wolstenholme, S. (ed.). (2013) *Introduction to Public Relation*. Pearson Education Limited.

УДК 811.111

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.06>

О. А. Колоскова⁶

Московский государственный институт международных
отношений (университет) МИД России, Одинцовский филиал,

Е.В. Пономаренко

Московский государственный институт международных
отношений (университет) МИД России

**ПОПУЛЯРНАЯ ЛЕКСИКА КАК ОТРАЖЕНИЕ
ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В
ЛЕКСИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В
2020-2023 гг.**

Цель данной работы состоит в изучении наиболее заметных трансформаций в лексической системе английского языка (за период 2020-2023 гг.), актуализация которых, с одной стороны, стала отражением меняющейся с беспрецедентной скоростью современной действительности, а с другой – оказывает влияние на формирование некоторых тенденций в мировом общественном мнении и задает определенный вектор глобальным социальным, политическим и экономическим процессам в силу высокой информационной насыщенности современного медийного пространства и массовой вовлеченности англоговорящего населения в происходящие во всем мире процессы.

*В рамках данной статьи проводится анализ изменений, произошедших в лексической системе английского дискурса, на материале выбранных порталом *The Global Language Monitor* и другими источниками слов-символов 2020-2023 годов, модных слов и слов/словосочетаний года, которые были зафиксированы ведущими британскими, американскими и австралийскими*

⁶ Колоскова О.А., Пономаренко Е.В. 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

изданиями и словарями, а также лексических единиц деловой тематики, включенных в состав английского языка. В работе проводится сравнительный анализ дискурсивной принадлежности популярной лексики на двух этапах указанного временного периода – в 2020-2021 годах и в 2022-2023 годах. Кроме того, изучаются новые лексические единицы, быстро набравшие популярность на каждом из двух этапов, частотная лексика, которая активно использовалась в 2020-2021 годах, но утратила популярность в 2022-2023 годах, а также наиболее востребованные на данном временном отрезке словообразовательные модели. В результате проведенного исследования сделаны выводы об основных тенденциях в эволюции лексической системы английского языка и о смещении акцентов в массовом сознании англофонов на протяжении четырехлетнего периода.

Ключевые слова: лексическая система английского языка, эволюционные тенденции, Global Language Monitor, модные слова, слова года, неологизмы

UDC 811.111

<https://doi.org/10.25076/vpl.51.06>

O.A. Koloskova

MGIMO University,

E.V. Ponomarenko

MGIMO University

BUZZWORDS AS REFLECTION OF TRANSFORMATIONAL PROCESSES IN ENGLISH LEXICAL SYSTEM IN 2020-2023

This article delves into the most prominent transformations of the English lexical system within the period of 2020-2023. These transformations, on the one hand, reflect the unprecedentedly rapid changes in today's reality; on the other hand, they contribute to certain trend formation in the global public opinions and in a way stimulate social, political and economic processes due to information richness of the up-to-date media landscape, as well as the large-scale engagement of English speakers in global processes.

The present research analyses the changes that have been taking place in the lexical system of English business discourse as illustrated by the top words/phrases and buzzwords of 2020-2023 selected by the Global Language Monitor portal, the leading British, American and Australian dictionaries, including business lexis attributed to the language system. The article provides a comparative analysis of buzzwords discourse parameters observed at two stages of the said time period, i.e. 2020-2021 and 2022-2023. Besides, the authors look into:

- the new lexical units which have gained popularity at each of the two stages,*
- the buzzwords that were popular in 2020-2021 but got out of active use in 2022-2023,*
- the most productive word formation models of contemporary English.*

In conclusion the authors outline the main evolutionary trends in the English lexical system and the evidence of anglophones' frame shifting tendencies within the four year period.

Keywords: English lexical system, evolutionary trends, Global Language Monitor, buzzwords, words of the year (woty), neologisms

Введение

Вопросы, связанные с поиском критериев для отслеживания изменений в языке и общественном сознании, выявления закономерностей, нахождения зависимостей, описания наиболее значимых тенденций для более полного понимания происходящих социально-исторических процессов, привлекает внимание многих ученых, проводящих исследования в области социо- и психолингвистики, когнитивной лингвистики, функциональной лингвосинергетики и т.п. Одним из объективных и достоверных критериев для оценки происходящих в языке трансформаций могут выступать такие лексические единицы, которые набирают наибольшую популярность на определенном этапе исторического развития, отражают злободневные темы, волнующие миллионы людей. Неслучайно В.Г. Костомаров уделял внимание «языковому вкусу» и «речевой моде» как маркерам эпох (Костомаров, 1999). Взаимосвязь между когнитивными процессами в сознании человека и речевыми способами их репрезентации давно стала одним из ключевых положений современной лингвистики: «The relevance of

a word is a consequence of the activation of objective realities in social consciousness. Reality, and in its wake, words, become essential for resolving the urgent and pressing problems of our time» (Kozlovskaya et al., 2020, p. 79).

На современном этапе развития лингвистической науки популярная лексика становится объектом многих исследований. В работах отечественных и зарубежных ученых для обозначения данного языкового явления используется целый ряд синонимичных понятий: модные слова, слова-символы, слова года, ключевые слова, а иногда знаковые или культовые слова. Подобное многообразие терминов, с одной стороны, свидетельствует об актуальности и высокой информативности этих лексических единиц для современной лингвистики, а с другой стороны, говорит об их недостаточной изученности, о необходимости разграничить данные понятия, придать им конкретный лингвистический статус.

Множество проведенных на данный момент исследований посвящены так называемым «модным словам». Авторы данной статьи ставят своей **целью** проанализировать участие подобных средств в трансформационных процессах, происходящих в лексической системе английского языка за период 2020-2023 годов.

