

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

2306-1286 (Print)

2541-7614 (Online)

---

**ВОПРОСЫ  
ПРИКЛАДНОЙ  
ЛИНГВИСТИКИ**

---

**Выпуск 2 (58)**

**Москва**

**2025**

Издатель и учредитель:

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

**ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА:**

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

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

Некоммерческое партнерство НОПДиПО создано при поддержке РУДН.

**2306-1286 (Print)  
2541-7614 (Online)**

© Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы,  
Издательство, 2025  
© Коллектив авторов, 2025

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

**2306-1286 (Print)**

**2541-7614 (Online)**

---

**ISSUES  
OF APPLIED  
LINGUISTICS**

---

**Issue 2 (58)**

**Moscow**

**2025**

Publisher and founder:

Non-profit organization “The Business and Vocational Foreign Languages Teachers National Association”  
created with the support of RUDN University

Address: 117198, Moscow, Miklukho-Maklaya, 6

**EDITORIAL BOARD MEMBERS:**

*Malyuga E.N.*, Academician of Russian Academy of Natural Sciences, Dr. of Philology, Prof.  
(Editor-in-chief. Moscow, Peoples’ Friendship University of Russia),

*Bauer Karin* PhD Prof. (Canada, University McGill),

*Beatty Ken* Prof. Dr. (USA, Anaheim University)

*Dollerup Cay* PhD Prof. (Denmark, University of Copenhagen),

*Klyukanov Igor* Prof. (USA, Eastern Washington University),

*Krouglov Alex*, Prof. Dr. (Great Britain, University College London),

*O’Dowd Robert* Prof. Dr. (Spain, University of León)

*Tomalin Barry* Prof. (Great Britain, London Academy of Diplomacy),

*Hansen Volkmar* Prof. Dr. (Germany, University of Duesseldorf),

*Alexandrova O.V.*, Academician of Russian Academy of Natural Sciences, Dr. of Philology,  
Prof. (Moscow, Moscow State University),

*Dmitrenko T.A.*, Academician of International Academy of Science and Higher School, Dr. of  
Pedagogy, Prof. (Moscow, Moscow State Pedagogical University),

*Lebedeva I.S.*, Cand. of Sc. (Philology), Assoc. Prof. (Moscow, MGIMO University)

*Mikheeva N.F.*, Academician of International Academy of Science and Higher School, Dr. of  
Philology, Prof. (Moscow, Peoples’ Friendship University of Russia),

*Nazarova T.B.*, Dr. of Philology, Prof. (Moscow, Moscow State University),

*Ponomarenko E.V.*, Academician of Russian Academy of Natural Sciences, Dr. of Philology,  
Prof. (Moscow, MGIMO University),

*Khramchenko D.S.*, Dr. of Philology, Prof. (Moscow, MGIMO University),

*Shevlyakova D.A.*, Dr., Prof. (Moscow, Moscow State University).

The Journal is indexed by Higher Attestation Commission, Russian Science Citation Index, Google Scholar,  
Ulrich’s Periodicals, Crossref, EBSCO.

The non-profit partnership BVFLTNA was created with the support of Peoples’ Friendship University of  
Russia named after Patrice Lumumba.

**2306-1286 (Print)**

**2541-7614 (Online)**

© Peoples’ Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba,  
Publishing house, 2025

© Authors, 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

### *Научные статьи*

<i>АНИСИМОВ В. Е., АНИСИМОВА Е. Д.</i> Иерархия концептов в структуре французского кинодискурса: жанрообразующая система	7
<i>МАТЬЦИНА И. В.</i> Структурные характеристики именной синтаксической организации официально-делового стиля в русском и шведском языках	41
<i>ЛЕБЕДЕВА И. С., ГРИБАНОВА Т. И.</i> Персуазивные характеристики религиозных текстов (от Библии до цифровых проповедей)	66
<i>СУРКОВА Е. В.</i> Фразеология военно-научного дискурса: системный и когнитивный аспекты	86
<i>САРКИСЯН Л. М., КУПРИНА Т. В.</i> Влияние культурных контекстов на использование форм вежливости на деловых встречах (на примере представителей Китая, Германии, России и ОАЭ)	116

## CONTENTS

### *Scientific articles*

<i>ANISIMOV V.E., ANISIMOVA E.D.</i> Hierarchy of concepts in the French cinema discourse structure: system of genre organisation	7
<i>MATYTSINA I.V.</i> Structural characteristics of nominal syntactic organization in the official-business style of Russian and Swedish	41
<i>LEBEDEVA I. S., GRIBANOVA T. I.</i> Persuasive features of religious texts (from the Holy Bible to digital sermons)	66
<i>SURKOVA E.V.</i> Phraseology of military-scientific discourse: systemic and cognitive aspects	86
<i>SARKISIAN L. M., KUPRINA T. V.</i> The influence of cultural contexts on the use of politeness forms at business meetings (the example of representatives of China, Germany, Russia and the UAE)	116

## НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

УДК 81'42

<https://doi.org/10.25076/vpl.58.01>

В.Е. Анисимов<sup>1</sup>

Московский государственный институт международных  
отношений (университет) Министерства иностранных дел  
Российской Федерации,

Е.Д. Анисимова

Российская академия народного хозяйства и государственной  
службы при Президенте РФ

### ИЕРАРХИЯ КОНЦЕПТОВ В СТРУКТУРЕ ФРАНЦУЗСКОГО КИНОДИСКУРСА: ЖАНРООБРАЗУЮЩАЯ СИСТЕМА

*В статье рассматриваются вопросы применения интегративного подхода к анализу лингвокультурного концепта с применением смешанной методологии лингвокультурологии, компьютерной лингвистики, лингвистики текста, дискурс-анализа и методов математической статистики. Целью исследования является структурное описание системы взаимодействия концептов современного французского кинодискурса, влияющих на формирование моделей его ключевых жанров. Объектом исследования выступает концептосфера современного французского кинодискурса как особого семиотического пространства, обладающего лингвокультурной спецификой и уникальными чертами репрезентации, характерными непосредственно для данного вида дискурса. Научная новизна исследования заключается в рассмотрении концепта как психолингвокультурного феномена, а концептосферы – как комплементарной системы концептов, обладающих взаимными*

---

<sup>1</sup> © Анисимов В.Е., Анисимова Е.Д. 2025



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

валентными связями и образующих целостную систему. В работе был использован смешанный методологический аппарат: метод направленной выборки для отбора необходимых единиц; автоматизированный поиск текстовых соответствий для отбора необходимых для анализа единиц; метод статистического анализа и текстовых корреляций; а также методы синтеза и теоретического обобщения для систематизации и описания полученных результатов. Результатом проведенного исследования стало представление моделей взаимодействия ключевых концептов современного французского кинодискурса в рамках его основных жанров (комедия, драма, мелодрама, детектив, семейное кино). Рассматриваемые концепты, объединённые в иерархические системы по принципу комплементарности, представляют собой базовые модели, отражающие специфику жанрообразования в структуре современного французского кинодискурса. Ядро описываемых систем составляют ключевые концепты *BONHEUR*, *AMOUR*, *AVENTURE* и *SAVOIR-VIVRE*, которые вступают во взаимодействие с концептами *TEMPS*, *HUMOUR*, *FAMILLE*, *AMITIÉ*, *TRAHISON*, *MYSTÈRE*, *VIE*, *TRAGÉDIE* и обеспечивают систему жанрообразования французского кинодискурса и целостность модели функционирования каждого конкретного жанра.

*Ключевые слова:* концепт, концептосфера, математическая статистика, французский кинодискурс, жанр кинофильма

UDC 81'42

<https://doi.org/10.25076/vpl.58.01>

V.E. Anisimov

MGIMO University,

E.D. Anisimova

RANEPА

#### **HIERARCHY OF CONCEPTS IN THE FRENCH CINEMA DISCOURSE STRUCTURE: SYSTEM OF GENRE ORGANISATION**

*The article discusses the application of an integrative approach to the analysis of a concept using a mixed methodology of linguoculturology,*

*computational linguistics, text linguistics, discourse analysis and methods of mathematical statistics. The purpose of the study is a structural description of the system of concepts interaction functioning in modern French cinema discourse and influencing the formation of models of its key genres. The object of the study is the conceptual framework of modern French film discourse as a special semiotic space with linguocultural specifics and unique features of representation, for this type of discourse. The scientific novelty lies in the consideration of the concept as a psycholinguocultural phenomenon, and the conceptual framework as a complementary system with mutual valence bonds that forming an integral system. A mixed methodology was used: the method of directed sampling to select the necessary units; an automated search for textual correspondences to select the units; the method of statistical analysis and textual correlations; methods of synthesis and theoretical generalization. The result of the research was the presentation of key concepts interaction models of modern French film discourse within its main genres (comedy, drama, romance, detective, family movies). The concepts under consideration, combined into complementary hierarchical systems, represent basic models reflecting the specifics of genre genesis. The core of the described systems are the key concepts BONHEUR, AMOUR, AVENTURE and SAVOIR-VIVRE, which interact with the concepts TEMPS, HUMOUR, FAMILLE, AMITIÉ, TRAHISON, MYSTÈRE, VIE, TRAGÉDIE and provide a genre genesis system of the French film discourse and the integrity of each specific genre functioning model.*

*Keywords: concept, conceptual framework, mathematical statistics, French film discourse, film genre*

### **Введение**

Феноменология концепта является одним из дискуссионных вопросов современной лингвистики. Спорным представляется не только подход к определению концепта, но и применяемые методы его анализа. Новизна проведенного исследования обусловлена рассмотрением концепта с позиции лингвокультурологии и лингвокогнитологии как комплексного психолингвокультурного феномена отражающего одновременно генерализованное представление действительности психикой отдельного индивида и явление, обладающее национальной спецификой для

представителей конкретной лингвокультуры. Объектом данного исследования выступает концептосфера современного французского кинодискурса как особого семиотического пространства, обладающего лингвокультурной спецификой и уникальными чертами репрезентации, характерными непосредственно для дискурса кино. Для изучения концепта в интегративном аспекте нами применялся смешанный методологический аппарат: метод направленной выборки для отбора необходимых единиц; автоматизированный поиск текстовых соответствий для отбора необходимых для анализа единиц; метод статистического анализа и текстовых корреляций; а также методы синтеза и теоретического обобщения для систематизации и описания полученных результатов. Теоретическая значимость проведенного исследования состоит в инновационном описании ряда концептов в рамках комплементарной системы, оказывающей влияние на жанрообразование современного французского кинодискурса.

Изучение концептов как особого вида речемыслительных категорий смыслопорождения является краеугольным камнем современного языкознания. На данный момент существует три основных подхода к анализу данного феномена: лингвокогнитивный, лингвокультурный и психолингвистический (Акопова, 2016; Гришечко, 2023). Перечисленные подходы не являются взаимоисключающими, но концентрируются на разных сторонах изучаемого явления.

Лингвокогнитивный подход к изучению концепта берет свое начало в работах С.С. Аскольдова-Алексеева, где концепт определяется в первую очередь как «понятие или совокупность когний, которые определяют тот или иной знак» (Аскольдов 1997, с. 53). Дальнейшее развитие данный подход получил в работах Е.С. Кубряковой и др. (Кубрякова и др. 1996). Его основной особенностью является понимание концепта как структурно-функциональной единицы сознания отдельного индивидуума в рамках ментального отражения действительности через призму индивидуального опыта (Antipova, Rabeson, Smirnova, 2021; Hřebáčková, 2019).

Новое понимание данный феномен приобретает в рамках школы когнитивной лингвистики и, собственно, концептологии З.Д.

Поповой и И.А. Стернина. Концепт понимается исследователями в качестве «дискретного ментального образования, являющегося базовой единицей мыслительного кода человека, обладающего относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющего собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущего комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» (Попова, Стернин 2007, с. 34). В своих работах исследователи объединили два существовавших ранее подхода к изучению концепта: анализ словарных дефиниций и исследование ассоциативного поля индивида (Малюга, Попова, 2018).

Иной взгляд на концепт предлагают представители психолингвистического направления, понимающие концепт в первую очередь как базовую перцептивно-когнитивно-аффективную единицу речемыслительной природы (Залевская 2001; Храмченко, 2010). Следовательно, в рамках психолингвистической парадигмы, концепт лежит в поле надзнания и надсознания, что значительно затрудняет его изучение и делает элементом психического плана выражения (Malyuga, Maksimova, Ivanova, 2019; Popova, 2018). Данный подход далее разрабатывался в трудах ряда отечественных ученых (Королева, 2006).

Наконец, противоположного взгляда на понимание рассматриваемого феномена придерживаются представители лингвокультурологического направления, которое получило развитие в работах В.В. Воробьева, Ю.С. Степанова, М.Я. Блоха, В.И. Карасика. В рамках лингвокультурологической теории концепт предстает как совокупность индивидуальных коннотаций, оценок и ассоциаций индивидуума, так и первоначальное словарное значение и культурно-исторические характеристики, присущие определенному лингвокультурному сообществу (Карасик, Слышкин, 2001).

М.Я. Блох добавляет, что концепт отражает «самую общую, максимально абстрагированную, но конкретно репрезентируемую идею «предмета» в совокупности всех валентных связей,

отмеченных национально-культурной маркированностью» (Блох 2010, с.), подчеркивая, таким образом, наличие у исследуемого феномена этнокультурной специфики и валентных связей.

В данном исследовании мы, вслед за В.И. Карасиком и Г.Г. Слышкиным, предлагаем реализовать интегральный подход к изучению концепта: «образная составляющая концепта будет отражать его психолингвистические и перцептивные свойства, а понятийная или фактуальная – их воплощение средствами естественного языка» (Карасик, Слышкин 2001, с. 78). Следовательно, в нашем исследовании мы будем отталкиваться от понимания концепта как лингвокультурной единицы, обладающей, тем не менее, рядом когнитивно-психологических характеристик вследствие своего функционирования в сознании человека.

Для отражения значимых валентных связей между рядом концептов в рамках лингвокультуры в целом или отдельного лингвосемиотического пространства отдельного дискурса (художественного, кинодискурса, рекламного или интернет-дискурсов) нами рассматривается не отдельный концепт, а их совокупность, то есть концептосфера. Понятие концептосферы было введено в научный оборот Д.С. Лихачевым и понимается как «совокупность концептов нации, которая образуется через все потенции и комплексы концептов носителей языка» (Лихачев, 1997 с. 285). В данном исследовании мы предлагаем узкое понимание данного феномена и рассматриваем концептосферу как совокупность концептов отдельного семиотического пространства, отражающее как присущие данному дискурсу уникальные дефиниции, так и этноспецифические особенности, свойственные лингвокультуре в целом.

Таким образом, в ходе исследования будет рассмотрена система универсальных и этноспецифических концептов, формирующих структуру жанров французского кинодискурса и совокупность лингвокогнитивных валентных связей, существующих между этими концептами в иерархической последовательности.

#### **Материалы и методы**

Данная работа является логическим продолжением проведенного ранее исследования по использованию метода корреляционного анализа в качестве метода верификации изучения номинативного поля концепта (Калинникова, Анисимов, 2021). Для выявления и

описания особенностей функционирования концептосферы современного французского кинодискурса нами был проведен комплексный анализ полноформатных и малоформатных единиц кинодискурса в следующей последовательности:

1) отбор эмпирического материала методом сплошной выборки – отбор оригинальных кинофильмов и принадлежащих им малоформатных текстов кинодискурса (кинозаголовков, слоган, синопсис), вышедших во Франции на французском языке в период 2020-2025 гг., посредством анализа специализированных французских сайтов Cinéressources, Bibliothèque Paris online, Cinémathèque, Allociné и SensCritique, посвященных кинематографу;

2) просмотр кинофильмов с последовательной записью и фиксацией кинотекста в формате транскрибирования кинодиалога для последующего корпусного анализа рассматриваемых кинофильмов;

3) создание корпуса кинодиалогов 156 французских кинофильмов, вышедших в рассматриваемый период и разделенных соответственно на тематические блоки согласно их жанровой составляющей;

4) проведение лингвокультурного анализа текстового корпуса для выявления базовых концептов, функционирующих внутри каждого из разделенных по жанрам блоков, выделение и описание номинативного поля выделенных концептов;

5) проведение автоматизированного поиска текстовых соответствий для отбора необходимых для анализа единиц для выявления взаимных связей между единицами номинативного поля выделенных концептов;

6) проведение статистического и корреляционного анализа найденных текстовых единиц посредством присвоения каждой из единиц группы порядкового номера, их маркирование в исходном тексте и последующей фиксацией валентных связей между заданными единицами;

7) составление корреляционных таблиц и анализ полученных результатов (критерий Манна-Уитни поиска числовых инверсий – для поиска перекрещивающихся значений ранжированных единиц в номинативных полях рассматриваемых концептов; критерий Кендалла, определяющий меру зависимости выражения признаков

в номинативных полях сравниваемых концептов в рамках оценивания не присвоенных числовых значений, а вторичных рангов, присваиваемых согласно частоте употребления);

8) описание полученных результатов с привлечением иллюстративного языкового материала для подтверждения данных, полученных путем математического анализа.

Последовательный анализ был проведен нами посредством привлечения следующего программного обеспечения: AntCorGen для создания моноязычного диверсифицированного корпуса кинотекста; приложение для создания параллельных языковых корпусов LingTrain 8.4 для поиска текстовых соответствий; IBM SPSS Statistics 29.0 для проведения математического анализа; Docker для написания программного функционала для действующих корпусов; Microsoft Office Excel Pro для написания вспомогательных макросов при работе с отдельными фрагментами текстов с включением числовых и ранговых элементов.

Применение смешанной методологии обуславливает актуальность проведенного анализа: в современных зарубежных исследованиях значительно увеличивается число работ по анализу дискурса с привлечением количественных методов (Barré, Camps, Poibeau, 2023; González, 2023; Hołobut, Rapacz, Stelmach, 2024; Stelmach 2024a,b).

#### **Результаты и обсуждение**

После отбора эмпирического материала, кинотексты были разделены на группы согласно жанровой составляющей: комедия, драма, детектив, мелодрама, семейное кино. Иные жанры, присутствующие в системе французского национального кино, согласно данным отчета CNC France, имеют низкий порог выражения и не являются характерными для современного французского кинематографа (Bilan 2023). Далее при помощи лингвокультурного и контент-анализа, а также лингвистического анализа текста нами были выделены основные концепты, маркирующие тексты в каждой жанровой категории. Полученные результаты, иллюстрирующие ключевые концепты основных жанров современного французского кинодискурса, представлены в таблице 1:

Таблица 1. Ключевые концепты основных жанров современного французского кинодискурса

Жанр	Ключевые концепты
Комедия	BONHEUR, AMOUR, HUMOUR, AVENTURE, AMITIÉ
Драма	BONHEUR, TRAGÉDIE, VIE, TRAHISON, TEMPS
Детектив	AMOUR, AVENTURE, VIE, TRAHISON, MYSTÈRE
Мелодрама	BONHEUR, AMOUR, AVENTURE VIE, SAVOIR-VIVRE
Семейное кино	BONHEUR, AMOUR, VIE, SAVOIR-VIVRE, FAMILLE

Для выделения соответствующих базовых концептов определенного жанра французского кинематографа, нами были проанализированы кинодиалоги каждого из рассмотренных жанровых блоков и выделены значимые повторяющиеся текстовые и контекстуальные элементы, на основе синтеза которых выявлены ключевые компоненты, функционирующие во всех кинотекстах отдельного блока. Под кинодиалогом мы понимаем всю совокупность вербальной информации, представленной зрителю посредством речи персонажей кинофильма, закадрового голоса (Горшкова, 2016).

На основе первичного анализа полученных промежуточных результатов можно сделать наблюдение о близости концептуальных полей, номинирующих жанры мелодрамы и семейного кино. Здесь следует отметить, что зачастую два данных жанра смешиваются, одновременно номинируя один и тот же кинофильм, создавая смешанный жанр семейной мелодрамы, например, французский многосерийный кинофильм *Qu'est qu'on fait au Bon Dieu?* (2014, 2019, 2021). Подчеркнем, что смешение жанров представляет собой новую тенденцию, характерную не только для французского, но и для мирового кино: зачастую современные фильмы представляют собой жанр ромком

(романтическая комедия) или хоррор-детектив (Hsu, Negro, & Peretti, 2012).

На следующем этапе нами был составлен новый корпус, включающий в себя все кинодиалоги без привязки к жанровой составляющей. Для каждого из выявленных ключевых концептов нами были выделены основные номинативные единицы, составляющие номинативное поле каждого из рассматриваемых концептов без привязки к жанру. Совокупность полученных единиц представлена как отдельными лексическими единицами (имя существительное, имя прилагательное, глагол, наречие), так и сочетаниями слов (фразеологические единицы, свободные словосочетания). Полученные результаты сгруппированы в таблицу 2:

Таблица 2. Основные номинативные единицы ключевых концептов современного французского кинодискурса и частотность их употребления в кинотексте

Концепт	Средство репрезентации	Частотность	Концепт	Средство репрезентации	Частотность
AMOUR	amant / amante	340	VIE	jouer	365
	jeu d'amour	334		bon chance	342
	sentiment inattendu	261		savoir-vivre	337
	sport de chambre	239		sens de la vie	310
	l'amour de sa vie	235		raison d'être	300
	liaison amoureuse	230		routine	287
	amis-amants	204		quotidien	279
	plan d'un soir	198		fortune	274
	y laisser sa tête	198		félicité	262
	avion de chasse	187		propre époque	213
	avoir un coup de foudre	165		laps de temps	194
	l'amour est aveugle	150		les jours et les nuits	178
	avoir un cœur d'artichaut	146		chaque jour	174
	célibataire endurci	117		prendre un risque	168
BONHEUR	chance	387	TRAHISON	le train-train	144
	fortune	346		vie courante	131
	félicité	321		accident	363
	heureux / heureuse	313		tragedié	332
	le vent des prospérités	295		ami (-e)	322

	raison de vivre	291		coup de lapin	314
	raison d'être	262		inattendu	302
	Béatitude	248		violence	280
	l'amour sans fin	243		cœur blessé	268
	l'amour	235		tristesse	263
	le souffle de la vie	229		frères ennemis	249
	Peupler la vie	211		baiser de judas	192
	Rencontre	150		jouer de malchance	141
	coup de bonheur / fortune	133	TEMPS	routine	383
	aimer et être aimé	128		quotidien	369
	trouver l'amour	108		le train-train	369
AMITIÉ	bonnes grâces	294		vie courante	284
	sentiments	284		heures	260
	être unis	283		durer toute la vie	215
	fraternité	274		durer seulement quelques minutes	195
	se faire confiance	261		peu de temps	181
	croire en ses amis	199		Vie	175
	Ensemble	193		Savoir-vivre	144
	une amitié pour la vie	190		avare de temps	143
	jusqu'au tombeau	148		le temps de l'amour	114
	esprit d'équipe	142	MYSTÈRE	secret	389
AVENTURE	accident	388		souterrains	351

	événement	377		risquer	313
	occurrence	364		aventure	306
	chance	353		chance	303
	sens de la vie	351		fortune	302
	raison d'être	273		sous-marin	225
	sentiment	263		ennemi couvert	166
	risque	200		pot aux rosés	154
	coup de bonheur / fortune	137		lettre close	141
	coup de foudre	136	SAVOIR-	jouer	381
	jouer	129	VIVRE	devenir amis	340
	y laisser sa tête	123		risquer	215
HUMOUR	jouer	396		vivre la vie à fond	196
	profiter le max de la vie	393		vivre l'instant	178
	faire des blagues	355		heureux / heureuse	175
	savoir-vivre	275		amis-amants	169
	sens de la vie	269		jouir de la vie	161
	raison d'être	256		viveur	142
	en avoir de bonnes	189		le souffle de la vie	128
	amour à sens unique	123		goûter la vie	106
	humour tarte à la crème	114	FAMILLE	ensemble	388
	vivre bien	113		unité	386
	sans-souci	111		parents	369
	en roue libre	109		enfants	278

TRAGÉDIE	trahison	332		ménage	267
	violence	327		routine	248
	amour perdu	318		le train-train	220
	vide irréparable	262		couple	212
	guignon	228		bonheur	196
	cœur blessé	226		fruit de l'amour	167
	atrocité	183		jeu d'amour	150
	tristesse	174		toit paternel	142
	mélancolie	168		se faire confiance	135
	vague à l'âme	164		sentiments	111
	prêter	163			
	réécrire l'histoire	132			
	accident	119			
	humour tarte à la crème	104			

В представленной таблице нашли отражения только те языковые единицы, упоминание которых в корпусе кинотекстов составило не менее 100 единиц на всю анализируемую совокупность. Единицы, чей план выражения был менее частотен, не вошли в дальнейшую исследуемую выборку. При проведении анализа полученных в результате исследования данных нам удалось частично реконструировать концептосферу современного французского кинодискурса. Следует отметить, что ряд единиц объединял номинативные поля нескольких концептов, создавая предпосылки для поиска валентных связей между ними, что, в результате, позволило предположить их взаимозависимость.

Основываясь на полученных по составу номинативного поля и частотности упоминания отдельных языковых единиц, далее был проведен анализ по поиску статистически значимых соответствий и валентных связей между совокупностью языковых единиц, составляющих номинативное поле рассматриваемых концептов.

Таблица 3. Сравнительные результаты изучения концептов по критерию Манна-Уитни

	AMOUR	BONHEUR	SAVOIR-VIVRE	VIE	TEMPS	TRAGÉDIE	TRAHISON	AVENTURE	HUMOUR	FAMILLE	AMITIÉ	MYSTÈRE
AMOUR	0	U 21,03 p 0,14	U 9,46 p 0,04	U 25,0 p 0,06	U 7,44 p 0	U 15,36 p 0,05	U 15,9 p 0,28	U 28,7 p 0,63	U 16,75 p 0,27	U 44,64 p 0,33	U 7,94 p 0,01	U 21,03 p 0,14
BONHEUR	U 21,03 p 0,14	0	U 89,4 p 0,76	U 16,94 p 0,9	U 5,89 p 0,03	U 1,44 p 0	U 23,7 p 0,02	U 31,66 p 0,15	U 38,9 p 0,22	U 189,0 p 0,5	U 18,32 p 0,014	U 61,65 p 0,08
SAVOIR-VIVRE	U 9,46 p 0,04	U 89,4 p 0,76	0	U 87,15 p 0,32	U 8,91 p 0	U 31,71 p 0,047	U 1,14 p 0,053	U 52,6 p 0,19	U 44,6 p 0,091	U 9,87 p 0,028	U 56,82 p 0,016	U 39,45 p 0,019
VIE	U 25,0 p 0,06	U 16,94 p 0,9	U 87,15 p 0,32	0	U 8,67 p 0,18	U 36,6 p 0,044	U 29,7 p 0,067	U 64,38 p 0,10	U 17,66 p 0,22	U 79,44 p 0,62	U 15,39 p 0,11	U 31,8 p 0,083
TEMPS	U 7,44 p 0	U 5,89 p 0,03	U 8,91 p 0	U 8,67 p 0,18	0	U 51,09 p 0,015	U 16,71 p 0,019	U 16,13 p 0,073	U 14,91 p 0,02	U 49,0 p 0,28	U 16,9 p 0,033	U 37,89 p 0,022
TRAGÉDIE	U 15,36 p 0,05	U 1,44 p 0	U 31,71 p 0,047	U 36,6 p 0,044	U 51,09 p 0,015	0	U 72,0 p 0,41	U 49,6 p 0,021	U 22,1 p 0,035	U 19,46 p 0,041	U 3,25 p 0,024	U 20,13 p 0,54

<b>TRAHISON</b>	U 15,9 p 0,28	U 23,7 p 0,02	U 1,14 p 0,053	U 29,7 p 0,067	U 16,71 p 0,019	U 72,0 p 0,41	0	U 13,4 p 0,11	U 8,92 p 0,062	U 24,5 p 0,086	U 31,26 p 0,017	U 41,0 p 0,12
<b>AVENTURE</b>	U 28,7 p 0,63	U 31,66 p 0,15	U 52,6 p 0,19	U 64,38 p 0,10	U 16,13 p 0,073	U 49,6 p 0,021	U 13,4 p 0,11	0	U 31,09 p 0,12	U 16,89 p 0,019	U 43,87 p 0,076	U 51,8 p 0,062
<b>HUMOUR</b>	U 16,75 p 0,27	U 38,9 p 0,22	U 44,6 p 0,091	U 17,66 p 0,22	U 14,91 p 0,02	U 22,1 p 0,035	U 8,92 p 0,062	U 31,09 p 0,12	0	U 74,21 p 0,018	U 12,43 p 0,014	U 21,03 p 0,039
<b>FAMILLE</b>	U 44,64 p 0,33	U 189,0 p 0,5	U 9,87 p 0,028	U 79,44 p 0,62	U 49,0 p 0,28	U 19,46 p 0,041	U 24,5 p 0,086	U 16,89 p 0,019	U 74,21 p 0,018	0	U 28,93 p 0,97	U 11,0 p 0,014
<b>AMITIÉ</b>	U 21,03 p 0,14	U 18,32 p 0,014	U 56,82 p 0,016	U 15,39 p 0,11	U 16,9 p 0,033	U 3,25 p 0,024	U 31,26 p 0,017	U 43,87 p 0,076	U 12,43 p 0,014	U 28,93 p 0,97	0	U 17,09 p 0,074
<b>MYSTÈRE</b>	U 21,03 p 0,14	U 61,65 p 0,08	U 39,45 p 0,019	U 31,8 p 0,083	U 37,89 p 0,022	U 20,13 p 0,54	U 41,0 p 0,12	U 51,8 p 0,062	U 21,03 p 0,039	U 11,0 p 0,014	U 17,09 p 0,074	0
<i>Уровень значимости равен 0,1</i>												

Следует отметить, что в связи с необходимостью отобразить в таблице данные попарных измерений, в каждой ячейке отражены результаты сравнения по критерию Манна-Уитни (U) и уровень значимости различий (p-level).

Таким образом, анализируя полученные результаты, можно получить совокупность концептов, обладающих валентными связями и значимо-похожими особенностями языковой репрезентации:

1) в рамках средств языкового выражения, концепт AMOUR имеет значимые совпадения с выражением концептов BONHEUR, TRAHISON, AVENTURE, HUMOUR, FAMILLE, MYSTÈRE;

2) в рамках средств языкового выражения, концепт BONHEUR имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, SAVOIR-VIVRE, VIE, AVENTURE, HUMOUR, FAMILLE;

3) в рамках средств языкового выражения, концепт SAVOIR-VIVRE имеет значимые совпадения с выражением концептов BONHEUR, VIE, AVENTURE, HUMOUR;

4) в рамках средств языкового выражения, концепт VIE имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, BONHEUR, SAVOIR-VIVRE, TEMPS, AVENTURE, HUMOUR, FAMILLE, AMITIÉ;

5) в рамках средств языкового выражения, концепт TEMPS имеет значимые совпадения с выражением концептов VIE, FAMILLE;

6) в рамках средств языкового выражения, концепт TRAGÉDIE имеет значимые совпадения с выражением концептов TRAHISON, MYSTÈRE;

7) в рамках средств языкового выражения, концепт TRAHISON имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, TRAGÉDIE, AVENTURE, MYSTÈRE;

8) в рамках средств языкового выражения, концепт AVENTURE имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, BONHEUR, SAVOIR-VIVRE, TRAHISON, HUMOUR;

9) в рамках средств языкового выражения, концепт HUMOUR имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, BONHEUR, SAVOIR-VIVRE, VIE, AVENTURE, MYSTÈRE;

10) в рамках средств языкового выражения, концепт FAMILLE имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, BONHEUR, VIE, TEMPS, AMITIÉ;

11) в рамках средств языкового выражения, концепт AMITIÉ имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, VIE, FAMILLE;

12) в рамках средств языкового выражения, концепт MYSTÈRE имеет значимые совпадения с выражением концептов AMOUR, TRAHISON, TRAGÉDIE.

Далее, для определения валентных связей между полем взаимодействия концептов нами был проведен корреляционный анализ по критерию Кендалла для независимых выборок:

Таблица 4. Результаты корреляционного анализа по поиску значимых связей в области языковой репрезентации концептов

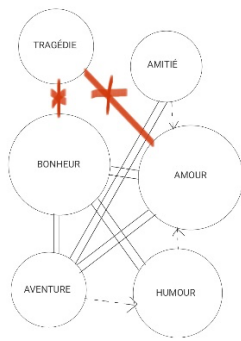
		<b>AMOUR</b>	<b>BONHEUR</b>	<b>SAVOIR-VIVRE</b>	<b>VIE</b>	<b>TEMPS</b>	<b>TRAGÉDIE</b>	<b>TRAHISON</b>	<b>AVENTURE</b>	<b>HUMOUR</b>	<b>FAMILLE</b>	<b>AMITIÉ</b>	<b>MYSTÈRE</b>
<b>AMOUR</b>	Корреляция Кендалла	1	,322**	,177*	0,329	0,01	-,563**	-,603**	,434**	,251*	0,139	0,113	-0,083
	Знч.(2-сторон)		0,184	0,482	0,003	0,929	0,883	0,348	0,076	0,414	0,206	0,304	0,452
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>BONHEUR</b>	Корреляция Кендалла	,322**	1	,415**	0,002	0,02	-,148**	-,290**	,439**	,400**	-0,026	0,244	-0,044
	Знч.(2-сторон)	0,184		0	0	0,857	0	0,413	0,177	0,983	0,81	0,025	0,691
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>SAVOIR-VIVRE</b>	Корреляция Кендалла	,277*	,415**	1	,413**	0,04	0,195	-0,049	,236*	,360**	,251*	0,016	-0,151
	Знч.(2-сторон)	0,482	0		0,304	0,714	0,074	0,029	0,657	0,001	0,887	0,021	0,167
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>VIE</b>	Корреляция Кендалла	,122*	,400*	,413**	1	,398**	0,106	-0,025	,261*	0,094	-0,012	0,17	-0,026

	Знч.(2-сторон)	0,003	0	0,304		0	0,004	0,822	0,58	0,393	0,911	0,121	0,81
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>TEMPS</b>	Корреляция Кендалла	0,01	,320*	0,04	0,098	1	0,243	0,09	0,107	-0,021	0,133	,390**	0,179
	Знч.(2-сторон)	0,929	0,857	0,714	0		0,025	0,41	0,329	0	0,224	0,846	0,101
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>TRAGÉDIE</b>	Корреляция Кендалла	-,563**	-,148**	0,195	0,106	0,143	1	,549**	-0,009	0,035	0,07	0,048	0,11
	Знч.(2-сторон)	0,883	0	0,074	0,004	0,025		0,021	0,936	0,753	0,523	0,66	0,315
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>TRAHISON</b>	Корреляция Кендалла	-,603**	-,290**	0,236	-0,025	0,09	,549**	1	,180*	0,195	0,041	-,136**	,326**
	Знч.(2-сторон)	0,348	0,413	0,029	0,822	0,41	0,021		0,469	0,074	0,707	0,743	0,813
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>AVENTURE</b>	Корреляция Кендалла	,434**	,439**	,249*	,161*	0,107	-0,009	,180*	1	0,027	0,028	,378**	0,087
	Знч.(2-сторон)	0,076	0,177	0,657	0,58	0,329	0,936	0,469		0	0,797	0,806	0,431
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>HUMOUR</b>	Корреляция Кендалла	,290*	,400**	,360**	0,094	0,09	0,035	0,195	,358*	1	-0,14	,162*	0,006

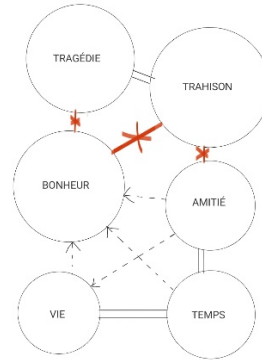
	Знч.(2-сторон)	0,414	0,983	0,001	0,393	0	0,753	0,074	0		0,2	0,574	0,954
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>FAMILLE</b>	Корреляция Кендалла	,239*	,126*	,116*	-0,012	0,133	0,07	0,041	0,028	,140*	1	-0,076	0,086
	Знч.(2-сторон)	0,206	0,81	0,887	0,911	0,224	0,523	0,707	0,797	0,2		0,489	0,433
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>AMITIÉ</b>	Корреляция Кендалла	,213*	0,144	0,251	,270*	,390**	0,048	-,136**	,378**	0,062	-0,076	1	-0,063
	Знч.(2-сторон)	0,304	0,025	0,021	0,121	0,846	0,66	0,743	0,806	0,574	0,489		0,001
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985
<b>MYSTÈRE</b>	Корреляция Кендалла	,183*	-0,044	-0,151	-0,026	0,179	0,11	,326**	,127*	0,006	0,086	-0,163	1
	Знч.(2-сторон)	0,452	0,691	0,167	0,81	0,101	0,315	0,813	0,431	0,954	0,433	0,001	0,176
	N	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985	985

Уровень значимости 0,01\*\*/\*

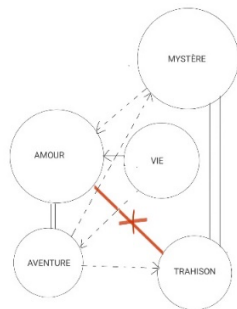
Результаты проведенного корреляционного анализа показали наличие значимых односторонних или двусторонних связей между концептами как прямого, так и обратного порядка. Наличие связей обратного порядка обозначает увеличение присутствия одного элемента при уменьшении присутствия связанного (если А увеличивается, то В уменьшается). Например, при увеличении количества единиц, номинирующих концепт BONHEUR, аналогично уменьшается количество единиц, номинирующих концепт TRAGÉDIE (здесь и далее примеры для жанра комедии). Наличие связей одностороннего характера обозначает одностороннюю зависимость проявления признака (увеличение А влияет на увеличение В, но увеличение В не влияет на увеличение А). Так, при увеличении единиц, номинирующих концепт HUMOUR, количество единиц, номинирующих концепт AMOUR остается неизменным, тогда как при увеличении единиц, номинирующих концепт AMOUR, количество единиц, номинирующих концепт HUMOUR также увеличивается. Наконец, наличие значимых двусторонних связей обозначает двустороннюю связь между репрезентацией языковых единиц (если увеличивается А, то увеличивается В и наоборот). В частности, при увеличении репрезентации концепта BONHEUR аналогично увеличивается количество языковых единиц, номинирующих концепт AMOUR. Таким образом, рассматривая получившиеся совокупности в рамках киножанров, можно построить следующую иерархическую модель взаимодействия концептов в рамках жанровой системы современного французского кинодискурса:



а) комедия

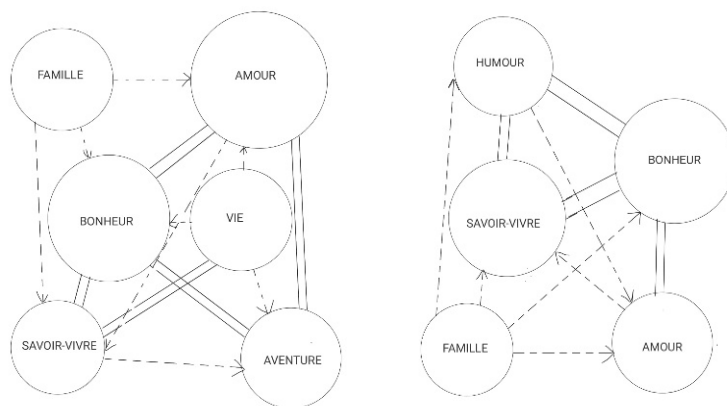


б) драма



в) детектив

Рисунок 1. Модели взаимодействия концептов в жанре:  
а) комедии; б) драмы); в) детектива.



г) мелодрама

д) семейное кино

Рисунок 2. Модели взаимодействия концептов в жанре: г) мелодрамы; д) семейного кино.

Легенда: двойная линия – двусторонние значимые связи; пунктирная линия – односторонние значимые связи (стрелка указывает направление связи от элемента А к элементу В); красные линии – обратные значимые связи.

Представленные на рис. 1, 2 модели взаимодействия концептов демонстрируют базовые схемы выявленных нами внутрижанровых связей между ключевыми концептами заявленных жанров французского национального кинематографа.

Таким образом, нами выявлены основные, общие для ряда проанализированных фильмов структуры функционирования и взаимодействия лингвокогнитивных образований. Подчеркнем, что при этом реализация стратегии поиска валентных связей между единицами номинативного поля концептов позволила статистически доказать наличие подобных связей без проведения ассоциативного эксперимента с привлечением сторонних реципиентов. Мы допускаем, что при анализе конкретного кинофильма данные схемы могут дополняться и/или

редуцироваться в свете реализации определенной авторской идеи, однако основная структура кинофильма заявленного жанра останется аналогичной представленным схемам.

Отметим, что структуры взаимодействия концептов в рамках разных жанров кино имеют существенные различия в представлении концептуального поля и взаимосвязи между рядом единиц, однако на основе полученных моделей и статистически выявленных соответствий, можно сделать вывод о том, что ключевыми концептами, репрезентирующими этноспецифичность современного французского кинодискурса, являются концепты BONHEUR, AMOUR, AVENTURE и SAVOIR-VIVRE. Данная совокупность концептов обладает валентными связями с иными представленными в данном исследовании концептуальными единицами, а репрезентирующие их языковые единицы частотно встречаются в номинативных полях иных концептов. В этой связи представляется возможным сделать вывод о центральной роли концептов BONHEUR, AMOUR, AVENTURE и SAVOIR-VIVRE в семиотическом пространстве современного французского кинодискурса и их этноспецифической функции в масштабах мирового кинематографа. Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод о наличии комплементарной иерархической системы взаимодействия концептов в семиотическом пространстве французского кинодискурса.

Комплементарная иерархическая система представляет собой некую семантически взаимосвязанную последовательность процессов, феноменов или функций, с одним или несколькими центральными объектами и иными, связанными с ними и представляющие собой общую целостность (Цветков, 2019). Комплементарные отношения как иерархическую систему рассматривают такие области знания как математическая статистика, биология, экономика, семиотика (в широком смысле), психология и социология. В терминологическом аппарате данных отраслей научного знания комплементарность понимается как совокупность отношений симпатии (положительных связей) и антипатии (отрицательных связей) периферийных объектов по отношению к центральному/центральному. Согласно исследованиям Д.Дж. Кислера, комплементарные отношения могут носить как горизонтальный, так и вертикальный (зависимый)

характер, вследствие чего такие отношения можно считать иерархическими (Kiesler, 1983). В силу особенностей данного исследования как интегративного и междисциплинарного, считаем оправданным применение термина комплементарной иерархии по отношению к концептосфере, функционирующей в системе французского кинодискурса как особого семиотического пространства.

Ядро комплементарной иерархической системы современного французского кинодискурса составляют концепты BONHEUR, AMOUR, AVENTURE и SAVOIR-VIVRE, обладающие выраженным этноспецифическим компонентом, тогда как остальные выявленные нами концепты (TEMPS, HUMOUR, FAMILLE, AMITIÉ, TRAHISON, MYSTÈRE, VIE, TRAGÉDIE) своим взаимодействием обеспечивают целостность системы конкретного жанра.

Помимо этого, представляется возможным сделать вывод о том, что совокупность функционирующих концептов играет значимую роль в системе жанрообразования французского кинодискурса, а характер валентных связей между единицами их номинативных полей обуславливает формат их взаимодействия, формируя стереотипный образ кинофильма определенного жанра.

Таким образом, можно утверждать, что проведение комплексного психолингвокультурного анализа концептосферы современного французского кинодискурса позволило выявить действующую рабочую модель взаимодействия концептов в семиотическом пространстве современного французского кинодискурса, а также проследить влияние их взаимодействия на формирование жанрового разнообразия современного французского кинематографа.

Полученные в результате исследования модели могут служить основой для более глубоких исследований кинодискурса в диахронической и в синхронической последовательности за счёт расширения корпуса исследуемых текстов и изучения связанных с ними текстов иных дискурсов.

#### **Заключение**

Кинодискурс является одновременно креативным видом дискурса, формирующемся посредством коллективного творчества его участников, и пространством, в котором происходит

отсроченный диалог между авторами и зрителями кинофильма, влияющий на последнего посредством заложенных и реализованных мыслеобразов, зачастую апеллирующих к универсальным и этноспецифическим концептам социума.

Интегральный подход к изучению концепта как сложного феномена культуры и мышления в рамках кинодискурса, проведенный с применением смешанного методологического аппарата лингвистики текста, лингвокультурологии, лингвокогнитологии, компьютерной лингвистики и математической статистики, позволил рассмотреть представленный феномен как этноспецифическую лингвокультурную единицу с присущим ей когнитивно-психологическими характеристиками по выполнению роли базовой единицы мыслительного кода человека, результата когнитивной деятельности индивида и способности к ментальному отражению действительности сквозь призму человеческого коллективного и индивидуального опыта.