Серьезные потрясения, которыми ознаменовались 20е годы XXI века, всколыхнули мировую общественность, изменили привычный уклад жизни, повлекли за собой титанические сдвиги в сознании людей, их мировоззрении и мировосприятии. В силу неотделимости языка от внешней среды все неординарные события в жизни социума находят отражение в языковой системе, наибольшим образом повлияв на самую пластичную ее составляющую – лексику. В период с 2020 по 2023 гг. одни слова быстро набирали популярность, другие исчезали из поля зрения носителей массовой культуры, новые, актуальные ранее только для специалистов, темы, охватывали умы и волновали жителей планеты, большое количество новых реалий, явлений, чувств, впечатлений запустили процессы активного словообразования, добавления новых значений, появления новых терминов. В связи с этим целесообразно проследить тенденции происходивших в данный период трансформаций на материале популярной на разных этапах этого периода лексики.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что для понимания и прогнозирования изменений в общественном сознании очень важно выявить и описать основные тенденции в процессе трансформации лексической системы английского делового дискурса посредством типологизация популярной лексики с учетом психологического, социального, лингвопрагматического и дискурсивного аспектов. Новизна исследования заключается в том, что популярная лексика рассматривается с позиций диахронического подхода.

Таким образом, предметом исследования послужили модные слова и слова года, имеющие отношение к деловой жизни социума, то есть связанные с определенной профессиональной тематикой, которые были отобраны порталом Global Language Monitor и ведущими аутентичными англоязычными словарями в период с 2020 по 2023 год, а также новые лексические единицы делового характера, включенные в лексический состав английского языка в это время. Объектом исследования являются трансформационные процессы в лексической системе английского языка и основные эволюционные тенденции, наблюдаемые в английском деловом дискурсе в этот период времени.

Основными **методами** исследования являются методы лингвистического наблюдения и описания, структурного, дискурсивного и сравнительного анализа. Во избежание умозрительных наблюдений и интуитивных впечатлений верификация излагаемых рассуждений и выводов осуществляется при помощи объективных данных проекта The Global Language Monitor (GLM) и наиболее популярных аутентичных словарей английского языка, представляющих британский, американский и австралийский варианты.

Теоретическое обоснование проблемы «модных» слов

В отечественных и зарубежных исследованиях дается описание, объяснение феномена модных слов, проводится анализ его основных характеристик (Н.Г. Журавлева, В.Г. Костомаров, М.А. Кронгауз, Л.П. Крысин, Е.Н. Малюга, К. Максвелл, Л.А. Попова, М.М. Рипяхова, В. Риммер и др.). С точки зрения социолингвистического и психолингвистического подходов, для лексических единиц, которые репрезентируют модные объекты, характерными являются следующие признаки:

- ощущение говорящими новизны и современности слова,
- массовость употребления,
- экстерриториальность,
- яркость выражения,
- быстрый набор популярности,
- краткосрочный жизненный цикл (Попова, 2019).

По мнению профессора Сорбоннского университета (Пантеон-Сорбонна) Б. Бенсод-Винсент, изучающей модные слова в научном дискурсе, *buzzwords* это «поверхностные» языковые единицы (лишенные существенных значений), в процессе образования которых сходятся эпистемологические ценности, общественные ценности, национальные и даже политические интересы различных социальных групп, что одновременно создает впечатление их сближения и маскирует конкуренцию интересов этих групп (Vincent, 2014, с. 253), вследствие чего автор квалифицирует такие средства как своего рода лингвистические технологии.

Ученые, обращаясь к лингвопрагматическому аспекту данного феномена, отмечают, что для слов, ставших модными, характерно «расширение сочетаемости, следствием которой становится расплывчатость, а иногда даже «опустошенность» семантики», «значение ряда модных слов можно охарактеризовать как амбивалентное» (Журавлева, 2009, с. 134), в связи с чем прагматическому содержанию модных слов также свойственна амбивалентность, так как в нем всегда «присутствует оценочный компонент, нередко соединяющий в себе мелиоративную и пейоративную оценочность» (*ibid.*).

Тем не менее, являясь по сути «неформальными и эфемерными», эти слова одновременно отражают и усиливают ценности общества, в котором они возникли (Vincent, 2014). Именно поэтому модные слова в каждый временной период могут быть признаны «самой информативной (в социолингвистическом плане) категорией лексики» (Журавлева, 2014, с. 132). В ряде работ подчеркивается единство и неделимость элементов языковой системы и внешней среды (общего мировоззрения социума), в которой продвижение определенных языковых компонентов на верхние позиции (как и отступление других на второй план) всегда свидетельствует о глубинных психических, культурных и социальных процессах, пересекающихся и накладывающихся друг на друга (Пономаренко

et al., 2019; Шестерина, 2023; Fomina, 2019; Kharkovskaya et al., 2020).

Выявленные характерные особенности модных слов позволяют лингвистам выдвинуть и обосновать предположение о том, что словосочетание «модное слово» уже прошло все стадии терминологизации и ему может быть присвоен статус термина (Лицунь, 2023), а также описать различия между «ключевыми» и «модными» словами, в основе которых лежит темпоральный аспект популярности лексических единиц и степень их значимости для носителей языка и для исторической эпохи в целом (Попова, 2019).

Такие свойства модных слов, как актуальность, новизна, современность обуславливают семантическую близость данного понятия и термина «неологизм», и хотя модными могут стать уже существовавшие в языке слова, которые набрали популярность в силу экстралингвистических причин, часто употребляемые неологизмы, включенные в списки модных слов и слов года, становятся объектом лингвистических исследований, так как отражают изменения в лексической системе языка, служат материалом для выявления наиболее продуктивных моделей словообразования и способов появления новых слов в языке (Зуева, Колоскова, 2021; Колоскова, Зуева, 2023; Слободяник, Сибул, 2018), систематизации новых и модных слов на основе их частотной принадлежности (Коковина, Харьковская, 2022).

В изучении данного феномена также вызывает интерес предложенное Е.Н. Малугой и В. Риммером исследование лингвистического контекста и частотности употребления самого термина “buzzword”, которое позволило выделить такие ключевые свойства модных слов как временной жизненный цикл и ограниченную специальным контекстом область их использования, а также выявить идею сниженного статуса данного термина как преобладающее отношение к нему (Malyuga, Rimmer, 2021). Обобщая данные, приводимые в научных трудах и аутентичных толковых словарях, авторы дают следующее определение этого феномена, которое мы принимаем как рабочее: “A buzzword is a word or expression that has become fashionable in a particular field and is being used a lot by the media while having little or imprecise meaning but sounding impressive to outsiders” (Malyuga, Rimmer, 2021, p. 207).