При помощи комплексного анализа полноформатных (кинофильм) и малоформатных (кинозаголовки, синопсис, слоган кинофильма) французского кинодискурса были последовательно выявлены ключевые концепты основных жанров современного французского кинодискурса, их основные номинативные единицы, поиск статистически значимых соответствий и валентных связей между совокупностью языковых единиц номинативного поля каждого из рассматриваемых концептов по критерию Манна-Уитни и уровню значимости различий, проведен корреляционный анализ по поиску значимых связей (критерий Кендалла) в области языковой репрезентации изучаемых концептов. На основе полученных результатов были построены пять иерархических моделей взаимодействия концептов современного французского кинодискурса для следующих жанров: комедия, драма, детектив, мелодрама, семейное кино. Анализ концепта в рамках кинодискурса как особого семиотического пространства позволил выявить ключевые концепты BONHEUR, AMOUR, AVENTURE и SAVOIR-VIVRE, репрезентирующие национальную специфику французского кинодискурса. Перечисленные концепты играют центральную роль в семиотическом пространстве современного французского кинодискурса, несмотря на присутствие различий в структурах взаимодействия концептов в рамках различных жанров

французского кинематографа. Проведенный анализ также позволил констатировать функционирование комплементарной иерархической системы взаимодействия концептов в семиотическом пространстве французского кинодискурса, ядро которой составляют вышеуказанные концепты (BONHEUR, AMOUR, AVENTURE и SAVOIR-VIVRE), своим взаимодействием с концептами TEMPS, HUMOUR, FAMILLE, AMITIÉ, TRAHISON, MYSTÈRE, VIE, TRAGÉDIE обеспечивающие систему жанрообразования французского кинодискурса и целостность (комплементарность) модели функционирования каждого конкретного жанра.

В качестве перспектив исследования нами видится применение выявленных ключевых для каждого из основных жанров французского кинодискурса концептов и построенных иерархических моделей взаимодействия концептов в рамках данной жанровой системы для более подробного анализа прагматического, лингвокультурного, информационного потенциала кинодискурса. Примененный в рамках данной работы смешанный методологический аппарат также может быть использован в рамках комплексного анализа концептосферы иных типов дискурса и текстов на различных языках.

#### Литература

1. Акопова А.С. Обучение английскому языку для профессиональных целей: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: ИП Беспмятников С.В., 2016. – 103 с. EDN: XDWIJJ
2. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. – Антология, 1997. – С. 258-266.
3. Блох М. Я. Концепт и картина мира в философии языка // Пространство и Время. – 2010. – № 1. – С. 37-40.
4. Гришечко Е.Г. Оптимизация обучения иностранным языкам с использованием подкастов: анализ обратной связи и практического применения // Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные вопросы межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков». – Ростов-на-Дону: Академ-Лит, 2023. – Р. 69-72. EDN: DJONAB

5. Залевская А.А. Психолингвистический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – 2001. – С. 36-44.
6. Калининкова Е. Д., Анисимов В.Е. Корреляционный анализ как метод верификации исследования номинативного поля концепта // Когнитивные исследования языка. – 2021. – № 4(47). – С. 334-341.
7. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: научное издание / Воронежский межрегиональный институт общественных наук; Воронежский государственный университет; Московский общественный научный фонд. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С. 75-80.
8. Кинодиалог. Образ-смысл. Перевод. Коллективная монография под общ. ред. проф. В. Е. Горшковой. – В. Е. Горшкова, Е. А. Колодина, Е. В. Кремнёв, И. П. Федотова, Е. О. Фирсова. – Иркутск: МГЛУ ЕАЛИ, 2014. – 367 с.
9. Королева Н.Н. Психосемиотика субъективных реальностей личности: автореф. дисс. ... д-ра психол. наук. – СПб., 2006. – 36 с.
10. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: МГУ, 1996. – 245 с.
11. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка. – М.: Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология, 1997. – С. 280-287.
12. Малюга Е.Н., Попова К.В. Лингвопрагматика речевых стратегий в социальной рекламе // Российский социально-гуманитарный журнал. – 2018. – № 4. – С. 231-241. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2018-4-925>
13. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: Восток-Запад, 2007. – 234 с.
14. Храмченко Д.С. Ирония в английском деловом дискурсе (функционально-синергетический подход). – Университет МГИМО, 2010. – 209 с. EDN: QETCET
15. Цветков В.Я. Комплементарные отношения // Системы анализа и обработки данных. – 2019. – №2 (75). – С. 101-114.

16. Antipova A.S., Rabeson M.D., Smirnova O.V. Semantic shift in conflict terminology in contemporary Russian socio-cultural media discourse // *Training, Language and Culture*. – 2021. – Т. 5. – № 2. – Pp. 73-89. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2021-5-2-73-89>
17. Barré J., Camps J.-B., Poibeau T. Operationalizing Canonicity: A Quantitative Study of French 19th and 20th Century Literature // *Journal of Cultural Analytics*. – 2023. – № 8 (3). – p. 1–29. <https://doi.org/10.22148/001c.88113>.
18. Bilan 2023 / CNC France [Электронный источник]. URL: [https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/3667\\_CNC\\_Bilan-2023\\_global.pdf/97d8cdf9-a520-53d1-eeb1-b00830a76c35?t=1715777282280](https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/3667_CNC_Bilan-2023_global.pdf/97d8cdf9-a520-53d1-eeb1-b00830a76c35?t=1715777282280) (accessed: 10.01.2025)
19. González Itier S. National Film Festivals Circuits in the Latin American Sphere: Discussing Film Canon, Film Culture, and Cinephilia // *NECSUS. European Journal of Media Studies*. – 2023. – № 12 (1). – P. 212-230.
20. Hołobut A., Rapacz M., Stelmach M. Working Titles. Computational Analysis of Film Titling Practices: A Polish Case Study // *Kwartalnik Filmowy*. – 2024. – № 127. – P. 133-162. <https://doi.org/10.36744/kf.3047>.
21. Hřebačková M. Teaching intercultural communicative competence through virtual exchange // *Training, Language and Culture*. – 2019. – Т. 3. – № 4. – Pp. 8-17. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.4.1>
22. Hsu G., Negro G., Perretti F., Hybrids in Hollywood: a study of the production and performance of genre-spanning films // *Industrial and Corporate Change*. – 2012. – № 21 (6). – P. 1427-1450. <https://doi.org/10.1093/icc/dts011>
23. Kiesler D. J. The interpersonal circle: a taxonomy for complementarity in human transactions // *Psycho-logical Review*. – 1983. – № 90. – P. 185-214.
24. Malyuga E., Maksimova D., Ivanova M. Cognitive and discursive features of speech etiquette in corporate communication // *International Journal of English Linguistics*. – 2019. – Т. 9. – №. 3. – С. 310-318. <https://doi.org/10.5539/ijel.v9n3p310>
25. Popova K.V. Persuasion strategy in online social advertising // *Training, Language and Culture*. – 2018. – Т. 2. – № 2. – Pp. 55-65. <https://doi.org/10.29366/2018tlc.2.2.4>

26. Stelmach M. Canonization/Quantification: Film Canon as an Empirical Matter // *Eastern European Screen Studies*. – 2024a. – 16 (1). – 136-148. <https://doi.org/10.1080/2040350X.2024.2430798>
27. Stelmach M. Cinema Counts: Computational Turn and Quantitative Methods in Film Studies // *Kwartalnik Filmowy*. – 2024b. – № 127. – 6–28. <https://doi.org/10.36744/kf.2934>.

#### References

- Akopova, A. S. (2016). *Teaching English for Professional Purposes: A textbook*. IP Bospamyatnov S.V. EDN: XDWIJJ
- Antipova, A. S., Rabeson, M. D., & Smirnova, O. V. (2021). Semantic shift in conflict terminology in contemporary Russian socio-cultural media discourse. *Training, Language and Culture*, 5(2), 73-89. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2021-5-2-73-89>
- Askol'dov, S.A. (1997). Koncept i slovo [Concept and Word]. In *Russkaya slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta* (pp. 258-266). Moscow: Antologiya.
- Bloh, M.Ya. (2010). Koncept i kartina mira v filosofii yazyka [Concept and world picture in the philosophy of language]. *Prostranstvo i Vremya*, 1, 37-40.
- Zalevskaya, A.A. (2001). Psiholingvisticheskiy podhod k probleme koncepta [Psycholinguistic approach to the problem of concept]. In *Metodologicheskie problemy kognitivnoj lingvistiki [Methodological problems of cognitive linguistics]* (pp. 36-44).
- Grishechko, E. G. (2023). Enhancing language learning with podcasts: Evidence from feedback and practice. In *Topical Issues of Intercultural Communication and Foreign Language Teaching Methodology* (pp. 69-72). Akadem-Lit. EDN: DJONAB
- Hřebačková, M. (2019). Teaching intercultural communicative competence through virtual exchange. *Training, Language and Culture*, 3(4), 8-17. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.4.1>
- Kalinnikova, E.D., & Anisimov, V.E. (2021). Korrelyacionnyj analiz kak metod verifikacii issledovaniya nominativnogo polya koncepta [Correlation analysis as a method of verification of the study of the nominative field of the concept]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka [Cognitive Studies of Language]*, 47, 334-341.
- Karasik, V.I., & Slyshkin, G.G. (2001). Lingvokul'turnyj koncept kak edinica issledovaniya [Linguocultural concept as a unit of research].

- In *Metodologicheskie problemy kognitivnoj lingvistiki : nauchnoe izdanie [Methodological problems of cognitive linguistics : scientific edition]* (pp. 75-80). Voronezh: Voronezhskij gosudarstvennyj universitet.
- Khramchenko, D. S. (2010). *Irony in English business discourse (functional-synergetic approach)*. MGIMO University. DN: QETCET
- Kinodialog. *Obraz-smysl. Perevod [Film dialogue. Image-sense. Translation]*. (2014). Collective monograph / Ed. V. E. Gorshkova. Irkutsk: MGLU EALI.
- Koroleva, N.N. (2006). *Psihosemiotika sub'ektivnyh real'nostej lichnosti [Psychosemiotics of subjective realities of personality]*. (Doctoral thesis abstract, A. I. Herzen Russian State Pedagogical University, Saint-Petersburg, Russia).
- Kubryakova, E.S., Dem'yankov, V.Z., Pankrac, Yu.G., & Luzina, L.G. (1996). *Kratkij slovar' kognitivnyh terminov [Concise Dictionary of Cognitive Terms]*. Moscow: MGU.
- Lihachev, D.S. (1997). *Konceptosfera russkogo yazyka [Conceptosphere of the Russian language]*. In *Russkaya slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta. Antologiya [Russian wordsmithing. From the theory of diction to the structure of the text. Anthology]* (pp. 280-287). Moscow.
- Malyuga, E., Maksimova, D., & Ivanova, M. (2019). Cognitive and discursive features of speech etiquette in corporate communication. *International Journal of English Linguistics*, 9(3), 310-318. <https://doi.org/10.5539/ijel.v9n3p310>
- Malyuga, E. N., & Popova, K. V. (2018). Linguo-pragmatics of speech strategies and tactics in social advertising. *Russian Social and Humanitarian Journal*, 4, 231-241. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2018-4-925>
- Popova, K. V. (2018). Persuasion strategy in online social advertising. *Training, Language and Culture*, 2(2), 55-65. <https://doi.org/10.29366/2018tlc.2.2.4>
- Popova, Z.D., & Sternin, I.A. (2007). *Kognitivnaya lingvistika [Cognitive linguistics]*. Moscow: Vostok-Zapad.
- Cvetkov, V.Ya. (2019). *Komplementarnye otnosheniya [Complementary relations]. Sistemy analiza i obrabotki dannyh [Systems of data analysis and processing]*, 2 (75), 101-114.

- Barré, J., Camps, J.-B., & Poibeau, T. (2023). Operationalizing Canonicity: A Quantitative Study of French 19th and 20th Century Literature. *Journal of Cultural Analytics*, 8(3), 1–29. <https://doi.org/10.22148/001c.88113>.
- Bilan 2023 / CNC France [Electronic Source]. URL: [https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/3667\\_CNC\\_Bilan-2023\\_global.pdf/97d8cdf9-a520-53d1-eeb1-b00830a76c35?t=1715777282280](https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/3667_CNC_Bilan-2023_global.pdf/97d8cdf9-a520-53d1-eeb1-b00830a76c35?t=1715777282280) (accessed: 10.01.2025)
- González, Itier S. (2023). National Film Festivals Circuits in the Latin American Sphere: Discussing Film Canon, Film Culture, and Cinephilia. *NECSUS. European Journal of Media Studies*, 12(1), 212-230.
- Hołobut, A., Rapacz, M., & Stelmach, M. (2024). Working Titles. Computational Analysis of Film Titling Practices: A Polish Case Study. *Kwartalnik Filmowy*, 127, 133-162. <https://doi.org/10.36744/kf.3047>.
- Hsu, G., Negro, G., & Perretti, F. (2012). Hybrids in Hollywood: a study of the production and performance of genre-spanning films. *Industrial and Corporate Change*, 21(6), 1427-1450. <https://doi.org/10.1093/icc/dts011>
- Kiesler, D.J. (1983). The interpersonal circle: a taxonomy for complementarity in human transactions. *Psycho-logical Review*, 90, 185-214.
- Stelmach, M. (2024a). Canonization/Quantification: Film Canon as an Empirical Matter. *Eastern European Screen Studies*, 16 (1), 136-148. <https://doi.org/10.1080/2040350X.2024.2430798>
- Stelmach, M. (2024b). Cinema Counts: Computational Turn and Quantitative Methods in Film Studies. *Kwartalnik Filmowy*, 127, 6-28. <https://doi.org/10.36744/kf.2934>.

УДК 811.113.6  
<https://doi.org/10.25076/vpl.58.02>

И. В. Матыцина<sup>2</sup>

Российский университет дружбы народов имени Патриса  
Лумумбы

### СТРУКТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИМЕННОЙ СИНТАКСИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ОФИЦИАЛЬНО- ДЕЛОВОГО СТИЛЯ В РУССКОМ И ШВЕДСКОМ ЯЗЫКАХ

*В статье сопоставляется синтаксическая организация официально-делового стиля русского и шведского языков на материале параллельных текстов международных соглашений. На основе метода сравнительного анализа выявляются структурные сходства и расхождения в оформлении именных конструкций. Несмотря на то, что официально-деловой стиль в обоих языках демонстрирует доминирование субстантивных форм над глагольными, морфологическая структура и лексико-синтаксическое оформление таких конструкций существенно различаются. Для русского языка характерны ряды существительных в форме родительного или других косвенных падежей. В условиях ограниченной падежной системы шведского языка функции падежей реализуются при помощи предлогов, вследствие чего в шведской версии документов цепочкам родительных падежей соответствуют предложно-субстантивные конструкции с простыми неизменяемыми предлогами. Также к числу типичных канцелярских конструкций в русском языке относятся сочетания, включающие вставные девербативы или существительные с широкой семантикой, такие как «сфера», «область», «вопрос», что способствует усилению номинализации в официально-деловом стиле. В ряде случаев русские именные сочетания в шведском языке передаются посредством*

---

<sup>2</sup> © Матыцина И.В. 2025



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

*инфинитивных оборотов или придаточных предложений. В статье предлагается ряд трансформационных моделей, обеспечивающих переход от синтаксических структур русского языка к структурам шведского с учетом норм официально-делового стиля шведского языка. Переизбыток субстантивных форм рассматривается как фактор, не соответствующий установкам на языковую экономию и структурную прозрачность, заложенным в «политику доступного языка», реализуемую в Швеции с последней трети XX века.*

*Ключевые слова: шведский язык, русский язык, официально-деловой стиль, сопоставительный анализ, именная конструкция*

**UDC 811.113.6**

**<https://doi.org/10.25076/vpl.58.02>**

**I.V. Matytsina**

**RUDN University**

#### **STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF NOMINAL SYNTACTIC ORGANIZATION IN THE OFFICIAL-BUSINESS STYLE OF RUSSIAN AND SWEDISH**

*The article compares the syntactic organization of the official-business style in Russian and Swedish based on parallel texts of international agreements. Using the method of comparative analysis, the study identifies structural similarities and differences in the formation of nominal constructions. Although the official-business style in both languages is characterized by the predominance of nominal forms over verbal ones, the morphological structure and lexical-syntactic realization of such constructions differ significantly. Russian is marked by sequences of nouns in the genitive or other oblique cases. Due to the limited case system in Swedish, syntactic relations are primarily expressed through prepositions, which results in Russian genitive chains being rendered in Swedish by prepositional-nominal constructions with simple non-derived prepositions. Typical features of Russian formal language also include constructions with embedded deverbatives or semantically broad nouns such as “sphere”, “domain”, and “issue”, which contribute to the increased nominalization of official-business style. In a number of cases, Russian nominal constructions are translated*

*into Swedish by means of infinitive constructions or subordinate clauses. The article proposes a set of transformational models for shifting from Russian syntactic structures to their Swedish counterparts, taking into account the conventions of the Swedish official-business style. The overuse of nominal forms is viewed as incompatible with the principles of linguistic economy and structural clarity embedded in the "Plain Language Policy" implemented in Sweden since the late 20th century.*

*Keywords: Swedish, Russian, official-business style, comparative analysis, nominal construction*

### **Введение**

Официально-деловой стиль русского и шведского языков демонстрирует ряд общих черт, в том числе – преобладание именной формы выражения, которое проявляется в доминировании субстантивных форм над глагольными. Это объясняется абстрактностью и объективностью изложения, а также необходимостью представить положения документа в отвлечении от конкретного исполнителя, подчеркнуть их важность и весомость. Преобладание субстантивных единиц формирует узнаваемую структуру официально-делового стиля, однако может осложнять его восприятие. Многие именные сочетания, употребляющиеся в документах, принадлежат к числу типичных канцелярских оборотов. Однако, если в русском языке «цепочки» родительных (или других косвенных) падежей являются своего рода визитной карточкой официально-делового стиля, то в шведском языковая политика в отношении таких конструкций носит сдержанный характер. Исследователи предупреждают от злоупотребления субстантивными формами в шведском языке и отмечают, что их переизбыток (т. н. substantivsjuka «субстантивная болезнь») противоречит требованиям «политики доступного языка», реализуемой в Швеции с последней трети XX века.

Цель настоящего исследования состоит в установлении структурных характеристик именной синтаксической организации официально-делового стиля в русском и шведском языках с учетом ее функциональной роли и контекстуальной обусловленности. Задачей настоящего исследования является изучение и систематизация контекстов, в которых в русском и шведском языке употребляются именные компоненты.

### **Методы исследования**

Сопоставление синтаксических структур, характерных для официально-делового стиля русского и шведского языков, осуществлялось методом сплошной выборки из параллельных текстов международных соглашений на шведском и русском языках. В фокусе исследования находятся предложения, содержащие именные сочетания из двух и более компонентов в русском языке, и их соответствия в шведском. В основе анализа лежит систематическое сравнение соответствующих структур двух языков с применением контрастивного анализа и трансформационного метода.

### **Теоретические предпосылки исследования**

Вопросы профессионально-деловой коммуникации занимают многих российских и зарубежных исследователей (Malyuga, McCarthy, 2021; Мalyуга, Пономаренко, Минаева, 2020). Особое внимание в контексте настоящего исследования уделяется структурным характеристикам официально-делового стиля и тенденциям его синтаксической организации. В Швеции этой тематике посвятил значительное число работ шведский лингвист Э. Велландер (Wellander, 1950). Он подчеркивал необходимость синтаксической четкости формулировок в официальных текстах и выступал против чрезмерного использования девербативов в официальных текстах. Признавая допустимость ограниченного употребления отглагольных существительных в целях структурной компактности, он отмечал, что их чрезмерное скопление делает предложение перегруженным и затрудняет восприятие (Wellander, 1966, с. 261). В 1970-е годы Велландер признал, что так называемая «субстантивная болезнь», отмеченная им ещё в 1930-е годы, утратила прежнюю актуальность (Holmer, 2022, с. 37-38). С начала реализации «политики доступного языка» количество девербативов в официальных документах сократилось и на сегодняшний день не превышает четверти от общего числа употребляемых в тексте существительных (Nordman, 1992, Kiiski, 2013). Эти наблюдения были развиты в последующих исследованиях (Thorell, 1987; Wedin, 1993; Ehrenberg-Sundin, 1995; Ehrenberg-Sundin, Sundin, 2015; Bendegard, 2014, 2015), где внимание уделяется вопросам грамматической упорядоченности и системности в текстах нормативных документов. В настоящее время язык официально-

делового общения остается предметом лингвистического изучения, в том числе в связи с необходимостью унификации перевода нормативно-правовых документов в рамках Евросоюза (Ekerot, 2024; Lewis, 2019; Peluso, 2021).

В то же время официально-деловой стиль русского языка характеризуется широким использованием девербатов и рядов существительных в форме родительного и других косвенных падежей. В шведской версии документов им обычно соответствуют предложно-субстантивные сочетания с простыми неизменяемыми предлогами. Сочетания с формой генитива существительного в шведских предложениях являются менее типичными.

#### **Результаты и обсуждение**

Предложения, в которых русскому беспредложному словосочетанию с приименным родительным соответствует также беспредложное сочетание с формой генитива в шведском языке, относятся к ограниченному числу структурных соответствий. Тем не менее, семантический диапазон генитива в подобных конструкциях оказывается достаточно разнообразным. В таких случаях преобладают значения носителя признака (пример 1) и отношения, которое может реализовываться как значение принадлежности (пример 2):

(1) Tillhandahållande av <...> uppgifter om **brottslighetens tillstånd och utveckling** <...> (ÖSI) – *предоставление <...> данных о состоянии и тенденциях преступности <...> ...*

(2) ...från **de båda staternas** berörda myndigheter ... (ÖSI) – *... компетентных органов обоих государств... (СМВД).*

В роли определяющего слова могут выступать как нарицательные, так и собственные имена существительные: причем, если в русском языке главный компонент стоит перед зависимым (состояние и тенденции), в шведском он занимает по отношению к нему постпозицию (tillstånd och utveckling).

В качестве основного структурного соответствия русским беспредложным словосочетаниям с приименным родительным в шведском языке функционируют предложно-субстантивные конструкции. При этом в обоих языках определяющий компонент располагается в постпозиции по отношению к определяемому:

(3) brott **mot tullagstiftningen** liksom mot skattelagstiftningen (AvF) – *нарушения таможенного и налогового законодательства* (БННЗ).

Выбор предлога в каждом конкретном примере определяется семантикой компонентов. Например, при отсылке к конкретной статье или пункту договора встречаются сочетания с *предлогом i*, имеющие значение части целого:

(4) föreskrifterna **i denna artikel** <...> (AvF) – *положения настоящей статьи* <...> (БННЗ).

Также *предлог i* используется в шведском языке в тех случаях, когда родительный в русском языке имеет локативную семантику:

(5) <...> behöriga myndigheter **i båda staterna** (ÖRoS) – <...> *компетентные органы обоих государств* (СГПУ/ФСНП).

При обозначении носителя признака в шведском языке используется *предлог för*:

(6) ... och andra relevanta karaktäristika **för varje fiskefartyg** (ÖF) – *и других соответствующих характеристиках любого рыболовного судна* (СР).

Также *предлог för* может использоваться для передачи определительных отношений:

(7) Överenskommelsen skall tillämpas provisoriskt från **dagen för dess undertecknande** (ÖF) – *Соглашение будет временно применяться с даты его подписания* (СР).

Для обозначения производителя/источника действия в шведском языке может употребляться сочетание с *предлогом från*, соответствующее русскому родительному с семантикой деятеля:

(8) ... samarbeta i fråga om bekämpning av brott <...> vars förebyggande <...> kräver gemensamma åtgärder **från de båda staternas berörda myndigheter** (ÖSI) – *сотрудничать в борьбе с преступлениями, предупреждение которых требует совместных действий компетентных органов обоих государств* (СМВД).

На выбор предлога влияет управление главного слова. Так, в примере 9 существительное ändamålet требует предлога med, а существительное orsaken – предлога till, которые передают значения, выраженные в русском тексте родительным отношения:

(9) Framställningar enligt punkt 1 skall innehålla upplysningar om <...> **ändamålet med och orsaken till framställningen** (AvF) – *Запросы, указанные в пункте 1 настоящей статьи, должны*

включать следующие сведения: <...> **цель и причина запроса** (БННЗ).

Это особенно очевидно в сочетаниях с девербативами с суффиксами (-n)ing –ande/-ende, которые регулярно используются в списках и перечнях, где выступают в безартиклевой форме и служат для обозначения действий или мер, намеченных в договоре. Зависимый компонент таких сочетаний имеет *значение объекта действия* и присоединяется к главному слову при помощи *предлога av*:

(10) Samarbete mellan Parterna enligt Artikel 1 i denna överenskommelse ska ske genom

1. <...>
2. efterforskning **av gärningsmän och misstänkta personer;**
3. utarbetande och genomförande **av samordnad operativ verksamhet;**
4. tillhandahållande **av rättslig information** åt varandra och **uppgifter** om brottslighetens tillstånd och utveckling i sina stater; <...> (ÖSI)

*Сотрудничество Сторон на основании статьи 1 настоящего Соглашения будет осуществляться путем:*

- 1) <...>
- 2) розыска **преступников и подозреваемых лиц;**
- 3) разработки и осуществления **согласованных оперативных мероприятий;**
- 4) предоставления друг другу **правовой информации и данных о состоянии и тенденциях преступности в своих государствах;** <...> (СМВД)

В состав таких сочетаний нередко входят препозитивные определения, выраженные прилагательными или причастиями и уточняющие значение зависимого компонента, который может быть представлен как одушевленными (gärningsmän och misstänkta personer ‘преступников и подозреваемых лиц’), так и неодушевленными (av rättslig information ‘правовой информации и данных’, ‘samordnad operativ verksamhet ‘согласованных оперативных мероприятий’) существительными.

Именной характер официально-делового стиля в русском языке обусловлен также широким употреблением вставных девербативов, отсутствующих в шведском варианте документа. Круг таких

существительных ограничен – они образованы от глаголов с широкой семантикой: ‘обеспечить’, ‘осуществить’, ‘оказать’, ‘выполнить/исполнить’, ‘использовать’, ‘определить’. Большинство из них имеют каузативную или фазисную семантику и означают действия, которые следует совершить в рамках достигнутой договоренности. Кроме того, значение этих существительных включает в себя сему процессуальности и/или результативности.

Существительное ‘**обеспечение**’ используется, когда речь идет о создании условий для выполнения каких-либо действий:

(11) Behöriga myndigheter som har hållit kvar <...> ett fordon <...>, skall vidta lämpliga åtgärder **för att hålla fordonet i säkert förvar** <...> (ÖSFF) – *Компетентные органы Стороны, которые задержали <...> автотранспортное средство, <...> принимают разумные меры для обеспечения сохранности данного автотранспортного средства <...>* (ВППАС)

Значение процессуальности, носителем которого в русском тексте является девербатив ‘обеспечение’, в шведской версии документа частично передается глаголом hålla ‘держат, хранят, сохраняют’ (hålla fordonet i säkert förvar букв. ‘\*держат транспортное средство в надежном хранилище’). Сема результативности, свойственная русскому отглагольному существительному, в шведском варианте не находит выражения.

Девербатив ‘**осуществление**’ используется тогда, когда речь идет о приведении в исполнение намеченных мер или реализации действий/деятельности:

(12) <...> **samordning** av verksamheten i frågor som uppstår under samarbetets gång <...> (ÖroS) – *осуществление координации деятельности по вопросам, возникающим в процессе сотрудничества <...>* (СГПУ/ФСНП)

(13) Informationsutbyte <...> skall ske beträffande: <...> former och metoder **för brottslig verksamhet** <...> (ÖSN) – *Обмен информацией <...> осуществляется относительно: <...> форм и методов осуществления преступной деятельности <...>* (ССБОН).

Отглагольные существительные ‘**выполнение**’ и ‘**исполнение**’ также имеют значение осуществления или реализации какого-либо действия. Они употребляются в сходных контекстах и различаются

стилистической окраской: девербатив ‘выполнение’ относится к нейтральному стилю, а ‘исполнение’ – к канцелярскому:

(14) Den mottagande Parten kan dröja **med svaret på** en förfrågan **om bistånd** <...> (ÖroS) – *Запрашиваемая Сторона может отсрочить **выполнение запроса об оказании содействия*** <...> (СППУ/ФСНП)

(15) **Avslag på begäran** skall genast meddelas den ansökande centrala myndighet <...> <...> (ÖSFF) – *Об отказе **в исполнении запроса** незамедлительно уведомляется запрашивающий Центральный орган* <...> (ВППАС)

В шведском варианте в этих примерах используются предложно-субстантивные сочетания с простыми производными предлогами (зд. av, för, på, om): samordning **av** verksamheten, metoder **för** brottslig verksamhet, svaret **på** en förfrågan **om** bistånd, avslag **på** begäran.

Есть также примеры, в которых русскому обороту с девербативом, выражающему свернутую предикативность, в шведском соответствует субъектно-предикатная структура:

(16) **En ansökan** om återlämnande av ett fordon **skall avslås** i följande fall <...> (ÖSFF) – ***В исполнении запроса о возврате транспортного средства отказывается в следующих случаях*** <...> (ВППАС)

В шведском предложении использована полнопредикативная конструкция, включающая в себя глагольное сказуемое, в состав которого входит модальный глагол долженствования skall и инфинитив avslås в форме пассива на -s (букв. \*запрос должен отклоняться).

Одним из наиболее частотных вставных девербативов является существительное ‘оказание’, которое используется в контекстах, где идет речь о поддержке, содействии, предоставлении помощи самого разного рода:

(17) Denna överenskommelse skall inte beröra frågor **om** utlämning och **rättslig hjälp** i brottmål (ÖSN). – *Настоящее Соглашение не затрагивает вопросов выдачи и **оказания правовой помощи** по уголовным делам* (ССБОН).

(18) <...> gör en framställan **om** bistånd (AvF) – <...> *направляет запрос об **оказании помощи*** (БННЗ)

(19) <...> olika former **av** bistånd (AvF) – <...> *формы **оказания** взаимной помощи* (БННЗ)

В шведском тексте словосочетаниям с девербативом 'оказание' соответствуют субстантивные словосочетания с предлогом om 'о', передающим делиберативные отношения – информацию о предмете запроса, его сути, а также предлогом av, выражающим отношения внутреннего содержания и раскрывающим значение существительного (зд. former 'формы').

В тех контекстах, где идет речь о применении тех или иных средств, нередко употребляется девербатив 'использование':

(20) Biståndsframställning skall överlämnas <...> **genom teknisk textöverföring** (ÖSN) – *Запрос об оказании содействия должен передаваться <...> посредством использования технических средств передачи текста <...>* (ССБОН).

(21) Parterna skall <...> ge varandra ömsesidig hjälp **genom** behöriga kommunikationer (ÖSI). – *Стороны будут <...> оказывать друг другу содействие с использованием соответствующих каналов связи* (СМВД).

В шведском варианте в этих случаях обычно встречается сочетание существительного с предлогом genom 'посредством', имеющее инструментальное значение.

Есть и другие девербативы, которые в русской версии документов служат для передачи свернутых пропозиций и выражают вторичную предикативность. Среди них выделяется отлагательное существительное 'соблюдение', которое обычно сочетается с лексемами 'условия', 'нормы', 'правила' и используется в контекстах, где говорится о необходимости строгого исполнения достигнутых договоренностей (пример 22 (1)):

(22) (1) <...> den anmodade parten kan <...> koppla verkställandet [av biståndsframställningen] **till villkor** som rubriceras som nödvändiga. (2) I det fall den anmodande parten går med på **att bistånd lämnas** på föreslagna villkor skall den anmodande parten iaktta dessa villkor (ÖSN) – (1) <...> *запрашиваемая сторона может связать его [=запроса] исполнение с соблюдением условий* (букв. 'с условиями'), *определенных в качестве необходимых, <...>*. (2) *При согласии запрашивающей Стороны на оказание ей содействия* (букв. 'соглашается, что содействие предоставляется') *на предложенных условиях, она должна соблюдать эти условия* (ССБОН).

Второе предложение в этом примере (пример 22 (2)) представляет собой очень репрезентативный случай, наглядно

отражающий морфологические и синтаксические различия между шведской и русской версиями документов: сугубо именной характер русского официально-делового языка здесь проявляется в употреблении распространенных предложных словосочетаний, в состав которых входят цепочки форм косвенных падежей и вставной девербатив ('при согласии запрашивающей Стороны', 'на оказание ей содействия'). Структуры с наличием «тяжелого члена» в левой части высказывания очень характерны для книжно-письменных стилей в русском языке. В шведском варианте документа в обоих случаях употребляются придаточные предложения: условное с союзом *i det fall* и изъяснительное с союзом *att*. При этом в шведском тексте эксплицируются субъектно-предикатные отношения, которые в русском представлены в «свернутом» виде.

Рассмотренные модели встречаются в списках и перечнях. При этом в русском варианте договора используется назывное предложение со вставным девербативом широкой семантики (зд 'осуществление' и 'оказание'), отсутствующим в шведской версии документа:

(23) Parternas samarbete <...> skall ske i följande former: <...> g) **materiellt, tekniskt och konsultativt stöd**, samt medverka vid genomförande av expertundersökningar (ÖSN). – *Сотрудничество Сторон <...> осуществляется в следующих формах: <...> оказание материально-технической и консультативной помощи, а также содействие в проведении экспертиз; <...> j) samordning av verksamheten i frågor som uppstår i samarbetet <...> – осуществление координации деятельности по вопросам, возникающим в процессе сотрудничества, <...> (ССБОН)*

Реализации именного характера русского официально-делового языка также способствует включение в структуру русской фразы широкозначных существительных 'вопрос' (часто в форме множественного числа), 'область', 'сфера'. Возможно, отчасти они выступают в функции артикля, отсутствующего в русском языке, и уточняют значение отвлеченных существительных:

(24) <...> som beaktar de svårigheter som ägarna ställs inför **vid återställande** av fordon <...> (ÖSFF) – <...> *учитывая трудности, с которыми сталкиваются собственники в вопросах возврата автотранспортных средств <...> (ВППАС)*

(25) <...> **samverkan vid vidtagande** av åtgärder, som syftar till att förebygga (ÖroS) – <...> **взаимодействие по вопросам проведения мероприятий, направленных на предупреждение** <...> (СГПУ/ФСНП)

В шведском тексте представлены сочетания предлога *vid* с девербативами с суффиксом *-ande*, имеющие условно-темпоральное значение – букв. ‘при проведении’, ‘при возврате’. Использование существительного ‘**вопросы**’ в форме множественного числа как бы дробит целое понятие, выраженное девербативом, на составные части, каждая из которых становится отдельным моментом во взаимодействии договаривающихся Сторон.

В русском тексте документа часто употребляются вставные существительные ‘**сфера**’ и ‘**область**’, которые выступают с ограничительной функцией, локализуя и уточняя действие, обозначенное при помощи существительного с отвлеченной семантикой:

(26) *ömsesidigt bistånd* **vid** *bekämpning* av vissa fiskala brott (AvF) – **взаимная помощь в области** борьбы с нарушениями налогового законодательства (БННЗ)

В шведском варианте в этом контексте используются сочетания с предлогом *vid* с условно-темпоральным значением (зд. ‘в случае, при’). В русском также есть конструкции с предлогом ‘при’, которые имеют официально-деловую окраску (‘при наступлении, при использовании, при соблюдении’) и означают время, обстановку или обстоятельства осуществления действия (Ожегов), однако в данном случае эта конструкция не подходит (\*при борьбе), поэтому за счет включения в предложение частично десемантизированного сочетания ‘в области’ несогласованное определение **в области** борьбы с нарушениями налогового законодательства приобретает ослабленную локативную семантику.

Как видно из примеров, частота употребления беспредложных именных сочетаний в шведском языке официально-делового общения значительно меньше, чем в соответствующих текстах на русском. Поэтому для соблюдения требований «политики доступного языка», если контекст позволяет, при переводе с русского языка на шведский цепочки существительных в форме

родительного падежа следует трансформировать. Сходные проблемы возникают при переводе документации с финского на шведский язык, поэтому Совет по шведскому языку издал руководство по написанию и переводу законов в Финляндии (Svenskt lagspråk, 2017, с. 73-74), где был предложен список трансформаций, которые рекомендуется использовать при переводе документации с финского на шведский язык. Ниже приводится этот список, переработанный нами в соответствии с особенностями перевода с русского на шведский язык<sup>3</sup>:

1) когда отглагольное существительное в родительном падеже (с предлогом или без) выступает в функции несогласованного определения, раскрывающего и уточняющего значение главного слова, в шведском языке ему может соответствовать инфинитив:

*Рабочая группа изучила возможность открытия поликлиники – Arbetsgruppen har undersökt möjligheten att öppna en hälsovårdscentral* (букв. 'возможность открыть поликлинику');

*Предложение о предотвращении рецидивов преступлений – Ett förslag/Förslaget om att förebygga återfallsbrottslighet* (букв. 'предложение предотвратить');

2) когда отглагольное существительное с предлогом выступает в качестве несогласованного определения с семантикой цели, в шведском языке ему может соответствовать целевой оборот *för att ... + infinitiv*:

*Меры по улучшению законодательства – Åtgärder för att förbättra lagstiftningen* (букв. 'улучшить законодательство');

3) когда сказуемое предложения выражено глаголом, имеющим валентность на прямую речь, а субъект действия, выраженного глаголом-сказуемым, не совпадает с субъектом, которому приписывается действие, выраженное девербативом, в шведском языке может быть употреблено изъяснительное придаточное с союзом *att*:

*Правительство внесло предложение о создании новой должности – Regeringen föreslår att en ny tjänst ska inrättas/ ... att det ska inrättas en ny tjänst* (букв. 'что новая должность должна быть создана/следует создать новую должность');

---

<sup>3</sup> Переводы примеров выполнены автором работы (И.М.) и отредактированы носителями языка.

4) когда именное сочетание имеет темпоральную семантику, его можно передавать на шведском языке при помощи временных придаточных с союзом *när*:

*При рассмотрении дела следует учитывать...* – *När ärendet behandlas ska ... iakttas ...* ('когда дело рассматривается...');

5) в конструкциях с отглагольными существительными с широкой семантикой, такими как 'осуществление', 'оказание', 'исполнение', 'установление' и под. перевод на шведский нередко предполагает опущение этого существительного:

*Обсуждалось установление авиационного сообщения между Лапландией и Мурманском.* – *En flygförbindelse mellan Lappland och Murmansk har diskuterats* (букв. 'авиасообщение между Л. и М...');

6) когда именное сочетание указывает на причину того, о чем говорится в предложении, его можно передавать на шведском языке при помощи конструкций, выражающих причинно-следственные отношения, например, *i och med att* 'поскольку':

*Вследствие введения новой должности, рабочая нагрузка снизится* – *I och med att en ny tjänst inrättas blir arbetssituationen lättare* (букв. 'поскольку вводится новая должность...');

7) когда в именном сочетании содержится указание на условие того, о чем говорится в предложении, его можно передавать на шведском языке при помощи условного придаточного с союзом *om*:

*Сокращение должности может привести к невыполнению поставленных задач.* – *Om tjänsten dras in finns det en risk för att målen inte uppnås* (букв. 'если должность ликвидируется...');

8) Когда в именном сочетании на русском языке использованы девербативы 'продолжение', 'сокращение', 'увеличение' и их синонимы, при переводе на шведский они могут быть переданы причастным оборотом:

*О продолжении эксплуатации шахты в Талвиваара в Соткамо* – *Om fortsatt gruvdrift i Talvivaara i Sotkamo* (букв. 'о продолжающейся эксплуатации шахты...').

При обратном переводе – со шведского на русский язык – шведские отглагольные существительные, как правило, передаются также отглагольными существительными. Это особенно часто происходит в заголовках и перечнях. В этом случае девербатив обычно выполняет функцию подлежащего:

Organisera arbetet så att medbestämmandet ökar (DN) – букв. организовать работу так, чтобы совместное участие [в принятии решений] возросло.

Arbetskraftsinvandringens misslyckande (DN) – Провал [политики] ввоза рабочей силы (заголовок).

Также нередки случаи использования шведских отглагольных существительных в роли объекта:

Villkor för deltagande i internationella mässor måste uppfyllas av alla deltagare (DN). – *Условия участия в международных ярмарках должны выполняться всеми участниками.*

Как видно из примеров, в большинстве случаев перевод со шведского на русский язык сопровождается номинализацией, то есть превращением глагольных форм и придаточных предложений в отглагольные имена существительные. Этот прием состоит в «опредмечивании действий и процессов, т.е. выражении их посредством отглагольных существительных, а не глагольных форм» (Бреус, 2000, цит. по Балыгина, Круковская, 2018). Часто это связано с необходимостью сохранить коммуникативную структуру высказывания, которая в шведском языке в значительной степени передается при помощи определенных/неопределенных артиклей. Так, в рассмотренных выше примерах (№4) русские предложно-субстантивные словосочетания с девербативами выступают в качестве темы предложения и называют известный компонент ситуации; в шведском тексте это значение передается при помощи определенной формы существительного. Напротив, в примере №3 предложное сочетание с отглагольным существительным содержит новую информацию и занимает в высказывании позицию ремы. В соответствующем шведском варианте используется сочетание с неопределенным артиклем (en ny tjänst). Еще более очевидно это проявляется в примере №5, где, благодаря использованию вставного отглагольного существительного с семантикой начинательности (установление), сочетание прилагательного и существительного ('авиационное сообщение', соотв. шведскому субстантивному композиту в неопределенной форме en flygförbindelse), оказалось отодвинуто в правую, рематическую часть высказывания. Это позволило сохранить актуальное членение шведской фразы, при котором новой информацией является сам факт авиаперевозок между Лапландией и Мурманском, а не только

их направление. В шведском варианте фразы АЧП подчеркивается нехарактерным для шведского языка употреблением в позиции темы грамматического субъекта, имеющего показатель неопределенности (неопределенный артикль).

Тот факт, что девербативы объединяют в своем значении «категориальные признаки процессуальности, темпоральности, свойственные глаголу, и признак предметности», позволяет повысить «референтную самостоятельность обозначаемого действия <...>, представляя его как некую стабильную сущность, имеющую границы» (там же). Это находит отражение в таких примерах, как №7 и №8 где отглагольные существительные ‘сокращение’ и ‘продолжение’ занимают в высказывании инициальную позицию и выполняют функцию подлежащего и дополнения; в этих примерах имеет место свернутая пропозиция, которая является носителем дополнительной свернутой предикативности.

### **Выводы**

Вставные лексемы, среди которых выделяются девербативы с отвлеченным значением и слова с широкой семантикой типа ‘область’, ‘сфера’ и ‘вопрос’, являются одной из самых характерных черт официально-делового стиля русского языка. На первый взгляд, включение в состав русских оборотов абстрактных существительных (с предлогом или без него) служит уточнению отношений между компонентами словосочетания. Однако в действительности эти слова, изначально имеющие широкую семантику, в составе конструкций рассматриваемого типа, как правило, дополнительно подвергаются полной или частичной десемантизации (Давыдова, 1987, с. 164), в результате чего сами такие обороты превращаются в канцелярские клише. Определенные лексико-грамматические конструкции начинают ассоциироваться с официально-деловым стилем и тиражируются, переключиваясь из текста в текст как маркеры функционального стиля, показатели объективности и важности содержания (Матыцина, 2021). В соответствующих шведских предложениях эти элементы опускаются, что необходимо иметь в виду при составлении документов на шведском языке или при переводе официально-деловых текстов с русского на шведский язык.

Именной характер официально-делового стиля русского языка также обусловлен наличием большого количества беспредложных сочетаний с приименным родительным, которые являются универсальным средством передачи различных значений. Несмотря на то, что такая модель есть и в шведском языке, на практике русским конструкциям с приименным родительным падежом с семантикой субъекта, объекта, отношения, времени и пространства в шведском чаще соответствуют предложно-субстантивные словосочетания. Это объясняется отсутствием в шведском языке развитой падежной системы: функцию передачи грамматических значений в нем выполняют предлоги. Также в качестве соответствия русским цепочкам существительных в шведском широко используются инфинитивные обороты и субъектно-предикатные структуры. Примечательно, однако, что характер шведского официально-делового языка определяется не только типологическими, но и прагматическими факторами.

#### Литература

1. Балыгина Е.А., Круковская О.А. Номинализация как средство повышения коммуникативного статуса обстоятельства в англо-русском переводе // Язык и текст. – 2018. – Т. 5. – № 1. – С. 3 – 10.
2. Давыдова Г.Б. Функциональный анализ конструкций с широкозначными словами в современном английском языке // Вопросы системной организации речи. – М.: МГУ. – 1987. – С.154-171.
3. Малога Е.Н., Пономаренко Е.В., Минаева А.А. Стилистические приемы как способ формирования дискурсивных свойств малоформатных рекламных текстов (на материале англоязычных экономико-политических медиаресурсов) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2020. – Т. 26. – № 4. – С. 82-87. <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-4-82-87>
4. Матыцина И.В. Использование канцеляризмов и штампов в официально-деловых текстах в русском и шведском языках // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2021. – № (5) 847. – С. 104-1171.