С нашей точки зрения, научный интерес представляет не просто само по себе выявление такой лексики, но анализ динамики ее интеграции в языковую систему, поскольку, как отмечено ранее, часть современных исследований посвящена изучению взаимосвязи и взаимовлияния часто употребляемой лексики, в том числе слов-символов года, отобранных компетентными экспертами, и общественного сознания, изменений в его мировоззренческом компоненте, способах и формах коммуникации. То есть через новаторские (и, кстати сказать, необязательно благоприятные) явления в языке филологи могут наблюдать и раскрывать эволюцию гуманитарных параметров человеческого сообщества, что чрезвычайно важно для поиска путей дальнейшего развития человека и предотвращения его деградации (элементы которой, к сожалению, усматривают сегодня психологи, социологи, педагоги и даже медики).

Проект Global Language Monitor и другие источники данных о частотной лексике английского языка

Традиционно достоверную информацию о популярной лексике предоставляют крупные словари. Такие авторитетные англоязычные издания, как Oxford English Dictionary (Великобритания), Merriam Websters (США), American Heritage (США), Collins (Великобритания) и Macquarie (Австралия) фиксируют подобную лексику, отбирая ее по количеству введенных запросов, составляют списки модных слов (buzzwords), принимают решение о внесении новых слов и значений, быстро вошедших в активное употребление, в лексический состав языка. Относительно новым проектом для ведущих словарных изданий стал ежегодный выбор «слова года», осуществляемый на основании решения экспертной комиссии, а иногда и по результатам голосования рядовых носителей языка.

Кроме того, развивающиеся сегодня с беспрецедентной скоростью информационные технологии позволяют использовать новейшие методы компьютерного анализа больших объемов данных для отбора частоупотребляемой лексики на всем англоязычном пространстве, которое с каждым годом расширяется, охватывает все большее количество стран и регионов. Созданная с этой целью в Кремниевой Долине исследовательская группа и запущенный ею в 2003 году портал The Global Language Monitor

анализирует англоязычный Интернет, блогосферу и 300 000 лучших печатных и электронных СМИ мира, а также новые источники в социальных сетях по мере их появления, и публикует данные о самых популярных словах, фразах/словосочетаниях и именах собственных XXI века. При этом выделенные единицы должны соответствовать ряду критериев, среди которых первостепенными заявлены следующие:

- количество зарегистрированных употреблений не менее 25 000,
- распространение выбранных единиц в разных странах мира (on a global scale),
- «глубина» использования (в различных форматах средств массовой коммуникации) и «широта» использования (массовое употребление без привязки к каким-либо социальным группам, профессиям или территориальным образованиям) (Пономаренко et al., 2017; Global Language Monitor, [http](http://www.global-lm.com)).

С каждым годом спектр функций GLM расширяется и усложняется. В этом году (2023) на портале появилось объявление об открытии института – The GLM Institute, который «provides a ready means for professionals worldwide to master the essentials of Global English, and to have their efforts certified» (Global Language Monitor, [http](http://www.global-lm.com)).

В публикациях 2023 года президент и главный аналитик GLM Пол Дж. Дж. Пайак делает особый акцент на актуальных тенденциях в развитии глобального английского языка, уделяет особое внимание прогностике и выявлению фраз и слов года, которые, по мнению аналитика, окажут колоссальное влияние на дальнейшее развитие человечества, что еще раз подтверждает значимость такого рода исследований на современном этапе. Основными тенденциями в развитии английского языка в 2023 году были названы следующие процессы:

- 1) слова, связанные с пандемией, уступили лидирующие позиции в списках слов года впервые после трехлетнего периода, в течение которого они стабильно занимали верхние строки;
- 2) в 2022-2023 годах наблюдается ускорение темпов распространения английского языка во все уголки планеты;
- 3) глобальный английский все глубже проникает в язык академических кругов, науки, технологий, политики, торговли, транспорта и развлечений (Global Language Monitor, [http](http://www.global-lm.com)).

С лингвистической точки зрения, интересно отследить тенденции развития лексической системы английского языка на более широком языковом материале, в том числе учитывая сведения о самых употребительных словах в текстах статей популярных СМИ (например, *The New York Times*), данные о результатах выбора слов года указанными выше авторитетными источниками, а также о лексических единицах деловой тематики, включенных в состав английского языка по решению этих органов.

Современные эволюционные тенденции в лексической системе английского языка

Сравнительный анализ наиболее актуальных тем и отобранных слов-символов прошедших четырех лет в первую очередь демонстрирует **стремление языка как динамической системы к сохранению устойчивости.**

2020 год был ознаменован скачкообразными изменениями в языке, когда под воздействием внешней, экстралингвистической ситуации произошла резкая смена тематического наполнения наиболее популярных лексических единиц. Политический дискурс, который уверенно удерживал лидирующие позиции как самая востребованная тема в течение более двух десятилетий, уступил пальму первенства пандемийному дискурсу, оказавшись на втором месте. Так, по версии Оксфордского университета из 16 слов-символов 2020 года 7 слов относятся к теме пандемии коронавируса: *Coronavirus, COVID-19, Lockdown, Social distancing, Reopening, Moonshot, Superspreader*, и лишь 4 слова описывают политические процессы: *Impeachment, Acquittal, Mail-in, Belarusian*.

В списках слов года также нашла отражение тема дискриминации и борьбы за права чернокожих граждан. Газета *The New York Times* включила слово *black* в список шести самых употребляемых слов года, агентство GLM и издательство Оксфордского университета назвали символами года фразу *Black lives matter* и акроним *BIPOC* '*Black, Indigenous and people of color*', в рубрике "Buzzwords" словаря Macmillan упоминается акроним *BAME* '*Black, Asian and minority ethnic*'. Третье и четвертое место заняли соответственно интернет дискурс и климатический дискурс. При этом тема экологии значительно сдала свои позиции, хотя по оценкам многих аналитиков в допандемийный период занимала второе по популярности место.