5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – URL: [https://lib.ru/DIC/OZHEGOW/ozhegow\\_a\\_d.txt](https://lib.ru/DIC/OZHEGOW/ozhegow_a_d.txt) (дата обращения 02.06.2025).
6. Bendegard S. Begriplig EU-svenska? Klarspråksarbetets förutsättningar inom den interinstitutionella översättningsprocessen, Doktorsavhandling, Uppsala universitet. – Uppsala: Uppsala universitet, 2014.
7. Bendegard S. Klarspråksarbetets villkor i samband med EU:s rättsaktsöversättning. // Sakprosa. – Vol. 7. – Nr. 2. – Art. 3. – 2015. <https://doi.org/10.5617/sakprosa.981>
8. Ehrenberg-Sundin B., Wedin, Å. Visst går det att förändra myndighetsspråket: en rapport från språkvårdsprojektet // Ds 0284-6012. – Stockholm : Allmänna förl. 1993.
9. Ehrenberg-Sundin B. En språkexperts vardag 3/1995. – URL: <https://www.sprakbruk.fi/-/en-sprakexperts-vardag> (дата обращения 08.06.2025).
10. Ehrenberg-Sundin B., Sundin M. Krångelspråk blir klarspråk. – Sthlm: Norstedts, 2015.
11. Ekerot L.-J. Lagspråk och skriftlighet: Det formella skriftspråkets konstruktionssyntax som grund för lagspråksförenkling och EU-översättning // Lundastudier i nordisk språkvetenskap. – Serie A, Vol. 86. – Språk- och litteraturcentrum, Lunds universitet, 2024.
12. Holmer L. Neutrala substantiv på -ande i text och ordbok. – Göteborgs universitet: BrandFactory, 2022. – URL: <https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/72009/Inlag-Holmer-2022.pdf?sequence=2> (дата обращения 19.04.2025).
13. Kiiski S. K. Svenskt juridiskt språk. – Östra Finlands universitet, 2013. – URL: <https://docplayer.se/7222805-Svenskt-juridiskt-sprak-en-studie-av-ordfrekvenser-i-direktivet-om-fri-rorlighet-for-personer-inom-eu-med-kvalitativa-iakttagelser.html> (Дата обращения 24.04.2025).
14. Lewis R.D. The cultural imperative: global trends in the 21st century // Training, Language and Culture. – 2019. – Т. 3. – № 3. – Pp. 8-20. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.3.1>
15. Malyuga, E.N., McCarthy, M. “No” and “net” as response tokens in English and Russian business discourse: In search of a functional equivalence // Russian Journal of Linguistics. – 2021. – Т. 25. – №.

2. – С. 391-416. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-2-391-416>
16. Nordman M. Svenskt fackspråk. Lund: Studentlitteratur, 1992.
17. Peluso M. The functional approach, semiotics and professional discourse // Training, Language and Culture. – 2021. – Т. 5. – № 2. – Pp. 62-72. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2021-5-2-62-72>
18. Svenskt lagspråk i Finland. Utarbetat av statsrådets svenska språknämnd. – Helsingfors: Statsrådets kansli, 2017. – URL: <https://vnk.fi/documents/10616/3457865/Svenskt+lagspråk%25C3%25A5k+i+Finland+2017> (Дата обращения 09.05.2025).
19. Thorell O. Svensk grammatik, 2. uppl. – Stockholm: Esselte Studium, 1987.
20. Wellander E. Hur bör våra myndigheters språk utvecklas – tidsenligt eller stilenligt? // Svensk Juristtidning. – Årg. 51. – 1966. – № 4. – S. 241-295.
21. Wellander E. Kommitte'svenska – en undersökning och ett försök till riktlinjer. Bilaga till trycksakskommitte's betänkande (SOU 1950:26). – Stockholm: Idun. – URL: [https://weburn.kb.se/metadata/193/SOU\\_8214193.htm](https://weburn.kb.se/metadata/193/SOU_8214193.htm) (Дата обращения 20.05.25).

#### Источники

1. (СР) Соглашение между Правительством Королевства Швеции и Правительством Российской Федерации в области рыболовства. – 1992. – URL: [http://ips.pravo.gov.ru/?docbody=&link\\_id=16&nd=102020061&intelsearch](http://ips.pravo.gov.ru/?docbody=&link_id=16&nd=102020061&intelsearch) (дата обращения 05.06.2025)
2. (ÖF) Överenskommelse mellan Konungariket. Sveriges regering och Ryska. Federationens regering på fiskets område. – 1992. – URL: <https://www.regeringen.se/contentassets/d6a1b19782a24c5e8bc762843f3412fb/so-199369-overenskommelse-med-ryska-federationen-roa-fiskets-omrade> (дата обращения 24.04.2025)
3. (БННЗ) Соглашение между Правительством Королевства Швеция и Правительством Российской Федерации о взаимной помощи в области борьбы с нарушениями налогового законодательства. – 1997. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/901722918/titles/7DM0K9> (дата обращения 24.04.2025)

4. (AvF) – Avtal mellan konungariket Sveriges regering och Ryska federationens regering om ömsesidigt bistånd vid bekämpning av vissa fiskala brott. – 1997. – URL: <https://www.regeringen.se/contentassets/67970960b59640e0a7801b bbbfc55c6f/avtal-med-ryska-federationen-om-omsesidigt-bistand-vid-bekampning-av-vissa-fiskala-brott/>\_\_\_\_(дата обращения 24.04.2025)
5. (ÖSFF) Överenskommelse mellan Konungariket Sveriges regering och Ryska Federationens regering om att återlämna stulna och förskingrade fordon. – 1999.
6. (ВППАС) Соглашение между Правительством Королевства Швеция и Правительством Российской Федерации о возврате похищенных или присвоенных автотранспортных средств. – 1999. – URL: [https://www.mid.ru/ru/foreign\\_policy/international\\_contracts/international\\_contracts/2\\_contract/44935/](https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/international_contracts/international_contracts/2_contract/44935/) (дата обращения 24.04.2025)
7. (ÖSI) Överenskommelse om samarbete mellan Sveriges Rikspolisstyrelse och Ryska Federationens Inrikesministerium. – 1996.
8. (СМВД) Соглашение о сотрудничестве между Главным полицейским управлением Швеции и Министерством внутренних дел Российской Федерации. – 1996. – URL: <https://base.garant.ru/1300081/> (дата обращения 24.04.2025)
9. (ÖSN) Överenskommelse mellan Rysslands Federala myndighet för narkotikakontroll och Sveriges Rikspolisstyrelse om samarbete i kampen mot illegal hantering av narkotika, psykotropa ämnen och narkotikaprekursorer. – 2005.
10. (ССБОН) Соглашение между Федеральной службой Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков и Главным полицейским управлением Швеции о сотрудничестве в борьбе с незаконным оборотом наркотических средств, психотропным веществ и их прекурсоров. – 2005.
11. (СГПУ/ФСНП) Соглашение о сотрудничестве между Главным полицейским управлением Швеции и Федеральной службой налоговой полиции Российской Федерации. – 1997. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/9051995> (дата обращения 24.04.2025)

- 12.(ÖroS) Överenskommelse om samarbete mellan Sveriges Rikspolisstyrelse o Ryska Federationens Skattepolis. 1997.

#### References

- Balygina, E.A., & Krukovskaya, O.A. (2018). Nominalizaciya kak sredstvo povysheniya kommunikativnogo statusa obsoyatel'stva v anglo-russkom perevode [Nominalization as a means of enhancing the communicative status of a circumstance in English-Russian translation]. *Language and text*, 5 (1), 3–10. (in Russian).
- Bendegard, S. (2014). *Begriplig EU-svenska? Klarspråksarbetets förutsättningar inom den interinstitutionella översättningsprocessen. [Comprehensible EU-Swedish? The prerequisites for plain language work within the interinstitutional translation process].* (Doktorsavhandling, Uppsala: Uppsala universitet) [Doctoral dissertation, Uppsala: Uppsala University].
- Bendegard, S. (2015). Klarspråksarbetets villkor i samband med EU:s rättsöversättning [The terms of plain language work in connection with the translation of EU legislation]. *Sakprosa*, 7 (2) Art. 3, 1-13. <https://doi.org/10.5617/sakprosa.981>
- Davydova, G.B. (1987). Funkcional'nyj analiz konstrukcij s shirokoznachnymi slovami v sovremennom anglijskom yazyke [Functional analysis of constructions with broad-meaning words in modern English]. In *Voprosy sistemnoj organizacii rechi [Questions of systemic organization of speech]* (pp. 154-171). Moscow: Moscow State University. (in Russian)
- Ehrenberg-Sundin, B., & Wedin, Å. (1993). *Visst går det att förändra myndighetspråket: en rapport från språkvårdsprojektet [It is certainly possible to change the official language: a report from the language preservation project].* Ds 0284-6012. Stockholm: Allmänna förl.
- Ehrenberg-Sundin, B. (1995). *En språkexperts vardag [The everyday life of a language expert].* Språkbruk. Retrieved from: <https://www.sprakbruk.fi/-/en-sprakexperts-vardag> (Accessed 21.05.2025).
- Ehrenberg-Sundin, B., & Sundin, M. (2015). *Krångelspråk blir klarspråk [Difficult language becomes clear language].* Sthlm: Norstedts.

- Ekerot, L.-J. (2024). Lagspråk och skriftlighet: Det formella skriftspråkets konstruktionssyntax som grund för lagspråkförenkling och EU-översättning [Legal language and writing: The constructional syntax of formal written language as a basis for legal language simplification and EU translation]. *Lundastudier i nordisk språkvetenskap [Lund Studies in Nordic Linguistics]*, Serie A, Vol. 86. Språk- och litteraturcentrum, Lunds universitet [Language and Literature Centre, Lund University].
- Holmer, L. (2022). *Neutrala substantiv på -ande i text och ordbok [Neutral nouns in -ande in text and dictionary]*. Göteborgs universitet: BrandFactory [University of Gothenburg: BrandFactory]. Retrieved from: <https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/72009/Inlaga-Holmer-2022.pdf?sequence=2> (Accessed 19.04.2025).
- Kiiski, S. K. (2013). *Svenskt juridiskt språk [Swedish legal language]*. Östra Finlands universitet [University of Eastern Finland]. Retrieved from: <https://docplayer.se/7222805-Svenskt-juridiskt-sprak-en-studie-av-ordfrekvenser-i-direktivet-om-fri-rorlighet-for-personer-inom-eu-med-kvalitativa-iakttagelser.html> (Accessed 24.04.2025).
- Lewis, R. D. (2019). The cultural imperative: Global trends in the 21st century. *Training, Language and Culture*, 3(3), 8-20. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.3.1>
- Malyuga, E. N., & McCarthy, M. (2021). “No” and “net” as response tokens in English and Russian business discourse: In search of a functional equivalence. *Russian Journal of Linguistics*, 25(2), 391-416. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-2-391-416>
- Malyuga, E. N., Popomarenko, E. V., & Minaeva, A. A. (2020). Stylistic devices as means of forming discursive features of advertising minitexts (exemplified by English economic and political media sources). *Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Philology*, 26(4), 82-87. <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-4-82-87>
- Matytsina, I.V. (2021). Ispol'zovanie kancelyarizmov i shtampov v oficial'no-delovyh tekstah v russkom i shvedskom yazykah [Use of Official Jargon and Cliche in a Formal Business Context in Russian and Swedish]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki [Bulletin of*

- Moscow State Linguistic University. Humanities*], (5) 847, 104-1171. Moscow: Izd-vo MGLU [Publishing house of Moscow State Linguistic University]. (in Russian).
- Nordman, M. (1992). *Svenskt fackspråk [Swedish technical language]*. Lund: Studentlitteratur [Student literature].
- Ozhegov, S. I., & Shvedova, N. Yu. (1992). *Tolkovyj slovar' russkogo yazyka [Explanatory Dictionary of the Russian Language]*. Retrieved from: [https://lib.ru/DIC/OZHEGOW/ozhegow\\_a\\_d.txt](https://lib.ru/DIC/OZHEGOW/ozhegow_a_d.txt) (Accessed 02.06.2025).
- Peluso, M. (2021). The functional approach, semiotics and professional discourse. *Training, Language and Culture*, 5(2), 62-72. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2021-5-2-62-72>
- Svenskt lagspråk i Finland [Swedish legal language in Finland]*. Utarbetat av statsrådets svenska språknämnd. Helsingfors: Statsrådets kansli [Prepared by the Government's Swedish Language Committee. Helsinki: Prime Minister's Office], 2017. Retrieved from: <https://vnk.fi/documents/10616/3457865/Svenskt+lagspråk%20i+Finland+2017> (Accessed 09.05.2025).
- Thorell, O. (1987). *Svensk grammatik [Swedish grammar]*. Stockholm: Esselte Studium.
- Wellander, E. (1966). Hur bör våra myndigheters språk utvecklas – tidsenligt eller stilenligt? [How should the language of our authorities develop - in line with the times or in line with style?]. *Svensk Juristtidning*, 4, 241-295.
- Wellander, E. (1950). *Kommittésvenska – en undersökning och ett försök till riktlinjer [Committee Swedish – a survey and an attempt at guidelines]*. Bilaga till trycksakskommitténs betänkande [Appendix to the printing committee's report] (SOU 1950:26). Stockholm: Idun. Retrieved from: [https://weburn.kb.se/metadata/193/SOU\\_8214193.htm](https://weburn.kb.se/metadata/193/SOU_8214193.htm) (Accessed 20.05.25).

#### Sources

- (ÖF) Överenskommelse mellan Konungariket. Sveriges regering och Ryska. Federationens regering på fiskets område [Agreement between the Government of the Kingdom of Sweden and the Government of the Russian Federation in the field of fisheries]

- (1992). Retrieved from: <https://www.regeringen.se/contentassets/d6a1b19782a24c5e8bc762843f3412fb/so-199369-overenskommelse-med-ryska-federationen-poa-fiskets-omrade> (Accessed 24.04.2025).
- (SR) Soglashenie mezhdru Pravitel'stvom Korolevstva SHvecii i Pravitel'stvom Rossijskoj Federacii v oblasti rybolovstva [Agreement between the Government of the Kingdom of Sweden and the Government of the Russian Federation in the field of fisheries] (1992). Retrieved from: [http://ips.pravo.gov.ru/?docbody=&link\\_id=16&nd=102020061&intelsearch](http://ips.pravo.gov.ru/?docbody=&link_id=16&nd=102020061&intelsearch) (in Russian). (Accessed 05.06.2025).
- (AvF) Avtal mellan konungariket Sveriges regering och Ryska federationens regering om ömsesidigt bistånd vid bekämpning av vissa fiskala brott [Agreement between the Government of the Kingdom of Sweden and the Government of the Russian Federation on mutual assistance in combating violations of tax legislation] (1997). Retrieved from: <https://www.regeringen.se/contentassets/67970960b59640e0a7801bbbf55c6f/avtal-med-ryska-federationen-om-omsesidigt-bistand-vid-bekampning-av-vissa-fiskala-brott/4>. (Accessed 24.04.2025).
- (BNNZ) Soglashenie mezhdru Pravitel'stvom Korolevstva SHveciya i Pravitel'stvom Rossijskoj Federacii o vzaimnoj pomoshchi v oblasti bor'by s narusheniyami nalogovogo zakonodatel'stva [Agreement between the Government of the Kingdom of Sweden and the Government of the Russian Federation on mutual assistance in combating violations of tax legislation] (1997). Retrieved from <https://docs.cntd.ru/document/901722918/titles/7DM0K9> (in Russian). (Accessed 24.04.2025).
- (ÖSFF) Överenskommelse mellan Konungariket Sveriges regering och Ryska Federationens regering om att återlämna stulna och förskingrade fordon [Agreement between the Government of the Kingdom of Sweden and the Government of the Russian Federation on the return of stolen or appropriated motor vehicles] (1999).
- (VPPAS) Soglashenie mezhdru Pravitel'stvom Korolevstva SHveciya i Pravitel'stvom Rossijskoj Federacii o vozvrate pohishchennyh ili prisvoennyh avtotransportnyh sredstv [Agreement between the Government of the Kingdom of Sweden and the Government of the

- Russian Federation on the return of stolen or appropriated motor vehicles] (1999). Retrieved from: [https://www.mid.ru/ru/foreign\\_policy/international\\_contracts/international\\_contracts/2\\_contract/44935](https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/international_contracts/international_contracts/2_contract/44935) (in Russian). (Accessed 24.04.2025).
- (ÖSI) Överenskommelse om samarbete mellan Sveriges Rikspolisstyrelse och Ryska Federationens Inrikesministerium [Cooperation Agreement between the Swedish Police Headquarters and the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation] (1996).
- (SMVD) Soglashenie o sotrudnichestve mezhdru Glavnym policejskim upravleniem SHvecii i Ministerstvom vnutrennih del Rossijskoj Federacii [Cooperation Agreement between the Swedish Police Headquarters and the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation] (1996). Retrieved from: <https://base.garant.ru/1300081> (Accessed 24.04.2025).
- (ÖSN) Överenskommelse mellan Rysslands Federala myndighet för narkotikakontroll och Sveriges Rikspolisstyrelse om samarbete i kampen mot illegal hantering av narkotika, psykotropa ämnen och narkotikaprekursorer [Agreement between the Federal Drug Control Service of the Russian Federation and the Swedish Police Headquarters on cooperation in combating illicit trafficking in narcotic drugs, psychotropic substances and their precursors] (2005).
- (SSBON) Soglashenie mezhdru Federal'noj sluzhboj Rossijskoj Federacii po kontrolyu za oborotom narkotikov i Glavnym policejskim upravleniem SHvecii o sotrudnichestve v bor'be s nezakonnym oborotom narkoticheskikh sredstv, psihotropnym veshchestv i ih prekursorov [Agreement between the Federal Drug Control Service of the Russian Federation and the Swedish Police Headquarters on cooperation in combating illicit trafficking in narcotic drugs, psychotropic substances and their precursors] (2005). (in Russian).
- (ÖroS) Överenskommelse om samarbete mellan Sveriges Rikspolisstyrelse o Ryska Federationens Skattepolis [Cooperation Agreement between the Swedish Police Headquarters and the Federal Tax Police Service of the Russian Federation] (1997).
- (SGPU/FSNP) Soglashenie o sotrudnichestve mezhdru Glavnym policejskim upravleniem SHvecii i Federal'noj sluzhboj nalogovoj

policii Rossijskoj Federacii [Cooperation Agreement between the Swedish Police Headquarters and the Federal Tax Police Service of the Russian Federation] (1997). Retrieved from: <https://docs.cntd.ru/document/9051995> (in Russian). (Accessed 24.04.2025).

УДК 811.11-112

<https://doi.org/10.25076/vpl.58.03>

И. С. Лебедева

Московский государственный институт международных отношений (Университет),

Т. И. Грибанова<sup>4</sup>

Московский государственный лингвистический университет

#### ПЕРСУАЗИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕЛИГИОЗНЫХ ТЕКСТОВ (ОТ БИБЛИИ ДО ЦИФРОВЫХ ПРОПОВЕДЕЙ)

*В настоящем исследовании рассматриваются особенности религиозных текстов (начиная с раннего периода до настоящего времени), определяющие их персуазивный характер. Цель статьи – описать стратегии убеждения, используемые в религиозных текстах, классифицировать их в соответствии с основными принципами аргументации и описать языковые средства, используемые для их реализации. Персуазивное воздействие рассматривается в статье как социальное взаимодействие, в рамках которого адресант влияет на адресата с целью изменить его отношение к предмету коммуникации, не ограничивая его свободу выбора. Убедительная аргументация основана на трех основных риторических принципах: логосе, этосе и пафосе. Авторы акцентируют важность этосного и пафосного компонентов для убедительности религиозных текстов, т. к. рациональная аргументация может происходить только в*

---

<sup>4</sup> © Лебедева И.С., Грибанова Т.И. 2025



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

*атмосфере эмоциональной вовлеченности. Исследование проведено в рамках лингвопрагматического подхода. Корпус для анализа включает в себя коллекцию религиозных текстов, общий объем которых составляет более 40000 слов. Рассматриваются 2315 случаев использования персуазивных стратегий. Проведенный анализ позволяет описать механизм убеждения, применяемый в религиозных текстах, а также проследить эволюцию персуазивных средств. Отмечается, что в рамках рассматриваемого периода религиозный дискурс развивался вместе с культурными представлениями о роли личности и ее благополучии. В отличие от ранних религиозных текстов и средневековых проповедей, которые продвигали идеи божественной власти и богобоязненности, современный цифровой религиозный дискурс ориентирован на аудиторию и акцентирует ее возможности. Этот сдвиг отражает более широкие культурные тенденции, среди которых эгоцентризм и возросшее самосознание имеют первостепенное значение. Также отмечается мультимодальный характер современного религиозного дискурса.*

*Ключевые слова: религиозный дискурс, проповедь, персуазивность, логос, этос, пафос, диахрония*

**UDC 811.11-112**

**<https://doi.org/10.25076/vpl.58.03>**

**I. S. Lebedeva**

**MGIMO University,**

**T. I. Gribanova**

**MSLU**

### **PERSUASIVE FEATURES OF RELIGIOUS TEXTS (FROM THE HOLY BIBLE TO DIGITAL SERMONS)**

*The present research conducted within the framework of lingua pragmatics studies persuasive features of religious texts from the Holy Bible to digital sermons of nowadays. The aim of the paper is to identify strategies of persuasion used in religious texts in the indicated historical periods, classify them in accordance with basic principles of argumentation and describe linguistic means used to realize them. The*

*corpus for the analysis comprises a collection of religious texts belonging to different historical periods. The volume of the corpus subjected to analysis exceeds 40 000 words, the total number of persuasive strategies retrieved from the corpus subjected to analysis is 2315. Persuasion is viewed in the article as a type of social interaction aimed at influencing the audience and change their attitudes and post-communicative behavior in an atmosphere of free choice. Persuasive argumentation is based on three major principles: logos, ethos and pathos. The authors emphasize the importance of the ethos and pathos components of persuasion as rational argumentation may occur only in an atmosphere of emotional engagement. The authors give ample examples and present a thorough analysis of the persuasion techniques used in the analyzed corpus. The analysis allows to describe the mechanism of persuasion used in religious texts and to trace the evolution of persuasive means. It is noted that within the period under consideration, religious discourse developed together with cultural ideas about the role of the individual and his well-being. Unlike early religious texts and medieval sermons that promoted ideas of divine authority and piety, modern digital religious discourse is focused on the audience and emphasizes its capabilities. This shift reflects broader cultural trends, among which egocentrism and increased self-awareness are of paramount importance. The multimodal nature of modern religious discourse is also noted.*

*Keywords: religious discourse, sermon, persuasion, logos, ethos, pathos, diachronic approach*

### **Introduction**

The purpose of religious discourse is not only to communicate theological doctrines, moral principles, and spiritual experiences, but also shape people's views and change their post-communicative behavior (Perloff, 2017). Persuasive in nature, religious texts emotionally inspire the audience to act and reflect. The composition of religious discourse largely depends on the specifics of the target audience, discourse objectives, subject matter, cultural issues and major rhetorical strategies used to achieve the set objectives (Капачик, 2002).

Institutional discourse is traditionally described as communication between social groups within the framework of a social institution. Religion as a social institution emerged in response to the need of people

to understand, explain the world around them and add purposefulness to their lives. Historically, religion united societies and formed states, it also provoked conflicts. In the modern world religion serves as a moral regulator. For worshipers, religious values are fundamental, religious dogmas serve as a set of rules of conduct and guide people in the choice of their life path. As a social institution, religion is one of the most strictly hierarchical and conservative formations. The peculiarity of religious communication consists in its participants. The Church and the clergy act as mediators in communication (Salakhova, 2013), there is always another participant invisibly present – God and it is God who is the source of truth or knowledge that the clergy aim to convey to laity. Another feature of religious discourse is its rigid hierarchical structure according to which participants are assigned unequal roles in communication. Role inequality is enhanced by the fact that the mediators' authority is generally recognized, because they are perceived as a medium for conveying sacred knowledge which is to be unconditionally accepted and taken for granted, that is *to believe*. Religious practices are directly related to the believer's emotions. Hence, the linguistic means used to describe these experiences: metaphors, symbolism, positively or negatively loaded evaluative vocabulary, means of enhancing emotional tension and persuasion.

#### **Theoretical background**

Religious discourse is characterized by a variety of linguistic means and communicative strategies aimed to shape the audience's opinion. The choice of vocabulary is essential to convey emotional appeal and moral authority. The wisely selected language items (e.g. metaphors – *the light of truth, the path to righteousness*) make abstract theological concepts more accessible to the audience, reinforce the morale conveyed in the message being communicated (Fadhil & Tala'a, 2018). Grammatical characteristics of religious texts also contribute to the created persuasive effect and congregation engagement. Use of parallel structures builds up on the rhythmic of the utterance: key messages are emphasized, spiritual truths are reinforced: e.g. *Blessed are the poor in spirit, for theirs is the kingdom of heaven (Mathew 5:3)*. Imperatives serve to instruct and guide, imparting a sense of urgency, they necessitate immediate reaction from the audience: e.g. *Repent and be saved. Follow the path of righteousness*. Rhetorical questions contribute to critical assessment of religious teachings and correlate them with experience:

e.g. *Who among you is without sin?* They enhance engagement and foster the audience's aspiration to accept the suggested ideas (Adam, 2017). Personal and possessive pronouns are not deprived of persuasive potential either. Pronouns signaling in-group identity *we / us, our / ours* contribute to the sense of shared belief and strengthen spiritual bonds between the preacher and the congregation. The pronouns *you / yours* reinforce the idea of individual responsibility for achieving the goals set in the church teachings. Forms of addressing the audience may be indicative of the preacher's authority (*beloved congregation*) or reduce the gap between the preacher and the congregates, thus serving as another tool of building in-group identity (*brothers and sisters*). The preacher is viewed as the spiritual leader, his connection with the audience is strengthened, which results in deeper trust and respect for the message conveyed (Pak, 2022). Modality is another effective tool of shaping the audience's opinion and prompting them to act in accordance with the traditional theological teachings or/and with the guidelines of the religious leader. Strong deontic modals, such as *must, should, ought to* indicate a high level of obligation imposed by church teachings. The message is presented as a strong moral imperative and is to be accepted and taken for granted: e.g. *You must love your neighbor as yourself*. However, the imposition may be softened by using weaker modals to make the conveyed message less dogmatic: e.g. *One may consider forgiveness*. The use of *may* reduces the imposition of the message and presents it as recommendation rather than order. In many cases the mitigated form of a religious truth makes it more appealing to the audience, which enhances the persuasive potential of the religious text / sermon. The hedging effect can also be traced in the use of many other linguistic means used either in isolation or in clusters. The clusters "impersonal pronoun *it* + epistemic passive verb", e.g. *it is believed that* and "pronoun of indefinite reference + modal verb", e.g. *some may argue* attenuate the imposition of the proposition and emphasize personal autonomy. They give the congregation a feeling that the message conveyed should not be treated as dogmatic and that their own beliefs and experiences matter. Combinations of intensifying and hedging devices used for persuasion purposes make religious texts more flexible, thus, more appealing to a greater number of worshippers, especially those lacking in spiritual commitment (Adam, 2017). The interplay of explicit intensifiers and mitigated claims allows to present divine truth

as both unattainable and tangible, makes the audience feel inspired by the authority and, simultaneously, makes religious messages emotionally appealing. The balanced selection of language imparts the necessary degree of persuasive power to theological texts and religious sermons. Today, despite preserving traditional approaches to interpreting divine truth, religious leaders are looking for more effective ways to emotionally and intellectually engage their congregates, motivate them to follow ecclesiastical morale and spiritual rules. In this way a stronger connection between the preacher and the audience is established, based on communal goals and, equally, features respect for individual rights. Overall, various linguistic strategies build up on the persuasive potential of religious discourse, hence enhance the audience's faith and aspiration for moral transformation and spiritual growth (Fadhil & Tala'a, 2018; Pak, 2022). The past two centuries have been characterized by technological advances, shift in values, and an overall decrease in trust and respect for church and religion. These changes prompted a revision of ways religious messages are conveyed, perceived and interpreted. Emergence and development of mass media technologies has brought about revolutionary changes in ways divine truth is spread. In the early 20th century, televangelists O. Roberts and B. Graham turned to television as a medium for conveying religious content to reach broader audiences. The popularity of their programs was ensured by eloquent preaching, emotionality and calls for action.

Based on the goals of religious discourse V. I. Karasik (Karasik, 2002) identifies several genres: praying, clarification, confession, ritual, calling, affirmation and sermon. Collins Cobuild English Language Dictionary defines *sermons* as speeches given by preachers, priests, ministers, or rabbis during religious services as religious or moral instructions. Traditionally, the sermon is described as a form of religious communication, the preacher's monologue addressed to laity. The sermon as a speech genre has certain characteristics that distinguish it from other genres, these include intertextuality, subject-matter restrictions, canonicity – any sermon must convey dogmas officially recognized by the Church and suggestiveness (Salakhova, 2013). H. Malmström (2015) describes sermons as performative persuasive social communicative activity conducted in a religious setting. Persuasive nature of preaching is undeniable as its ultimate goal is to persuasively

engage with the audience to inculcate in them understanding of truths to further affect individual experience (Malmström, 2015).

Religious and secular persuasive texts are intrinsically different.

*Table 1. Differences between religious and secular discourses*

<b>Features</b>	<b>Religious Discourse</b>	<b>Secular Discourse</b>
Source of authority	Divine revelation, precepts of sacred texts, religious leaders' teachings	Empirical data, scientific knowledge, rational argumentation
Appeal to	Faith	Human reasoning, expert opinion
Objectives:	Strengthen belief, reinforce spiritual identity, encourage moral transformation on the path to salvation	Shape rational personal or public opinions
Rhetorical strategies	Symbolism, allegory, use of parable	Logical structure, reference to statistics, historical analogy
Audience engagement	Shared beliefs	Universal human rights, scientific truth
Language	Elevated, poetic diction, theologically loaded vocabulary inspiring reverence	Neutral, target-specific language aimed to inform and motivate
Contextual sensitivity	High Specific cultural, historical and ritual frameworks	Low Adaptive frameworks, flexible

The distinction between religious and secular persuasive discourse is crucial for understanding the function, structure, and impact of different rhetorical practices. Religious discourse is marked by its theological anchoring, ritual grounding, and spiritual purpose, whereas secular discourse is shaped by empirical reasoning, pragmatic goals, and civic concerns.

Research into **persuasion** goes back to Aristotle's day when rhetoric started to gain popularity. Since then persuasive argumentation has been seen as based on three major principles: 1) *logos* pertaining to rational thinking; 2) *pathos* or appeal to emotions used to involve the audience, and 3) *ethos* or moral argumentation which presents the speaker as a trustworthy person (Dzyaloshinsky, 2012; Darics & Koller, 2018). The notion of persuasion refers to "an attempt to bring about a change in attitudes as a result of providing information on a topic (e.g. delivering a message)" (Petty & Briñol, 2015: 2). According to R. Petty and P. Briñol (2015), persuasion is predicated upon processes of cognition on the one hand and emotional appeal, on the other. Cognitive response (*logos*) relies on critical thinking. By providing factual information and argumentation the speaker may trigger cognitive responses from listeners, hence, motivate them to carefully inspect or scrutinize relevant information and make reasonable judgements. Such judgements may ultimately lead to changes in their attitudes and behavioral patterns. However, a more powerful tool of persuasion is the emotional appeal, or *pathos*. In religious discourse, *pathos* is aimed at evoking in the audience strong feelings of love, fear, awe, joy, guilt, hope, etc. These emotional responses are indispensable to religious communication. Religious messages touch the hearts of congregants, making them feel as if encountering with the divine. This view aligns with the argument that hedging and persuasion are not mutually exclusive strategies, they coexist in discourse as complementary mechanisms of influence, especially in ideologically charged contexts such as religious texts. Thus, despite the assertive character of religious messages, they may be flexible in terms of rhetoric to reach broader audiences. When used in religious settings, *pathos* contributes to a sense of unity among congregants. Appeal to communal experience, such as shared worship, communal hope or sorrow strengthens bonds within the religious community (Adam, 2017). Another feature crucial for persuasion is *ethos*, or the credibility of the preacher and religious text. Persuasiveness does not depend on the religious leader's personal virtues, but rather on their ability to represent the holy authority (Adam, 2017).

#### **Methods and materials**

For the purpose of the analysis a corpus of English religious texts has been collected and subjected to thorough qualitative analysis. Instances of persuasive strategies were classified according to their form and the

function they performed in the text. The classified instances were further subjected to statistical analysis, which allowed to count their frequencies and relevance for the persuasive effect the text produced on the audience. Religious texts for the corpus were obtained from: The Holy Bible: Authorized King James Version [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://www.sacred-texts.com/bib/kjv/>), Blue Letter Bible [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://www.blueletterbible.org/>), Edwards J. Sinners in the Hands of an Angry God [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://www.ccel.org/e/edwards/sermons/sinners.html>), eNotes.com. Jonathan Edwards: Sinners in the Hands of an Angry God [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://www.enotes.com/topics/sinners-angry-god>), Furtick S. God, Show Me What's Next [Sermon]. Elevation Church [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://sermons.love/steven-furtick/7864-steven-furtick-god-show-me-whats-next.html>), Keller T. Preaching Resources [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://www.timothykeller.com>), Edwards J. Sinners in the Hands of an Angry God. CCEL [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://www.ccel.org/e/edwards/sermons/sinners.html>), Wesley J. Sermons on Several Occasions [Электронный ресурс] (Режим доступа: <https://archive.org/details/sermonsonseveral01wesl/page/12/mode/2up>), as well as online sermons and DesiringGod.org. The volume of the corpus subjected to analysis exceeds 40 000 words, the total number of persuasive strategies retrieved is 2315.

### **Results and discussion**

**Early religious texts**, the King James Bible (KJV) and early Christian sermons<sup>5</sup> are ethos and pathos (Aristotle, in Perloff 2017) oriented and display a wide range of persuasive strategies. Even in the early days of its history the primary purpose of religious discourse was not only to communicate ideas, language was also viewed as a powerful tool of persuasion. Early Christian sermons and the KJV emphasize

---

<sup>5</sup> Digital collections of early religious texts, the King James Bible (KJV) and Christian sermons, can be accessed via BibleGateway, or retrieved from the Christian Classics Ethereal Library (CCEL) and the Internet Sacred Text Archive.

appeal to divine authority, emotional engagement and morale. They feature a great degree of clarity and maintain strong hierarchical relationships between the author / speaker, usually associated with divine authority, and the audience. Early religious texts were designed to inculcate in the audience the importance of reflection, commitment and obedience. All levels of linguistic expression contribute to persuasiveness from morphological to rhetoric, metaphor and symbolism.

**Features of early religious texts** (given from most to least common).

Appeal to divine authority (including use of 3d person pronouns) – 156 e.g. <*The Lord hath spoken*> or <*Thus saith the Lord*>. Appeal to divine authority as a rhetorical strategy makes any admonishment from the part of the speaker justifiable and counteracts or silences any potential argument from the part of the audience. The speaker is perceived as a mouthpiece of divine will, thus reinforcing the legitimacy of the message.

- (1) Syntactic parallelism – 103 e.g. <*Blessed are the meek <...> Blessed are they which do hunger and thirst after righteousness... Blessed are the pure in heart*> or <*Let the sea roar, and the fulness thereof <...> let the fields rejoice, and all that is therein*> is a widespread syntactic persuasive strategy, which reinforces key ideas and principles of morale. It imparts a sense of importance and rhythmic solemnity to the delivered message.
- (2) Binary oppositions – 94, <*Light vs darkness*> or <*Righteous vs wicked*> e.g. <*The way of the wicked is as darkness... But the path of the just is as the shining light*>, <*He that is not with me is against me*> abridge the audience's freedom of choice by making the opposition of two possible options stark clear, one of them being fatal or erroneous, as a rule. Negative choices are usually linked to possible repercussions / wages of sin such as anguish, ailment or death, mentioned with the aim of rising fears.
- (3) Use of imperatives and commands – 88, usually including second person address forms *thou* and *ye* – 96, e.g. <*Thou shalt not*> or <*Repent ye*>, <*Be ye holy*>, <*Thou shalt love the Lord thy God with all thine heart*> <*Ye serpents, ye generation of vipers, how can ye escape the damnation of hell?*> This form of imperative / command

usually reinforces the speaker's authority, pointing to the other party's lower status and necessitates obedience.

- (4) Metaphors and symbolism – 76, e.g. <Ye are *the light of the world*>, <Ye are the salt of the earth> or <*The Lord is my shepherd; I shall not want*> make abstract ideas palpably tangible, on the one hand, and impart high-flown manner and eminence to the text.
- (5) Rhetorical questions – 61, e.g. <*What is man?*>, <*How shall we escape, if we neglect so great salvation?*>, <*What is man, that thou art mindful of him?*>, <*Ye serpents, ye generation of vipers, how can ye escape the damnation of hell?*> or <*How shall we escape?*> aim to foster introspection, prompting the audience to consider their own position in relation to the divine.

Table 2. Features of early religious texts

Appeal to divine authority	156
Syntactic parallelism	103
Second person address forms <i>thou</i> and <i>ye</i>	96
Binary oppositions	94
Use of imperatives and commands	88
Metaphors and symbolism	76
Rhetorical questions	61

The vocabulary used can be described as evaluative *wicked, unclean, righteous, pure*; sacred / emotive e.g. *blessed, holy, salvation, damnation, repent, repentance, exhort, exhortation, judgment*; eschatological e.g. *hell, fatal, death* or describing apocalyptic scenarios.

Early religious discourse is formal and authoritarian, texts feature high-flown elevated language, heavily influenced by Latin. They emphasize doctrinal accuracy, theological rigor and rigid hierarchical relationship between the clergy and laity, who relied on the church for interpretation and understanding of religious texts. The purpose of religious texts was to invoke awe and respect for the divine, promote doctrinal authority and purity, reinforce the authority of morale and the church through complex theological arguments.

The analysis of earlier religious texts enhances our understanding of how persuasive strategies evolved in later periods. Subsequent analysis

provides insights into why earlier texts laid the foundations for emotionally intense audience-focused strategies that emerged in the revivalist era.

**The 18-th century** saw the rise of revivalist and evangelical preaching driven by the scholarly and religious effort of some prominent figures of the time among whom are B. Sunday (*The Real Billy Sunday*), J. Wesley (*Sermons on Several Occasions*) and J. Edwards (*Sinners in the Hands of an Angry God*). This period brought about changes in religious language, which signaled a major shift in the role of speaker-audience relationship, making it more audience-oriented, less authoritative and more emotionally charged with the focus on personal engagement, transformation and will. Revivalist rhetoric in the form of personal testimonies and narratives becomes more experience focused. Preachers not only relate and translate God's precepts, but they also tell their own stories of spiritual transformation, making them trustworthy figures. The effect is reinforced using plain declarative language that eliminates any theological complexity to make messages more succinct and understandable. However, revivalist texts are not devoid of imagery, descriptions of acts that incur God's wrath and the pains of the damned aimed to refuel the audience's fears and underscore the necessity of instantaneous effort towards change, this amplifies emotional appeal created by love, hope, fear and guilt. These emotions are regarded as visceral, related to self-containment and personal commitment, those able to bring a person to the path of salvation. Revivalist discourse stands in stark contrast to earlier religious texts often described as formal, restrained, centered on tenets of doctrine, morale and absolute truth.

**Features of revivalist and evangelical preaching** (given from most to least common).

- (1) Eschatological and apocalyptic narrative intended to escalate tension and elicit emotional response from the audience – 179, e.g. *<The bow of God's wrath is bent, and the arrow made ready on the string... and it is nothing but the mere pleasure of God <...> that keeps the arrow one moment from being made drunk with your blood>* (J. Edwards, 1741).
- (2) Audience engagement and direct address (use of 2<sup>nd</sup> person pronouns) – 102, e.g. *<You are hanging by a slender thread, with the flames of divine wrath flashing about it <...> and you have*

*nothing to hold on to*>. Direct address intensifies immediate threat, gives the audience to understand that they are morally endangered, enhances introspection and prompts immediate action towards salvation, encouraging individuals to o live lives of faith, unimpeachable moral rectitude and integrity. The next example features a combination of strategies: <*You say you love God – but do you obey Him?*> Direct address, rhetorical questioning and binary opposition.

- (3) Binary opposition – 88, e.g. <*Heaven is real, hell is real. You will go to one. There is no middle ground*>. Binary logic seen in <Heaven or hell> or <Christ or chaos> aims to simplify complex theological concepts, make the process of decision-making easier for the audience, abridge the audience’s freedom of choice.
- (4) Syntactic parallelism and tripling – 87, e.g. <*You must repent. You must believe. You must surrender*>
- (5) Testimonial Narrative (Appeal to experience) – 65, e.g. <*I remember the day I laid it all at the feet of Jesus <...> I wept, and for the first time, I knew peace*>, <*I used to hate the gospel <...> now I live by it*>.
- (6) Rhetorical questions – 57, e.g. <*What will you say before the Lord?*>
- (7) Hyperbole – 36, e.g. <*The Devil is real! The Devil is in this city! The Devil is after your soul!*> draws the unseen into immediate reality, intensifies threat and proximity, creates the effect of something looming.

*Table 3. Features of revivalist and evangelical preaching*

Eschatological and apocalyptic narrative	179
Audience engagement and direct address	102
Binary opposition	88
Syntactic parallelism and tripling	87
Testimonial Narrative (Appeal to experience)	65
Rhetorical questions	57
Hyperbole	36

Overall, revivalist and evangelical preaching may be described as awe and fear-driven discourse. The key persuasive strategy is Appeal to fear, for example J. Edwards in the renowned sermon “Sinners in the Hands of an Angry God” described sinners as being *<held over the pit of hell by a slender thread>*, this was intended to emphasize their precarious position and bring them to the path of salvation to seek redemption before it was too late. J. Edwards's use of metaphors *<loathsome insects held over a fire>* served to illustrate how fragile human existence was in the face of God's wrath, e.g. *<the flames of the wrath of God>* and *<the black cloud of God's wrath>*. Revivalist and evangelical preachers tended to provide vivid descriptions of heaven and hell, the joys of salvation, and torments of sin and eternal damnation to elicit strong emotional responses from the audience which, as they thought, would bring about the intended changes in their behavior.

A comparison of early religious revivalist and evangelical texts allows to conclude the following.

*Table 4. Analysis of early religious revivalist and evangelical texts*

<b>Early religious texts</b>	<b>Revivalist and evangelical texts</b>
The author of religious texts is portrayed as a prophet of the divine, advocate of God’s ideas and a person vested with power to translate God’s ideas.	Preachers take on the role of witnesses or exhorters who know from experience how to find the path to salvation, they directly prompt the audience to follow them along the path of change.
Emotional focus on fear, awe, God’s wrath and judgment, emphasis on divine authority and the repercussions of sin.	Necessity of transformation and change, empathy, urgency and possibility of salvation.
Archaic sacred vocabulary, often Latin.	A mingling of biblical and everyday vocabulary, which made religious texts more accessible to wider audiences
Complex and scriptural sentence structure, challenging for the audience.	Short, rhythmically arranged sentences that are easy to perceive, process and memorize, aiding to oral delivery, with

	instances of syntactic parallelism and tripling used for intensification purposes.
Monological, imperative, distant. The genre is liturgical sermons.	Dialogical, engaging, directly addressing the audience and inviting them to contemplate their lives. These texts feature genre expansion to include personal testimonies, tractates, and revival speeches.
Delivered orally or via church manuscripts within religious communities.	Reached broader audiences via printed media, mass preaching, and even early recording.

**Contemporary Religious Discourse** is associated with the names of P. Washer, Bishop D. Sanborn, Bishop T.D. Jakes, C. Conlon, Ch. Ripperge, D. Wilkerson, Dr Ch. Stanley, S. Anderson, T. Evans, S. Furtick, S. J. Roberts, and many other online preachers whose texts can be found on digital platforms. Technological advancements of the late 20th and early 21st centuries, the rise of social media and digital platforms have made religious discourse more accessible, enabling religious leaders to reach wider, more diverse audiences, target them online and create real-time tailored messages. One of the aims of modern religious discourse is to enhance its relevance to modern life and attract the younger generation. This is reflected at all stages of text creation, from the choice of the topic for discussion – vegetarianism, ecological problems, Internet use, politic behavior, love, self, money, leadership, etc. – to persuasive language used in digital sermons. Issues related to mental health, personal growth and empowerment, discovery of self and inclusion have become particularly common. Digital religious discourse indicates a further shift towards emotional appeal, but unlike revivalists’ texts which urged the audience to seek salvation and deliverance from sin, contemporary religious discourse relies on intimacy, emotional support and engagement, it signals significant transformations in the speaker’s role, the importance of rapport and elevated role of the audience. Contemporary self-centered audiences, particularly the younger generation, show a distinct preference for audience oriented persuasive strategies which make them feel valued. The relevance of

emotional appeal to doctrinal authority, God's wrath or the wages of sin has dwindled over the past decades. The advent of digital interactive platforms has made it possible for religious leaders to create internet feeds where audiences share personal experiences, comments, estimates and evaluate content, making them active participants of the persuasive act. Accessibility of content materials and facilities offered by social media make religious texts more targeted, tailored to the audience's emotional and psychological needs. Most persuasive sermons are built on the following pattern: they comprise the introduction (introduces the topic of the sermon), the main part (justifies the choice of the subject and reveals its meaning), moral application (moral conclusions drawn from the discussed experience that could be applied in life) and conclusion (logical and psychological insights that echo the ideas expressed in the introduction and frame the contents of the sermon. In his work "Preaching in uncertain terms" H. Malmström (2015) [Malmström, 2015] changes which have occurred within the western preaching tradition over the past few decades. The author describes these changes as *stance* changes which have affected linguistic expression of attitude or commitment towards a proposition. These changes may be described as (1) The 'turn-to-the-listener' preaching paradigm and (2) The modern sermon has departed from the traditional assertive way of declaring the truth, the aim of religion is perceived as supporting and convincing listeners of the truth of its dogmas, giving them freedom to either accept them or not.