Кроме этого, в 2020 году была отмечена активизация некоторых трансформационных процессов в лексической системе английского языка. В частности, произошла интенсификация нескольких тенденций, характерных для современного этапа языковой эволюции:

1) по причине активного перехода медицинских терминов в общеупотребительную лексику усилился процесс детерминологизации;

2) новые внешние обстоятельства, события и явления вызвали появление беспрецедентно большого количества неологизмов по сравнению с достаточно длительным предшествующим историческим периодом, при этом большое количество новых слов было образовано путем возникновения новых сочетаний слов (неофраземы) или добавления нового, в основном специального значения уже имеющимся в языке словам (неосемема), например *remote(ly)* приобрело новый смысл и стало активно использоваться в новых коллокациях, частотность употребления этого слова по данным газеты *The New York Times* выросла в 2020 году в 136 раз;

3) важность эмоциональных реакций на происходящие события подтверждается присутствием в списках слов-маркеров 2020 года контаминированных окказиональных образований, имеющих оценочный ироничный, критический и даже саркастический смысл, причем для этой категории неологизмов более характерным было появление неоморфем, например *Reacji, Blursday*;

4) возросло число частотных аббревиатур и акронимов, имеющих отношение к политическому и интернет дискурсу, стал заметным процесс добавления таких лексем в словарный состав языка наряду с сокращенными формами, характерными для онлайн коммуникации, например, в 2021 году в состав словаря *Merriam-Webster* было включено выражение *Don't @ me*, которое обозначает *отвечать на претензии или мнение кого-либо, оспаривать их или принижать их значение* (Зуева, Колоскова, 2021).

К 2022 году соотношение наиболее актуальных тем меняется, фокус внимания общественности все больше перемещается на те виды дискурса, которые были популярны в допандемийный период. Сравнительный дискурсивный анализ популярной в 2020 и 2022 годах лексики показывает, что, хотя пандемийная тематика

оставалась в числе самых обсуждаемых, она уступила лидирующие позиции другим видам дискурса.

По версии газеты *The New York Times*, наиболее актуальным в 2022 году был политический дискурс, причем события на международной арене привлекли больше внимания, чем события внутри США (что раньше было нехарактерно для американцев). Кроме того, социальное движение по защите прав чернокожего населения несколько утратило остроту к 2022 году, как и вопросы, связанные с коронавирусом.

Приведенный ниже график (Рис. 1) составлен на основании количественных данных, опубликованных самим издательством, и иллюстрирует описанные тенденции и масштаб произошедших изменений (*The New York Times*, [http](http://)).

Тематическая принадлежность шести самых употребительных слов в текстах статей *The New York Times*

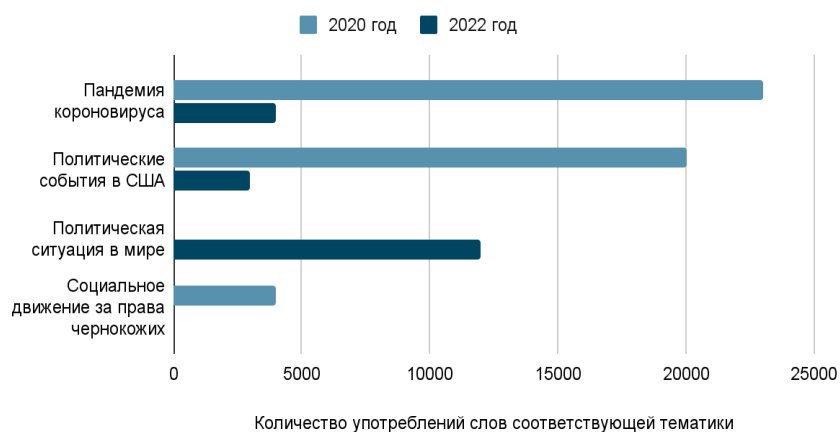


Рис. 1. Количество употреблений слов соответствующей тематики

Сравним отраженные в графике тенденции с данными других англоязычных источников. Особую важность политической тематики в 2022 году подтверждают эксперты издательства Collins, выбрав словом года неологизм *Permacrises*, а также комитет по выбору слов года при австралийском издании Macquarie, назвавший

символом года лексему *Teal*, обозначающую сине-зеленый цвет – символ независимых кандидатов на федеральных выборах. Данное прилагательное приобрело новое значение и стало эмблемой политического ландшафта Австралии (Macquarie Dictionary, [http](http://)).

Агентство GLM назвало самым «топовым» словом 2022 года существительное *Denier*, новый смысл которого охватывает такие понятия как *Hater* и *Cancel Culture* и связан с отрицанием постоянно увеличивающегося количества сомнительных фактов, голословных и намеренно вводящих в заблуждение утверждений, фейковых новостей и других подобных явлений, получивших широкое распространение в этот период времени (Payack, 2022).

Неологизм *gaslighting*, ставший словом года по версии издательства Merriam-Webster, также имеет отношение к политической жизни общества, так как новое значение у данной лексемы появилось в 2016 году в связи с действиями Президента (на тот момент) Д. Трампа, а к 2022 году смысл данного понятия расширился, теперь его используют для обозначения ложной информации в СМИ и в интернете, особенно если она является частью какого-то крупномасштабного плана или заговора и подается настолько убедительно, что заставляет сомневаться даже тех, кто хорошо осведомлен об истинном положении дел. Поиск правдивых, отражающих реальную ситуацию фактов оказался также в фокусе внимания общественности Австралии. Словарь Macquarie Dictionary посчитал существительное *truth-telling* наиболее вероятным символом 2023 года и одним из центральных понятий культурной и политической жизни страны на современном этапе (Word of the year 2022 // Macquarie dictionary, [http](http://)).

Кроме этого, словарь Merriam-Webster Dictionary включил и другие термины, имеющие отношение к политическим событиям в мире, в свой список слов года, среди них *oligarch*, *sanction* and *queen consort* (Word of the year 2022 // Merriam-Webster Dictionary, [http](http://)).