**Features of contemporary religious discourse** (given from most to least common).

There has been a significant rise in the number of language elements which are traditionally referred to the class of hedges – 229 (Fraser, 2010; Hinkel, 2005; Lakoff, 1972; Malmström, 2015; Markkanen & Schröder, 1997), e.g. <For the next 60 seconds I want everything that's got breath in your body and ashes under your feet to just worship God, any kind of way you feel it, any kind of way you experience, any kind of way you want to express it, just come on you got 45 seconds to just do this>. This text also features instances of tripling.

- (1) Enhanced attention the ethos component of persuasion – 176, seen in such strategies as:

-Projection of the speaker's self, e.g. *In the tradition I was born into, and in which I live today, men and women don't shake hands with*

*each other. That's the kind of life I want to have <...>;*

-Appeal to experience, e.g. *One day, when I was walking down the street with one of my teachers, we were approached by a young couple; I once knew an elderly couple whose marriage seemed to be terrible <...>;*

-Appeal to communal activity, e.g. *To God we may say <...>;*

-Appeal to authority, e.g. <Therefore, say to the house of Israel, thus says the lord God> or <Now he says something very important here, in verses in verse 24, he says: "And I will take you from the nation's gather you from all the lands and bring you into your own land". Now this is very important>.

- (2) Use of 2<sup>nd</sup> person address *you* to create a sense of direct engagement, encouragement and inclusion – 152, e.g. <You are not your failure. You are God's masterpiece>.
- (3) Narratives of personal growth, transformation, mental health and empowerment. Emphasis on God's unconditional love and support. Indication of positive outcomes – 143, e.g. <Stop counting yourself out – God already counted you in>, <You are loved. Period. ❤️ #FaithOverFear #GodIsGood>, <God does His best work when you feel the weakest>, <God can use this too – even the things that don't make sense yet> or <You will survive this storm>. Faith is portrayed as a path to inner peace, healing and a sense of purposefulness, rather than obedience to divine law. This rhetorical shift reflects broader cultural trends, including the growth of therapeutic language and spirituality.
- (4) Syntactic parallelism and Tripling – 141, e.g. <That is not true. Young people let me ask you a question: how do you know that you're Christian? How do you know that you have truly come to know Christ? How do you know that if you died right now you would go to heaven and be accepted by God Almighty before his throne? How do you know... You say, well, it's all of grace. Yes, it is all of grace. We are not saved by works, we are saved by grace, we are saved by believing the promises of the gospel>.
- (5) Metaphor and Symbolism – 68, e.g. <I don't know what storm you're going through, but Jesus is in your boat>.

- (6) Use of hashtags, emojis, and digital cues – 64, e.g. <You are loved. Period. ❤️ #FaithOverFear #GodIsGood or Drop a 🙏 if this word hit home>.
- (7) Cultural intertextuality, reference to modern pop and youth culture – 54, e.g. <Even when it feels like Netflix is more comforting than the Bible - don't stop seeking>.

*Table 5. Features of contemporary religious discourse*

Linguistic hedging	229
Ethos strategies of persuasion	176
Use of 2 <sup>nd</sup> person address <i>you</i>	152
Narratives of personal growth, transformation, mental health and empowerment	143
Syntactic parallelism and Tripling	141
Metaphor and Symbolism	68
Use of hashtags, emojis, digital cues and graphics	64
Reference to modern pop and youth culture	54

### **Conclusion**

Throughout its history religious discourse has evolved together with cultural perceptions of the role of individuals and their well-being. Unlike early religious texts which projected the power of divine authority and the fear-driven rhetoric of Medieval sermons, contemporary digital religious discourse tends to be audience oriented and empowering. This shift mirrors broader cultural trends, among which egocentrism and increased self-awareness are of paramount importance. This has necessitated attention to audience engagement and interactivity. Language has become simplified both in terms of content and syntactic structure, the formal high-flown and theologically dense language of traditional religious literature has been supplanted by easily understood motivational sermons aimed at eliciting emotional response from diverse audiences. Contemporary religious discourse is a multimodal form of communication because it is impregnated with emojis, visual or animated images and graphics, contemporary digital content materials often incorporate elements of pop and mass culture, making them more up-to-date and culturally relevant. Similarly, persuasion has evolved from a purely verbal activity to a multimodal experience.

#### Литература

1. Дзялошинский И. М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. Монография. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 572 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст непосредственный] / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
3. Салахова А. Г.-Б. Конфессиональная языковая личность: коммуникативные стратегии и тактики: монография. / А. Г.-Б. Салахова. – Челябинск: Энциклопедия, 2013. – 165 с.
4. Adam M. Persuasion in Religious Discourse: Enhancing Credibility in Sermon Titles and Openings // *Discourse and Interaction*. – 2017. – Vol. 10, № 2. – Pp. 5–25.
5. Collins COBUILD English Language Dictionary. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hedge](http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hedge)
6. Darics E., Koller V. *Language in Business, Language at work*. – Macmillan Education. Palgrave. – 2018. – 343 p.
7. Fadhil A., Tala'a S. M. *Linguistic Study of Persuasive Strategies in English Religious Sermons*. – University of Baghdad, 2018.
8. Fraser B. *Pragmatic competence: The case of hedging. New approaches to hedging*. – Bingley, UK: Emerald Group Publishing, 2010. – Pp. 15-34.
9. Hinkel E. *Hedging, Inflating, and Persuading in L2 Academic Writing // Applied Language Learning*. – 2005. Vol. 15(1&2). – Pp. 29-53 – Presidio of Monterey: Defense Language Institute Foreign Language Center.
10. Lakoff G. *Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts*. – Papers from the Eighth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society, 1972.
11. Malmström H. *Preaching in uncertain terms: The place of hedging language in contemporary sermonic discourse // Functions of language*. – 2015. – N22(3). – Pp. 332-361.
12. Markkanen, R., Schröder H. *Hedging and Discourse: Approaches to the Analysis of a Pragmatic Phenomenon in Academic Texts (Research in Text Theory)*. – Berlin, New York: Walter de Gruyter, 1997.

13. Pak S. M. Persuasive Religious Discourse: Linguistic Mechanisms of Impact // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. AMURCON 2021. – Pp. 736–746.
14. Perloff R. M. The dynamics of persuasion: communication and attitudes in the 21st century. – Lawrence Erlbaum Associated, Mahwah, New Jersey, London, 2017. – 627 p.
15. Petty R. E. & Briñol P. Emotion and persuasion: Cognitive and meta-cognitive processes impact attitudes // Cognition and Emotion. – 2015. – N 29(1). Pp. 1-26.

#### **Источники языкового материала**

1. Anderson S. AIDS – the judgment of God [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=9ZRmyYNtgVk>. – Дата обращения: 20.05.2025.
2. Anderson S. After the tribulation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.youtube.com/watch?v=D8vYw5qL\\_D8](https://www.youtube.com/watch?v=D8vYw5qL_D8). – Дата обращения: 20.05.2025.
3. Bishop Sanborn D. The death of dogmatic orthodoxy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=YidXqUAiZ0M>. – Дата обращения: 20.05.2025.
4. Bishop Jakes T.D. They don't see the ashes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=yq2Zmqf7FF4>. – Дата обращения: 20.05.2025.
5. Blue Letter Bible [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.blueletterbible.org/>. – Дата обращения: 20.05.2025.
6. Conlon C. Mark of the Beast [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.youtube.com/watch?v=-7\\_tcf5ZYr4](https://www.youtube.com/watch?v=-7_tcf5ZYr4). – Дата обращения: 20.05.2025.
7. Desiring God [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.desiringgod.org/>. – Дата обращения: 20.05.2025.
8. Edwards J. Sinners in the Hands of an Angry God. CCEL [Электронный ресурс]. – Режим

- доступа: <https://www.ccel.org/e/edwards/sermons/sinners.html>. – Дата обращения: 20.05.2025.
9. Evans T. A challenge to increased commitment [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=WpjUnLi-sDM>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  10. Furtick S. God, Show Me What's Next [Sermon]. Elevation Church [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sermons.love/steven-furtick/7864-steven-furtick-god-show-me-whats-next.html>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  11. Keller T. Preaching Resources [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.timothykeller.com>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  12. Ripperger Ch. Levels of spiritual warfare [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=TMcvZaiBwe4>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  13. Stanley Ch. (Dr) Taking control of our thoughts [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=9bLgDoFkdqo>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  14. Washer P. Do you see God working on your life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=AXzRXb0fNik>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  15. Washer P. Do you bear fruit [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.youtube.com/watch?v=YBeT5Aef0\\_I](https://www.youtube.com/watch?v=YBeT5Aef0_I). – Дата обращения: 20.05.2025.
  16. Wesley J. Sermons on Several Occasions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.org/details/sermonsonseveral01wesl/page/12/mode/2up>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  17. Wilkerson D. The private war of a saint [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=mrti2deju3k>. – Дата обращения: 20.05.2025.
  18. The Holy Bible: Authorized King James Version [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sacred-texts.com/bib/kjv/>. – Дата обращения: 20.05.2025.

#### References

- Dzyaloshinskiy, I. M. (2012). *Kommunikativnoe vozdeystvie: Misheni, strategii, tekhnologii* [Communicative influence: Targets, strategies, technologies]. Moscow: NIU VShE.
- Karasik, V. I. (2002). *Yazykovoy krug: Lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: Personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena.
- Salakhova, A. G.-B. (2013). *Konfessional'naya yazykovaya lichnost': Kommunikativnye strategii i taktiki* [Confessional linguistic personality: Communicative strategies and tactics]. Chelyabinsk: Entsiklopediya.
- Adam, M. (2017). Persuasion in religious discourse: Enhancing credibility in sermon titles and openings. *Discourse and Interaction*, 10(2), 5–25.
- Collins COBUILD English Language Dictionary. (n.d.). Retrieved from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hedge>
- Darics, E., & Koller, V. (2018). *Language in business, language at work*. Macmillan Education, Palgrave.
- Fadhil, A., & Tala, S. M. (2018). Linguistic study of persuasive strategies in English religious sermons. University of Baghdad.
- Fraser, B. (2010). Pragmatic competence: The case of hedging. In *New approaches to hedging* (pp. 15–34). Bingley, UK: Emerald Group Publishing.
- Hinkel, E. (2005). Hedging, inflating, and persuading in L2 academic writing. *Applied Language Learning*, 15(1&2), 29–53. Defense Language Institute Foreign Language Center.
- Lakoff, G. (1972). Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. In *Papers from the Eighth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society* (pp. 183–228).
- Misthina, M. (2015). Preaching in uncertain times: The place of hedging language in contemporary sermonic discourse. *Functions of Language*, 22(3), 332–361.
- Markkanen, R., & Schröder, H. (Eds.). (1997). *Hedging and discourse: Approaches to the analysis of a pragmatic phenomenon in academic texts*. Berlin, New York: Walter de Gruyter.

- Pak, S. M. (2021). Persuasive religious discourse: Linguistic mechanisms of impact. In *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. AMURCON 2021* (pp. 736–746).
- Perloff, R. M. (2017). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
- Petty, R. E., & Briñol, P. (2015). Emotion and persuasion: Cognitive and meta-cognitive processes impact attitudes. *Cognition and Emotion*, 29(1), 1–26.

#### **Internet sources of linguistic materials**

- Anderson, S. (n.d.). *AIDS - the judgment of God* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9ZRmyYNtgVk> (Accessed May 20, 2025)
- Anderson, S. (n.d.). *After the tribulation* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=D8vYw5qL\\_D8](https://www.youtube.com/watch?v=D8vYw5qL_D8) (Accessed May 20, 2025)
- Bishop Sanborn, D. (n.d.). *The death of dogmatic orthodoxy* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YidXqUAiZ0M> (Accessed May 20, 2025)
- Bishop Jakes, T. D. (n.d.). *They don't see the ashes* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yq2Zmqf7FF4> (Accessed May 20, 2025)
- Blue Letter Bible. (n.d.). *Blue Letter Bible* [Website]. <https://www.blueletterbible.org/> (Accessed May 20, 2025)
- Conlon, C. (n.d.). *Mark of the Beast* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=-7\\_tcf5ZYr4](https://www.youtube.com/watch?v=-7_tcf5ZYr4) (Accessed May 20, 2025)
- Desiring God. (n.d.). *Desiring God* [Website]. <https://www.desiringgod.org/> (Accessed May 20, 2025)
- Edwards, J. (n.d.). *Sinners in the hands of an angry God* [Sermon]. CCEL. <https://www.ccel.org/e/edwards/sermons/sinners.html> (Accessed May 20, 2025)
- Evans, T. (n.d.). *A challenge to increased commitment* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WpjUnLisDM> (Accessed May 20, 2025)

- Furtick, S. (n.d.). *God, show me what's next* [Sermon]. Elevation Church. <https://sermons.love/steven-furtick/7864-steven-furtick-god-show-me-whats-next.html> (Accessed May 20, 2025)
- Keller, T. (n.d.). *Preaching resources* [Website]. <https://www.timothykeller.com> (Accessed May 20, 2025)
- Ripperger, Ch. (n.d.). *Levels of spiritual warfare* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TMcvZaiBwe4> (Accessed May 20, 2025)
- Stanley, Ch. (n.d.). *Taking control of our thoughts* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9bLgDoFkdqo> (Accessed May 20, 2025)
- Washer, P. (n.d.-a). *Do you see God working on your life* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=AXzRXb0fHik> (Accessed May 20, 2025)
- Washer, P. (n.d.-b). *Do you bear fruit* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=YBeT5Aef0\\_I](https://www.youtube.com/watch?v=YBeT5Aef0_I) (Accessed May 20, 2025)
- Wesley, J. (n.d.). *Sermons on several occasions* [Online book]. Internet Archive. <https://archive.org/details/sermonsonseveral01wesl/page/12/mode/2up> (Accessed May 20, 2025)
- Wilkerson, D. (n.d.). *The private war of a saint* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mrti2deju3k> (Accessed May 20, 2025)
- The Holy Bible: Authorized King James Version. (n.d.). [Online Bible]. Sacred Texts. <https://www.sacred-texts.com/bib/kjv/> (Accessed May 20, 2025)

УДК 81'2

<https://doi.org/10.25076/vpl.58.04>

Е.В. Суркова<sup>6</sup>

Военный университет имени князя Александра Невского  
Министерства обороны Российской Федерации

### ФРАЗЕОЛОГИЯ ВОЕННО-НАУЧНОГО ДИСКУРСА: СИСТЕМНЫЙ И КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТЫ

*В статье рассматривается военная фразеология как системное языковое явление в трудах теоретиков военного искусства. Актуальность исследования обусловлена необходимостью комплексного анализа профессиональной фразеологии в условиях развития международного военно-технического сотрудничества. С целью описания специфики функционирования фразеологизмов в военно-научном дискурсе ставятся задачи выявить репертуар фразеологических единиц в трудах теоретиков военного искусства и классифицировать фразеологические единицы по структурно-семантическим признакам, определить функциональную специфику различных типов фразеологических единиц в военно-научном дискурсе, проанализировать внутреннюю форму военных фразеологизмов как ключевого системообразующего фактора, исследовать основные концептуальные метафоры, лежащие в основе военной фразеологии, и их роль в структурировании военной действительности, выявить и проанализировать внутренние и внешние связи в системе военной фразеологии. На материале трудов выдающихся теоретиков военного искусства (К. фон Клаузевица, А.А. Свечина, М.Н. Тухачевского, Б.Г. Лиддел Гарта и др.) с применением методов корпусной лингвистики и когнитивного анализа выявлены и классифицированы типы военных фразеологизмов, определены их функциональные особенности. Научная новизна исследования заключается в интеграции*

---

<sup>6</sup> © Суркова Е.В. 2025



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

*структурно-семантического и когнитивного подходов к изучению военной фразеологии. Доказано, что системообразующим фактором военной фразеологии выступает внутренняя форма, в основе которой лежат метафоры пространства, движения и организма. Выявлены внутренние и внешние системные связи военных фразеологизмов, проанализированы явления синонимии, антонимии и фразеологической вариантности, что позволяет рассматривать военную фразеологию как целостную систему, отражающую специфику концептуализации военной действительности.*

*Ключевые слова: военная фразеология, военный дискурс, научный стиль, терминологическая коллокация, внутренняя форма, концептуальная метафора, лексические функции*

**UDC 81'2**

**<https://doi.org/10.25076/vpl.58.04>**

**E.V. Surkova**

**Prince Alexander Nevsky Military University of the  
Ministry of Defence of the Russian Federation**

#### **PHRASEOLOGY OF MILITARY-SCIENTIFIC DISCOURSE: SYSTEMIC AND COGNITIVE ASPECTS**

*The article deals with military phraseology as a systemic linguistic phenomenon in the works of military theorists. The relevance of the research is conditioned by the necessity of complex analysis of professional phraseology in the conditions of international military cooperation development. In order to describe the specifics of phraseological units in military-scientific discourse, the objectives are to identify the repertoire and classify phraseological units according to structural and semantic features, to determine the functional specificity of different types of phraseological units, analyse the internal form as a key system-forming factor, investigate the main conceptual metaphors underlying military phraseology and their role in military discourse, identify and analyse the internal and external relations in the system of military phraseology. On the material of the works of outstanding theorists of military art (C. von Clausewitz, A.A. Svechin, M.N. Tukhachevsky, B.H. Liddell Hart, etc.) using the methods of corpus*

*linguistics and cognitive analysis the types of military phraseologisms are identified and classified, their functional features are determined. The scientific novelty of the study lies in the integration of structural-semantic and cognitive approaches to the study of military phraseology. It is proved that the system-forming factor of military phraseology is the internal form, which is based on the metaphors of space, movement and organism. Internal and external systemic relations of military phraseological units are revealed, the phenomena of synonymy, antonymy and phraseological variation allow us to consider military phraseology as an integral system reflecting the specificity of conceptualisation of military reality.*

*Keywords: military phraseology, military discourse, scientific style, terminological collocation, internal form, conceptual metaphor, lexical functions*

### **Введение**

Фразеология как самостоятельная дисциплина занимает особое положение в парадигме современного языкознания и представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся областей лингвистического знания. Развитие фразеологии как науки обусловлено признанием особой роли устойчивых словесных комплексов в формировании и функционировании языковой системы. За последние десятилетия активно разрабатывается следующие направления фразеологических исследований: когнитивное (Rano, 2024; Vesterager, Poulsen, 2023; Малюга, 2005), психолингвистическое (Mariia, Loryna, 2023; Малюга, Банщикова, 2011), прагматическое (Nilufar, Zahro, 2024; Петросян, Гришечко, 2020), сопоставительное (Karczewska, 2023; Grabowski, Pezik, 2023; Mavlonova, Sodiqova, Khamrayeva, 2022; Gribanova, Gaidukova, 2019), корпусное (Gisle, 2022; Granger, 2021; Bouyé, Gledhill, 2024; Акорова, 2024; Malyuga, 2023), лингвокультурологическое (Sulaimanovich, Lenara, 2021; Kozlovskaya, Rastyagaev, Slozhenikina, 2020), лингводидактическое направление (Szudarski, 2022; Rosa, 2023; Da Corte, Baptista, 2022).

В прикладном аспекте особое внимание исследователей привлекает профессиональная фразеология как особый пласт языковых единиц, обслуживающих коммуникативные потребности определенных профессиональных сообществ (Pontrandolfo, 2023;

Halimi, 2025, Yun, Choi, 2023). Изучение профессиональной фразеологии позволяет не только выявить специфические особенности профессиональной коммуникации, но и решить практические задачи, связанные с оптимизацией профессионального общения, переводом специальных текстов, составлением отраслевых словарей и учебных пособий.

Предметом настоящего исследования является военная фразеология как особая подсистема языка, функционирующая в военном дискурсе и отражающая специфику концептуализации военной действительности (Суркова, 2024а; Суркова, 2024б).

Целью исследования ставится описание специфики функционирования фразеологии в трудах теоретиков военного искусства. Для достижения поставленной цели планируется выявить репертуар фразеологических единиц в трудах теоретиков военного искусства и классифицировать их по структурно-семантическим признакам, определить функциональную специфику различных типов фразеологических единиц в военном научном дискурсе, включая особенности их прагматического и когнитивного потенциала, проанализировать внутреннюю форму военных фразеологизмов как ключевой системообразующий фактор, исследовать основные концептуальные метафоры, лежащие в основе военной фразеологии, и их роль в структурировании военной действительности, выявить и проанализировать внутренние и внешние связи в системе военной фразеологии.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью системного описания военной фразеологии как целостного языкового феномена, обладающего специфическими структурно-семантическими, когнитивными и функциональными характеристиками. В условиях активного развития международного военно-технического сотрудничества и глобализации информационного пространства особую значимость приобретает анализ фразеологии военного-научного дискурса как специфической профессиональной коммуникативной среды. Трансформация современных форм военных конфликтов и формирование новых концептуальных подходов к военному делу актуализируют необходимость комплексного изучения языковых средств репрезентации военной мысли.

Научная новизна исследования заключается в комплексном подходе к изучению военной фразеологии, предполагающем интеграцию структурно-семантического, когнитивного и прикладного аспектов анализа. В работе впервые предпринимается попытка системного описания военной фразеологии на материале трудов теоретиков военного искусства с применением методов корпусной лингвистики, когнитивного анализа и теории лексических функций. Новизна исследования определяется также выявлением системообразующих факторов военной фразеологии, установлением внутренних и внешних системных связей военных фразеологизмов, определением роли внутренней формы в организации фразеологической системы военного подъязыка.

Теоретической базой послужили труды В. Н. Телии (Телия, 1981; Телия, 1996), А. Г. Назаряна (Назарян, 1986), В. П. Жукова и А. В. Жукова (Жуков, Жуков, 2006), А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского (Баранов, Добровольский, 2008; Баранов, Добровольский, 2024), посвященные аспектам теории фразеологии и фразеологической системности. Важное значение для исследования имеют положения теории лексических функций, разработанные в трудах И. А. Мельчука (Мельчук, 2016). Анализ когнитивных основ военной фразеологии проводится с опорой на теоретические положения Д. Лакоффа и М. Джонсона (Lakoff, Johnson, 2008).