Агентство GLM поместило слово *Ukraine* на четвертое место в списке слов года, а издательство Collins назвало *Kiev* вторым по значимости словом 2022 года (The Collins word of the year 2022 is..., [http](http://)).

Примечательно, что социально-политические движения остаются в числе самых обсуждаемых тем на англоговорящем пространстве. В 2020 году это было движение в поддержку

чернокожего населения США, в 2022 году – движение за право на аборт. По данным GLM, эта тема имела широкий резонанс, а о соотношении сил можно судить по выбранным словам года: третье место в списке слов года заняло словосочетание *Right to Life*, в то время как выражение *Abortion Rights* оказалось на девятнадцатом месте. *Right to Life* звучало на 400% чаще, чем *Abortion Rights*.

Однако первостепенное значение политического дискурса для англоговорящего населения планеты признают не все авторитетные источники. Издательства Оксфорд и Кембридж посчитали самыми актуальными слова, обозначающие наиболее распространенные социальные явления, характерные модели поведения и преобладающие интересы англофонов. Оксфордский словарь впервые организовал публичное голосование за звание слова-символа года. Сленговое словосочетание *goblin mode* заняло первое место, за него проголосовало 318956 человек, 93 % от всех принявших участие в опросе. Данное выражение впервые появилось в Твиттере в 2009 году и с февраля 2022 года стало набирать огромную популярность в социальных сетях и средствах массовой информации. «Гоблинский режим» озаменовал реакцию англоговорящей части населения планеты на ослабление ограничительных мер на третьем году пандемии, а также на возникшие в обществе страхи в связи с военными действиями. Этот тип поведения отвергает социальные нормы и ожидания, поэтому новый термин нашел отклик у тех людей, которые чувствовали себя «перегруженными» необходимостью показывать себя с лучшей стороны (Oxford word of the year 2022, [http](http://)). Словарь Macquarie Dictionary также включил данную неопределенность в список слов года, а издание Collins поместило на третье и четвертое место неологизм *partygate* (обозначающий политический скандал из-за общественного мероприятия, которое проводилось несмотря на пандемийные ограничения) и неолексему *splooting* (лежание на животе с вытянутыми руками и ногами).

Издательство Кембридж выбрало лексему *homer* символом 2022 года, так как число ежедневных запросов этого слова в словаре превысило 65000, причиной такой высокой популярности стала онлайн игра в слова Wordle, в которую играет большое количество людей на всем англоговорящем пространстве (The Cambridge dictionary word of the year 2022 is..., [http](http://)).

Пандемийный дискурс представлен не во всех списках слов года. По данным GLM, акроним *COVID* в 2022 году все еще лидирует и занимает второе место, *Vaccine*, *Pandemic* и *Omicron* входят в число двадцати наиболее употребительных слов. Термин *Omicron* также упомянут среди слов-символов года издательством Merriam-Webster. Австралийское издание Macquarie Dictionary отмечает, что коронавирусная тематика остается источником новых лексем, однако отношение к этой серьезной теме заметно меняется. Например, вошедшая в списки слов 2022 года неологизм *spicy cough* является неформальным названием COVID 19 и подчеркивает несерьезное, юмористическое или даже ироническое отношение к заболеванию, вызвавшему в 2020 году всемирную пандемию.

Климатический дискурс, уступивший в 2020 году лидирующие позиции другим видам дискурса, в 2022 году остался достаточно обсуждаемой темой, хотя и не самой актуальной. Портал GLM вновь включил фразы *Climate change* и *Global warming* в список слов года, поставив их на девятое и шестнадцатое место, соответственно. По мнению аналитиков, эти фразы войдут в топ самых употребительных слов столетия, так как занимают лидирующие позиции в течение не одного десятилетия.

Постепенно все большую актуальность приобретают вопросы научного и технического прогресса, развития компьютерных и интернет-технологий, достижений искусственного интеллекта. Так агентство GLM объявило самым популярным выражением первой половины 2023 года словосочетание *Artificial Intelligence*, а среди слов 2022 года главный аналитик GLM особенно выделил фразу *Fusion power* – термоядерная энергия, предвещая этому явлению большое будущее, что позволит данной лексеме стать не только словом десятилетия, но и, возможно, словом века.

Издательство Oxford на второе место в списке слов-символов года поместило неологизм *Metaverse*, обозначающий «(гипотетическую) среду виртуальной реальности, в которой пользователи взаимодействуют с аватарами друг друга и своим окружением иммерсивным образом, что иногда позиционируется как потенциальное расширение или замена Интернета, Всемирной паутины и социальных сетей». Этот термин, образованный путем блендинга приставки *meta* и существительного *universe*, был

впервые использован в научно-фантастическом романе Нила Стивенсона в 1992 году. До конца 2021 года он употреблялся только в специальных контекстах в сфере компьютерных технологий, но с марта 2022 года оказался в фокусе внимания широкой общественности. В будущем прогнозируется дальнейший рост частоты употребления данной лексемы в связи с увеличением распространенности соответствующего явления, значительным влиянием метавселенной на образ жизни людей, а возможно и кардинальной перестройкой современного общества под ее воздействием. Третье место в списке слов года по версии издания Оксфорд заняла неофразама #Istandwith, представленная в виде хэштега, обозначающего поддержку, солидарность с кем-либо, выраженную в интернет-пространстве.

Среди модных слов 2022-2023 годов, которые не стали словами года, но были отмечены словарными изданиями как новые частоупотребляемые единицы, широко представлены деловой дискурс, дискурс информационных технологий и интернет дискурс. С бизнес тематикой связаны такие понятия как *Quiet quitting* (выполнение минимума требуемых от работника обязанностей без проявления энтузиазма и дополнительных усилий), *bossware* (установка на компьютер сотрудника программы для наблюдения за его действиями), *e-change* (переезд за город для постоянного проживания, который стал возможен благодаря удаленной работе), *brigading* (организация совместных действий в интернете для поддержки или продвижения какого-либо проекта или решения).

Также среди сотрудников и в сети Интернет набирает популярность корпоративный жаргон, что в основном связано с нестабильной обстановкой на рынке труда. Прямое значение таких модных слов и выражений может подвергаться некоторой модификации в зависимости от сферы бизнеса, а их употребление в интернет-пространстве свидетельствует о злободневности высказывания и привлекает внимание широкой аудитории. Например, отмечены не зарегистрированные пока словарями неофразама *career cushioning* (поиск новой работы и повышение квалификации без увольнения с текущего места), *paper ceiling* (барьеры в карьере и в возможности занять определенную должность без диплома о высшем образовании), *big quit* (по данным

социальных опросов 70% миллениалов собираются сменить работу в 2023 году).

Продолжающийся процесс детерминологизации в 2022-2023 годах все больше связан с вхождением в массовое употребление лексем с узким специальным значением из области информационных и компьютерных технологий. Этот процесс характеризуется рядом структурно-семантических особенностей ставших модными неологизмов:

1) наличием аббревиатур, расшифровка которых часто не проясняет смысл выражений и требует углубления в соответствующую технологическую область. Например, *NFT* ("non-fungible token", идентификатор подлинности и уникальности цифрового актива), *WYSIWYG* ("what you see is what you get", финальный вид интернет-продукта), *LARP* ("a live-action role-playing game", групповая игра по придуманному сценарию, проводимая в реальности обычно под руководством координатора) (Word of the year 2022 // Merriam-Webster Dictionary, [http](http://)).

2) появлением в повседневном употреблении новых модных лексем, для которых характерна семантическая расплывчатость, так как их значение остается неясным, неверно истолкованным или даже непонятым для большинства говорящих. В 2023 году агентство GLM предложило ввести новую рубрику «Самые частоупотребляемые технологические термины, которые все используют, но мало кто действительно понимает», назвав основным претендентом на это звание термин *Artificial Intelligence*.

Таким образом, в 2022-2023 годах можно наблюдать расширение и углубление тех тенденций в развитии лексической системы английского языка, которые получили интенсификацию в 2020 году, а также появление новых процессов в языковой эволюции, возникновение которых стало следствием этих тенденций. Среди наиболее заметных и значимых трансформаций можно выделить следующие:

1. Дискурсивный анализ популярной в 2020 и в 2022 - начале 2023 года лексики показывает, что политическая тематика, которая в 2020 году по мнению большинства авторитетных источников уступила в актуальности теме пандемии, к 2022 году вновь заняла лидирующие позиции и стала самой обсуждаемой темой на англоязычном пространстве. Важным дополнением является тот

факт, что вопросам социально-политическим, в частности общественным движениям, борьбе за права граждан, социальным моделям поведения и в 2020, и в 2022 году уделялось достаточно внимания. Однако, актуальные в 2020 вопросы через два года потеряли свою значимость, и, соответственно, частоупотребляемая лексика, которая тогда находилась в центре внимания вышла из активного употребления, как например акронимы *BAME* и *BIPOC*.

2. Пандемийный дискурс становится все менее актуальным, в то время как дискурс информационных технологий и интернет-дискурс набирают популярность. В дальнейшем можно прогнозировать рост влияния этих тем на образ жизни, сознание и общую картину мира людей. Климатический дискурс остается важным для англоговорящего населения планеты, однако за период времени с 2020 по 2022 год значимость этой темы не стала такой же весомой, как была в допандемийный период, когда многие издания выбирали такие лексемы как *Climate change* и *Global warming* символами года.

3. В силу того, что возможности сети интернет способствуют практически неограниченной доступности информационных ресурсов, активизации коммуникационных процессов, расширению вовлеченности рядовых носителей языка во все сферы жизни общества, постоянно увеличивается количество модных слов в английском языке. В связи с этим большинство словарных изданий в 2022-2023 годах стали делать основной акцент на выбор слов года, количество которых у разных изданий варьируется от одного до двадцати.

4. Процесс активного перехода лексики со специальным значением в общее употребление продолжает развиваться. Однако, на смену медицинским терминам, пополнившим состав английского языка в 2020 году, приходит все больше терминов из сферы компьютерных, информационных и интернет технологий, а также из таких областей науки как физика.

5. О частотности употребления новых лексем можно судить по включенным в словарный состав языка новым словам и значениям. Так, по данным, опубликованным британскими изданиями *Oxford Dictionary* и *Cambridge Dictionary* и американским словарем *Merriam-Webster Dictionary*, к 2022 году официальный статус был присвоен большинству популярных неологизмов 2020 года. В

частности Oxford Dictionary включил в 2021-2022 годах в словарь около 1500 новых лексических единиц, среди которых Deplatform, Doomscrolling, Hybrid working, Vaccine passport, Smize, Cancel culture.

6. Словарный состав английского языка продолжает динамично пополняться за счет появления новых лексем. В 2022-2023 годах происходит интенсификация этого процесса, появляется неологизм *Sniglet* для обозначения явления или реалии, которой не существовало ранее и для номинации которой отсутствует лексема. В 2024 году можно ожидать дальнейший рост числа неологизмов, так как продолжают набирать обороты темпы научно-технического прогресса, под влиянием которых изменяется, иногда до неузнаваемости, жизнь людей, их мировосприятие, способы взаимодействия, появляются невиданные ранее явления, понятия, реалии. На данном этапе развития языка продуктивными являются следующие способы пополнения лексического состава:

1) морфологический – новые слова (неолексемы) образуются путем словосложения, блендинга, аффиксации, деривации от имен собственных;

2) семантический – образование новых значений (неосемем) происходит на основе метафорических и метонимических переносов. за счет семантических сдвигов может происходить спецификация, расширение, элевация или деградация значений. на настоящем этапе отмечается множество неологизмов, которые изначально появились в литературе, кинофильмах, разговорном жанре, социальных сетях, а затем, под влиянием современных реалий, были переосмыслены и стали употребляться в новом, чаще более широком или более специальном значении;

3) синтаксический – для современного этапа характерно также широкое использование новых сочетаний слов (неофразем);

4) аббревиация и акронимизация остаются достаточно распространенными моделями словообразования, в 2022 году особенно востребованными в компьютерном и IT дискурсе.

5) заимствования не очень характерны для модной лексики английского языка (скорее он сам служит источником заимствований другими языками).

Заключение

Популярная лексика является чрезвычайно информативным источником для различных научных исследований, в том числе лингвистических. Сравнительный анализ лексических единиц, ставившихся символами года на определенном историческом отрезке, позволяет составить полную и объективную картину происходивших в этот период изменений во всех сферах жизни, расставить акценты на наиболее значимых событиях, судить о трансформациях в миропознании и мировосприятии на изучаемом историческом этапе, о влиянии информационного пространства на гуманитарное состояние общества, выявить тенденции в эволюции языка, определить вербальные приоритеты в эпоху глобализации, прогнозировать пути дальнейшего развития общества, прослеживая взаимосвязь между эпохальными трансформациями и такими неделимыми понятиями как язык и сознание.

Литература

1. Журавлева Н. Г. Модное слово: к вопросу о содержании понятия / Н. Г. Журавлева // Научная мысль Кавказа. 2009. № 2(58). С. 132-137. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_12838415_25528848.pdf (дата обращения: 25.07.2023).
2. Зуева В. В., Колоскова О. А. Языковая картина мира сквозь призму слов-символов 2020 года (на материале английского и русского языков) // Российский гуманитарный журнал. 2021. Т. 10. № 6. С. 414-423. DOI: 10.15643/libartrus-2021.6.4
3. Коковина А.М., Харьковская А.А. Инновации в современном лексикографическом дискурсе (на материале приложений к английским online-словарям) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2022. Т. 28. № 2. С. 167-173. <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2022-28-2-167-173>.
4. Колоскова О. А., Зуева В. В. Неологизмы как маркеры эволюционных тенденций в лексической системе английского языка // Российский гуманитарный журнал. 2023. Т. 12. № 1. С. 57-65. DOI: 10.15643/libartrus-2023.1.5
5. Костомаров В. Г. *Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа*. СПб: Златоуст, 1999. 328 с.

6. Лицонь И. Терминологизация понятия «модное слово» в лингвистике // *Verba. Северо-Западный лингвистический журнал*. 2023. № 1(6). С. 72-79. DOI: 10.34680/VERBA-2023-1(6)-72-79.
7. Пономаренко Е. В., Харьковская А. А., Храмченко Д. С. Данные проекта The Global Language Monitor как отражение динамики лексической подсистемы английского языка // *Филологические науки в МГИМО*. 2019. № 18(2). С.12-18. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2019-2-18-12-18>
8. Попова Л. А. К вопросу о соотношении понятий «модное слово» и «ключевое слово современности» // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика*. 2019. Т. 19. № 2. С. 155-158. DOI: 10.18500/1817-7115-2019-19-2-155-158.
9. Слободяник Д. М., Сибул В. В. Спортивная неология английского языка конца 20-начала 21 века и способы её передачи на русский язык // *Вопросы прикладной лингвистики*. 2018. № 1 (29). С. 73-84.
10. Шестерина Е.А. «Новояз» в современном немецком политическом дискурсе // *Дискурс профессиональной коммуникации*. 2023. № 5(3). С. 93-106. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-93-106>
11. Aleksandrova O. V., Mendzheritskaya E. O., Malakhova V. L. Dynamic changes in modern English discourse // *Training, Language and Culture*. 2017. № 1(1). P. 92-106. DOI: 10.29366/2017tlc.1.1.6
12. Bensaude-Vincent B. The politics of buzzwords at the interface of technoscience, market and society: The case of “Public engagement in science” // *Public Understanding of Science*. 2014. № 23(3). P. 238-253. DOI: 10.1177/0963662513515371
13. Buzzword // *Oxford English Dictionary (Online ed.)*. Oxford University Press. URL: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=buzzword> (дата обращения: 12.08.2023).
14. Fomina I.N. Eurospeak and the Russian terminology of law: translation challenges // *Professional Discourse & Communication*. 2019. № 1(3). P. 41-49. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-3-41-49>

15. Global Language Monitor [Electronic resource]. URL: <https://www.languagemonitor.com/> (дата обращения: 08.09.2023).
16. Kharkovskaya A. A., Ponomarenko E. V., Aleksandrova O. V. Language picture of the world: the Global Language Monitor project // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Volume 83 – PhR. 2019. 2020. P. 62-68. DOI: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.04.02.8>
17. Kozlovskaya N. V., Rastyagaev A. V., Slozhenikina J. V. The creative potential of contemporary Russian political discourse: From new words to new paradigms // Training, Language and Culture. 2020. № 4(4). С. 78-90. DOI: 10.22363/2521-442X-2020-4-4-78-90
18. Malyuga E. N., Rimmer W. Making sense of “buzzword” as a term through co-occurrences analysis // Heliyon. 2021. Vol. 7. № 6. P. 207-208. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07208>
19. Merriam-Webster dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary> (дата обращения: 12.08.2023).
20. Oxford word of the year 2022 // OxfordLanguages [Electronic resource]. URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2022/> (дата обращения: 10.08.2023).
21. Payack P.J.J. Global Language Monitor names “Denier” Word of the Year 2022 for Global English // Global Language Monitor [Electronic resource]. 14 November 2022. URL: <https://languagemonitor.com/global-english/global-language-monitor-names-denier-word-of-the-year-2022-for-global-english/> (дата обращения: 12.08.2023).
22. The Cambridge dictionary word of the year 2022 is... // Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/us/editorial/woty> (дата обращения: 01.08.2023).
23. The Collins word of the year 2022 is... // Collins Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.collinsdictionary.com/us/woty> (дата обращения: 01.08.2023).
24. The New York Times [Electronic resource]. URL: <https://www.nytimes.com/> (дата обращения: 01.08.2023).

25. Top words of 2012 // Wordeebec [Electronic resource]. URL: <https://wordeebec.com/> (дата обращения: 10.08.2023).
26. Word of the year 2022 // Macquarie dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year> (дата обращения: 02.08.2023).
27. Word of the year 2022 // Merriam-Webster dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/word-of-the-year> (дата обращения: 01.08.2023).
28. What happened in the last 20 years? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://datanaut.blog/posts/last-20-years-in-nyt/> (дата обращения 3.08.2023.)

References

- Aleksandrova, O. V., Mendzheritskaya, E. O., & Malakhova, V. L. (2017). Dynamic changes in modern English discourse. *Training, Language and Culture*. 1(1), 92-106. DOI: 10.29366/2017tlc.1.1.6
- Bensaude-Vincent, B. (2014). The politics of buzzwords at the interface of technoscience, market and society: The case of “Public engagement in science”. *Public Understanding of Science*. 23(3), 238-253. DOI: 10.1177/0963662513515371
- Buzzword. *Oxford English dictionary (Online ed.)*. Oxford University Press. Retrieved from: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=buzzword> (accessed: 12 August 2023).
- Fomina, I. N. (2019). Eurospeak and the Russian terminology of law: translation challenges. *Professional Discourse & Communication*. 1(3). 41-49. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-3-41-49>
- Global Language Monitor [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.languagemonitor.com/> (accessed: 08 September 2023).
- Kharkovskaya, A. A., Ponomarenko, E. V., & Aleksandrova O. V. (2020). Language picture of the world: the Global Language Monitor project. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Volume 83-PhR 2019*, 62-68. DOI: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.04.02.8>
- Kokovina, A. M., & Kharkovskaya, A. A. Innovations in modern lexicographic discourse (based on the material of appendixes to the English online-dictionaries). *Vestnik Samarskogo universiteta*.

- Istoriia, pedagogika, filologiya* [Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology]. 2022, 28(2), 167-173. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2022-28-2-167-173>. (In Russ.).
- Koloskova, O., & Zueva, V. (2023). Neologisms as markers of evolutionary trends in the English language lexical system. *Liberal Arts in Russia*. 12(1), 57-65. DOI: 10.15643/libartrus-2023.1.5
- Kostomarov, V.G. (1999). *Yazykovoj vkus epohi: Iz nablyudenij nad rechevoj praktikoj mass-media* [Linguistic taste of the epoch: glimpses of the mass media language practice]. St. Petersburg: Zlatoust (in Russ.).
- Liqun, Yi. (2023). Terminologization of the “buzzword” concept in linguistics. *VERBA. North-West Linguistic Journal*, 1(6), 72-79 (in Russ.). DOI: 10.34680/VERBA-2023-1(6)-72-79
- Kozlovskaya, N. V., Rastyagaev, A. V., & Slozhenikina, J. V. (2020). The creative potential of contemporary Russian political discourse: from new words to new paradigms. *Training, Language and Culture*, 4(4), 78-90. DOI: 10.22363/2521-442X-2020-4-4-78-90
- Malyuga, E. N., & Rimmer W. (2021). Making sense of “buzzword” as a term through co-occurrences analysis. *Heliyon*. 7(6), 207-208. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07208>
- Merriam-Webster Dictionary* [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.merriam-webster.com/dictionary> (accessed: 12 August 2023).
- Oxford word of the year 2022. *OxfordLanguages* [Electronic resource]. Retrieved from: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2022/> (accessed: 10 August 2023).
- Payack, P.J.J. (2022). Global Language Monitor names “Denier” Word of the Year 2022 for global English. *Global Language Monitor* [Electronic resource]. Retrieved from: <https://languagemonitor.com/global-english/global-language-monitor-names-denier-word-of-the-year-2022-for-global-english/> (accessed: 12 August 2023).
- Ponomarenko, E. V., Kharkovskaya, A. A., & Khramchenko, D. S. (2019). The Global Language Monitor as a mirror of dynamics of the English lexical subsystem. *Linguistics & Polyglot Studies*. 18(2), 12-18 (in Russ.) <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2019-2-18-12-18>
- Popova, L. A. (2019). To the question of the correlation of the notions of a ‘Fashionable Word’ and a ‘Key Word of the Modern Times’.

- Izvestiya Saratovskogo universiteta [Saratov University Bulletin] (N. S.). Ser. Philology. Journalism. 19(2), 155-158 (in Russ.). DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-155-158>*
- Slobodyanik, D. M., & Sibul, V. V. (2018). English sports neology and the ways of its translation into the Russian language (the late 20th and early 21st centuries). *Voprosy prikladnoj lingvistiki [Issues of applied linguistics]. 1 (29), 73-84 (in Russ.)*
- Shesterina, E. A. (2023). “Newspeak” in contemporary German political discourse. *Professional Discourse & Communication. 5(3), 93-106 (in Russ.)* <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-93-106>
- The Cambridge dictionary word of the year 2022 is... *Cambridge Dictionary [Electronic resource]*. Retrieved from: <https://dictionary.cambridge.org/us/editorial/woty> (accessed: 1 August 2023).
- The Collins word of the year 2022 is... *Collins Dictionary [Electronic resource]*. Retrieved from: <https://www.collinsdictionary.com/us/woty> (accessed: 1 August 2023).
- The New York Times [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/> (accessed: 1 August 2023).
- Top words of 2012. *Wordeebee [Electronic resource]*. Retrieved from: <https://wordeebee.com/> (accessed: 10 August 2023).
- What happened in the last 20 years?* (2023). [Electronic resource]. Retrieved from: <https://datanaut.blog/posts/last-20-years-in-nyt/> (accessed 3.08.2023.)
- Word of the year 2022. *Macquarie Dictionary [Electronic resource]*. Retrieved from: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year> (accessed: 2 August 2023).
- Word of the year 2022. *Merriam-Webster Dictionary [Electronic resource]*. Retrieved from: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/word-of-the-year> (accessed: 1 August 2023).
- Zhuravleva, N. G. (2009). Buzzwords: The problem of the concept content. *Scientific Thought of Caucasus. 2(58), 132-137*. Retrieved from: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_12838415_25528848.pdf (accessed: 25 July 2023).

Zueva, V., & Koloskova, O. (2021). The linguistic picture of the world through the prism of the words-symbols of 2020 (based on the material of the English and Russian languages). *Liberal Arts in Russia*, 10(6), 414-423. DOI: 10.15643/libartrus-2021.6.4