Исследование вносит вклад в развитие фразеологической теории, в частности, в изучение специфики профессиональной фразеологии и ее системной организации. В практическом отношении результаты исследования могут найти применение в лексикографической практике при составлении словарей военной фразеологии, в практике военного перевода, а также в учебном процессе при подготовке переводчиков и специалистов в области военной коммуникации.

#### **Материалы и методы**

Материалом для анализа выступают произведения выдающихся теоретиков военного искусства, чьи идеи стали основополагающими для развития военной в России и за рубежом, – перевод трактата «О войне» К. фон Клаузевица на русский язык А.К. Рачинского (Клаузевиц, 2007) и английский язык Дж. Грэхэма (Clausewitz, 1997), труды советских военных теоретиков –

«Эволюция военного искусства» (Свечин, 1928), «Стратегия» А.А. Свечина (Свечин, 1927) и ее перевод на английский язык К. Ли (Svechin, 2004), «Эволюция оперативного искусства» Г.С. Иссерсона (Иссерсон, 1937), «Характер операций современных армий» В.К. Триандафиллова (Триандафиллов, 1932), избранные произведения М.Н. Тухачевского (Тухачевский, 1964), «Стратегия не прямых действий Б. Г. Лиддел Гарта (Liddell Hart, 1967) и «Пентагон и военное искусство. Вопрос о военной реформе» Э. Люттвака (Luttwak, 1985).

Выбор методов исследования обусловлен целью и поставленными задачами. Для отбора материала используется метод корпусного анализа: тексты обрабатываются с помощью корпусного менеджера AntConc, позволяющего выявить, упорядочить и провести статический анализ групп слов заданной длины. Релевантный для исследования материал отбирается с помощью методов лингвистического анализа и фразеологической идентификации. Анализ научных текстов, на базе которых выявляется системное содержание фразеологизмов и системные характеристики военной фразеологии, проводится в рамках системного подхода. анализа проводится исследование выявленных фразеологизмов. Для изучения структуры и семантики военной фразеологии привлекаются методы компонентного, семантического, лингвокультурологического и когнитивного анализа.

#### **Обсуждение и результаты**

Анализ материала демонстрирует, что фразеология в текстах научного стиля представлена преимущественно идиоматикой и коллокациями.

Идиоматика в текстах теоретиков военного искусства отражает профессиональную специфику военного дискурса. Военная сфера исторически сформировала собственный профессиональный язык, в котором метафоры и образованные на их основании идиоматические выражения естественным образом происходят из практической деятельности. Приведем примеры из работы «Характер операций современных армий» В. К. Триандафиллова:

*«Конечно, не исключена возможность, что некоторые государства, слабо подготовленные к войне, **выйдут из строя** и **сложат оружие** раньше, чем сумеют использовать свои*

максимальные мобилизационные возможности» (Триандафиллов, 1932);

*«Такую же картину мы наблюдали в Германии и Франции, где в продолжение ряда лет оба государства напряженно готовились к войне, держа **под ружьем** в мирное время огромные армии и из года в год заготавливая на военных заводах огромные запасы оружия»* (Триандафиллов, 1932).

Фразеологизмы *выйти из строя*, *сложить оружие* и *держат под ружьем* представляют собой, по терминологии А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского, примеры переинтерпретации (Баранов, Добровольский, 2008, с. 33). Идиомы *выйти из строя* '1. Терять свои качества, пригодность (о чём-либо); 2. Терять боеспособность (о ком-либо)', *сложить оружие* '1. Прекращать вооружённое сопротивление, признавая своё поражение; 2. Шутл. Отказываться от каких-либо действий, от борьбы' и *под ружьем* '1. Быть на военном, боевом положении (об армии); 2. Служить в армии' возникли в результате переосмысления военных терминологических словосочетаний и выполняют в труде В. К. Триандафиллова не функцию экспрессивизации научного нарратива, придавая тексту образность и эмоциональную насыщенность, а скорее когнитивную функцию, помогая осмыслить сложные концепты через знакомые образы. Военная наука развивалась в тесной связи с практикой, поэтому язык описания теории естественным образом включил элементы языка практики, и военная идиоматика органично встраивается в текст, так как оперирует понятиями из той же концептуальной сферы:

*«Не так трудно заслужить военную репутацию, как ее сохранить, и теория, которая всегда хочет **итти в ногу** с опытом, рано или поздно, отомстит за себя, если ее слишком игнорировать»* (Свечин, 1927);

*«Критика и опыт должны **итти рука об руку**»* (Свечин, 1927).

Идиомы *идти в ногу* и *идти рука об руку* демонстрируют соматический характер военной метафоры. В первом выражении – метафора синхронизации, основанная на практике строевой подготовки, перенесенная в область теоретического осмысления военного искусства. Второе представляет собой универсальную метафору совместного действия, которая в военном контексте

приобретает дополнительную коннотацию необходимой координации теории и практики.

В целом, несмотря на присутствие в текстах теоретиков военного искусства идиом, основную роль в произведениях военнo-научного стиля со свойственными им связностью, последовательностью изложения, объективностью, точностью, однозначностью и лаконичностью формулировок, играют коллокации.

Под коллокациями в теории фразеологии понимаются слабоидиоматичные фразеологизмы со структурой словосочетания, в которых семантически главный компонент употреблён в своем прямом значении (Баранов, Добровольский, 2008, с. 67).

Труды теоретиков военного искусства – сфера бытования военной фразеологии в своем первоначальном, «военном» терминологическом значении:

*«Корпус...будет вынужден бросить в бой около половины пехоты без достаточной артиллерийской поддержки...»* (Триандафиллов, 1932);

*«При организации руководства и посреднического аппарата командир должен с особой тщательностью проработать вопрос действий посредников **на линии огня** каждой стороны и действия обозначенных соседних частей»* (Тухачевский, 1964).

Терминологическое значение при трансграничном переходе в другие дискурсивные пространства приобретает дополнительные смыслы путем вторичной интерпретации:

*«Срочно брошенная в бой тренерами Австралии Лорен Джексон ничем не изменила соотношения сил на площадке»* (НКРЯ. Николай Цынкевич. Вне «Зоны» действия. Наши девушки сразятся за золото баскетбольного чемпионате мира // «Известия», 2002.09.24);

*«И Парыгин оказался как раз **на линии огня**»* (НКРЯ. Александра Маринина. Мужские игры (1997).

Анализ коллокаций в трудах теоретиков военного искусства открывает системную организацию военной фразеологии на когнитивном уровне, в которой системообразующим фактором выступает внутренняя форма.

Специфика фразеологии заключается в наличии образности, связанной с внутренней формой (Телия, 1996, с. 187). Внутренняя

форма – сложное многоаспектное образование, которое, с одной стороны, выступает неотъемлемой частью плана содержания фразеологизма, оказывая влияние на актуальное значение и накладывая ограничения на его сочетаемость, а с другой стороны – воздействует на носителя языка, который, употребляя фразеологизм в речи, не может абстрагироваться от порождаемого им образа (Баранов, Добровольский, 2008, с. 221).

В образном основании военных коллокаций, в своей совокупности представляющих собой микрокосм человеческого восприятия конфликта, лежит метафора, которая становится не просто риторической фигурой, а способом структурирования реальности. Военная фразеология – закодированная в знаках языка история противостояния, страдания, триумфа и поражения, тысячелетнего опыта переживания актов насилия и сопротивления.

Системность военной фразеологии детерминирована не только формальными лингвистическими параметрами, но и глубинными когнитивными механизмами концептуализации военной действительности.

Концептуальным основанием большинства военных коллокаций служит метафора Пространства, репрезентирующая стратегические концепты через пространственные отношения: *мировая война, поле боя, battle order* ‘боевой порядок’, *close-locked formation* ‘сомкнутый строй’.

Не менее распространена метафора Движения как одна из разновидностей метафоры Пространства: *инициатива переходит, вступить в борьбу, вести в бой, launch the attack* ‘атаковать, нанести удар’, *take the lead* ‘взять инициативу’.

Одним из ключевых когнитивных механизмов в военной фразеологии выступает метафора, посредством которой явления военной деятельности представляются через аналогии с особенностями человеческого организма: *лобовая атака* (англ. *frontal assault*), *кровопролитный бой* (англ. *bloody fighting*), *малой кровью, пасть костями, в ногу, в лоб*.

Когнитивный потенциал метафоры Организма реализуется через сложные семантические трансформации, в которых военные понятия приобретают признаки живой системы: способности к развитию, саморегуляции, адаптации, коммуникации.

Военная фразеология представляет собой сложную систему взаимосвязанных элементов, характеризующуюся многоуровневой организацией и множественными внутренними и внешними связями. Системность военной фразеологии проявляется как на уровне отдельных фразеологизмов и их собственной компонентной структуры (внутренние связи), так и в их взаимодействии с другими языковыми единицами – фразеологизмами и словами (внешние связи).

Внутренние отношения обусловлены фундаментальным свойством фразеологических единиц – асимметрией содержания и формы. Круг значений коллокаций в русском и английском военном подязыках ограничен стандартным набором выражаемых смыслов, что выступает признаком системности военной фразеологии.

С опорой на теорию лексических функций, разработанную в трудах И. А. Мельчука (Мельчук, 2016), нами был проведен анализ типичных соотношений между компонентами военных коллокаций в трудах теоретиков военного искусства:

1. Действие или состояние главного (активного) участника ситуации: *вести войну, проводить операцию, наносить удар, wage war* ‘развязать войну’;

2. Действие или состояние второстепенных участников ситуации: *подвергнуться нападению* ‘*be subjected to an attack*’, *находиться под влиянием, находиться у власти*;

3. Действие или состояние (независимо от участников ситуации): *угроза нависает, инициатива переходит* ‘*the initiative goes over*’;

4. Начало: *вступать в борьбу, завязать бой, open fire* ‘открывать огонь’;

5. Конец: *прекратить борьбу, выйти из положения, потерять влияние, stop the attack* ‘прекратить наступление’.

6. Каузировать (вызывать): *поставить задачу, заключить перемирие, sign an armistice* ‘заключить перемирие’;

7. Ликвидировать (прекращать): *отразить удар* ‘*repel the attack*’, *преодолеть препятствие, расстроить боевой порядок*;

8. Большая степень: *сокрушительный удар, решительный бой, генеральное сражение, fierce resistance* ‘ожесточенное сопротивление’;

9. Малая степень: *безрезультатный бой, низшая командная инстанция, indecisive battle 'нерешительное сражение'*;

10. Хорошее качество: *блестящая победа, священный долг, strong defences 'сильная оборона'*;

11. Плохое качество: *пагубные последствия, усложнять обстановку, weaken defences 'ослабить оборону'*.

Стандартные смыслы в военных коллокациях могут сочетаться. Так, стандартный смысл Начало сочетается со смыслом Действие или состояние главного (активного) участника ситуации в коллокации *переходить в наступление* («М. В. Фрунзе решил **перейти в наступление**, не ожидая полного сосредоточения назначенных ему сил, так как это ожидание потребовало бы оттянуть наступление еще на лишний месяц» (Тухачевский, 1964) и смыслом: Действие или состояние (независимо от участников ситуации) в коллокации *война разражается* («... если эта **война разразится**, то никто не сможет предугадать ее продолжительность и ее конец» (Свечин, 1928). Стандартный смысл Каузировать (вызывать) сочетается со смыслом Действие или состояние главного (активного) участника ситуации в коллокации *бросить в бой* («Корпус, предоставленный в таком наступлении самому себе, будет вынужден искусственно сокращать фронт атаки, отказаться от использования всей своей пехоты или же **бросить в бой** около половины пехоты без достаточной артиллерийской поддержки и тем обрекать пехоту на излишние потери без всякой надежды на успех» (Триандафиллов, 1932) и со смыслом Малая степень в коллокации *подрывать авторитет* («Трения растут с уменьшением авторитета высшего командования: неудачи **подрывают** этот **авторитет**» (Свечин, 1927).

Коллокации, не относящиеся к стандартным смыслам, в военной фразеологии представлены, например, устойчивыми словосочетаниями *брат с бою, выиграть войну, lose battle 'проиграть сражение'*.

Показательным примером наличия внутренних связей выступают случаи фразеологической вариантности. В военной фразеологии русского языка представлены:

- морфологические варианты, заключающиеся в формальном видоизменении компонентов. Например, варианты в различных

падежных формах: *иметь задачу – иметь задачей, поставить задачу – поставить задачей*;

- видовые варианты, отражающие распространённые способы образования видов. Например, префиксальный способ: *выполнить долг – исполнить долг*, супплетивные формы: *брать в плен – взять в плен*;

- лексические варианты – изменения в рамках синтаксической конструкции, не вносящие смысловых оттенков в содержание фразеологизма. В данной группе широко представлены фразеологизмы, варьируемые компоненты которых не близки по значению, но семантически объединены по ассоциативным признакам: *вступить в бой – ввязаться в бой, подписать мир – заключить мир, чинить препятствия – создавать препятствия*.

К примерам лексической вариантности в английской военной фразеологии относятся, например *pursue a war – wage war – conduct war* ‘вести войну’ («... *or the mixed religious and predatory war that was pursued by the fanatical followers of Mahomet*» (Liddell Hart, 1967); «*This was the array of forces and system of command that waged the war in Vietnam*» (Luttwak, 1985); «... *this personification of the whole action of war, is so entirely and completely the soul of the right method of conducting war...*» (Clausewitz, 1997).

В системе языка военные фразеологизмы вступают в парадигматические и синтагматические отношения с другими фразеологизмами, называемыми внешними связями. Наиболее системный характер имеет парадигматический ряд, в котором семантически объединяются фразеологические единицы однородного порядка. Синтагматический ряд более неоднороден, так как в нем вступают в семантико-грамматическую связь языковые единицы неоднородного порядка, то есть фразеологическая единица и слово (Жуков, 2006, с. 172).

Семантическую синтагму в области военной фразеологии характеризует лексико-фразеологическая сочетаемость – смысловое объединение фразеологизма со словом в линейной последовательности, которое дает семантический эффект (там же, с. 173): сочетание фразеологизма со словами-сопроводителями (разбить, разгромить, уничтожить, убить, сбивать *одним ударом* («*Замечу только еще, что очень редко удаётся уничтожить неприятельскую армию одним ударом*» (Тухачевский, 1964),

сильноуправляемая или сильнопримыкаемая связь фразеологизма со словом (*наносить потери* (кому) («Неминуемо приходится вести операцию за операцией, удар за ударом, **нанося** противнику непрерывные **потери**» (Тухачевский, 1964), *вовлечь в бой* (кого) («...острие этих предприятий направлено на то, чтобы при помощи перевеса сил и обхода **вовлечь** неприятеля в столь невыгодный для него **бой**, из которого он не мог бы выйти без больших потерь» (Клаузевиц, 2007) и т.д.

К парадигматическим отношениям в военной фразеологии относятся явления синонимии, антонимии, тематической общности.

Наиболее очевидным признаком системности военной фразеологии выступают парадигматические системные отношения, основанные на семантической общности: военный фразеологизм как целое находится с другими фразеологическими оборотами в отношении тематического единства. Фразеология в произведениях теоретиков военного искусства служит для номинации понятий военного дела и ограничена военно-профессиональной сферой употребления.

Существенным показателем регулярной системности военной фразеологии служит фразеологическая синонимия. В отличие от фразеологических вариантов, в семантике которых заключен один и тот же образ, фразеологические синонимы построены на разных образах, восходят к разным источникам и различаются по оттенкам смысла, что делает невозможной их взаимозаменяемость в любом контексте на денотативном уровне (Назарян, 1987, с. 231).

Фразеологическая синонимия представляет собой сложное лингвистическое явление, характеризующееся тождественностью или близостью семантического содержания фразеологических единиц при различии их внутренней формы и экспрессивно-стилистических коннотаций. Так, к примерам фразеологических синонимов в военной фразеологии относится синонимический ряд *бок о бок, плечом к плечу, локоть к локтю, рука об руку* (англ. *shoulder to shoulder, side by side, hand in hand*), объединенный общим значением непосредственной близости и сплоченности 'совсем рядом, вплотную; не в одиночку, а объединившись с кем-л., совместно, заодно':

«В начале Мировой войны армия Френча, действовавшая **бок о бок** с французами, была поставлена в столь же несвязанное положение» (Свечин, 1928);

«Военизация страны, идущая **рука об руку** с ее индустриализацией, должна обеспечить Красной Армии на полях ее будущих битв еще более могущественную технику, чем во время гражданской войны» (Тухачевский, 1964);

«It is most likely that a great many unfortunate disagreements could have been avoided in 1870 and 1871 if the civilian members of the Turkish delegation had spent a bit more time among the senior generals and observed the latest troubles of the war **side by side** with them» (Svechin, 2004);

«...for this reason critical narration must generally proceed **hand in hand** with historical investigation» (Clausewitz, 1997).

В основе образности фразеологизмов – части тела человека как границы телесного пространства человека и соприкосновение границ двух субъектов как отражение идеи максимальной близости и сплоченности. Во внутренней форме фразеологизмов лежит принятая с древних времен и вплоть до начала Первой мировой войны формация для ведения боевых действий в виде плотно сомкнутого строя солдат, позволяющая каждому бойцу рассчитывать на поддержку стоящих рядом товарищей (Лупанова, 2022, с. 63).

Фразеологические синонимы обладают инвариантным значением, но различаются нюансами семантики, что обуславливает их функциональную и стилистическую маркированность. Приведем примеры:

«Вся эта работа должна вызвать подъем, должна выявить готовность трудящихся масс защищать свои интересы **до последней капли крови**» (Тухачевский, 1964);

«Обязанность стратегии – не допускать, чтобы наступательные операции затягивались **до последнего издыхания**» (Свечин, 1927);

«Ленин исходил из признания невозможности победы над буржуазией без долгой, упорной, отчаянной войны **не на живот, а на смерть**, – войны, требующей выдержки, дисциплины, твердости, непреклонности и единства воли» (Свечин, 1927).

В приведенных фрагментах представлены фразеологические синонимы *до последней капли крови, до последнего издыхания, не на живот (жизнь), а на смерть*, объединенные общим инвариантным значением предельной степени проявления действия или состояния, но демонстрирующие различную стилистическую маркированность и специфику употребления. Фразеологические единицы реализуют семантическую доминанту абсолютной самоотдачи и бескомпромиссности в достижении цели, однако каждая из них обнаруживает собственные семантические и стилистические особенности. Фразеологизм *до последней капли крови*, функционирующий в контексте политической риторики, характеризуется возвышенной коннотацией и используется для выражения готовности к высшей степени самопожертвования. В военно-стратегическом дискурсе употребляется фразеологическая единица *до последнего издыхания*, которая, сохраняя семантику предельности, приобретает заметный прагматический оттенок и соотносится с исчерпанием ресурсов. Фразеологизм *не на живот, а на смерть*, имеющий народно-разговорную стилистическую окраску, в контексте политической борьбы актуализирует значение непримиримого противостояния и решительности. Таким образом, выбор конкретного фразеологизма из рассматриваемого синонимического ряда детерминируется жанрово-стилистическими характеристиками текста и коммуникативным заданием, что подтверждает тезис о функциональной и стилистической дифференциации фразеологических синонимов при наличии общего инвариантного значения.

В системе военной фразеологии особое место занимают парадигматические отношения антонимического характера, отражающие диалектическое единство и противоположность номинируемых явлений военной сферы. Антонимические отношения во фразеологии военной сферы реализуются как на уровне компонентного состава устойчивых выражений, так и на уровне целостного фразеологического значения.

К примерам антонимии на уровне компонентного состава коллокации относятся: *захватить инициативу – потерять инициативу* ‘seize the initiative – lose the initiative’, *открывать огонь – прекращать огонь*.

В военной фразеологии антонимические пары зачастую формируются на основе противопоставления концептуально значимых для военного дела понятий, таких как "наступление - оборона", "победа - поражение", "наступление - отступление". Так, коллокации *перейти в наступление – организовать оборону – ударить отбой* демонстрируют антонимические отношения, основанные на противоположности обозначаемых тактических действий. Особую группу составляют фразеологические антонимы, отражающие качественную характеристику военных операций: *молниеносный удар / атака – затяжной бой*, где противопоставление реализуется через темпоральный признак.

Анализ синонимических и антонимических отношений в военной фразеологии позволяет выявить не только системный характер организации военной терминологии, но и специфику концептуализации военной действительности в языковом сознании.

#### **Заключение**

Проведенное исследование фразеологии в трудах теоретиков военного искусства позволяет сформулировать следующие выводы:

1. Военная фразеология в текстах научного стиля, к которым принадлежат трактаты по военному искусству, представлена идиоматикой, экспрессивность которой трансформируется, способствуя не столько эмоциональному окрашиванию текста, сколько усилению его интеллектуального воздействия через повышение точности и ясности формулировок, и терминологическими коллокациями, составляющими основу военно-научного стиля.

2. Прагматический аспект функционирования военной фразеологии в научном дискурсе раскрывается через ее роль в структурировании военно-теоретической мысли. Фразеологические единицы выступают не только средством номинации специальных понятий, но и инструментом концептуализации и категоризации военной действительности. В трудах военных теоретиков фразеологизмы зачастую приобретают статус терминов, обозначающих ключевые понятия военной науки. При этом образный компонент фразеологизма не утрачивается полностью, а интегрируется в научное представление о сущности обозначаемого феномена, обеспечивая его многоаспектное восприятие.

3. Системообразующим фактором военной фразеологии выступает внутренняя форма, обеспечивающая структурно-семантическую целостность и когнитивную организацию фразеологических единиц военного дискурса. Во внутренней форме военной фразеологии преимущественно заключены метафоры пространства, движения и организма, обеспечивающие устойчивость фразеологических единиц через закрепленный образный компонент, детерминирующий внутренние связи фразеологических единиц и создающий предпосылки для формирования синонимических и антонимических рядов. Проведенный анализ демонстрирует, что внутренняя форма не только обеспечивает образность фразеологизма, но и выступает активным элементом в формировании его актуального значения, определяя характер употребления в научном тексте. Метафоры пространства, движения и организма формируют когнитивный фундамент, на котором выстраивается концептуализация военной действительности в профессиональном сознании.

4. К признакам системности военной фразеологии относится наличие устойчивых внешних и внутренних связей. Внутренние связи на уровне компонентной структуры фразеологизмов проявляются в стандартном наборе смыслов, выражаемых военными коллокациями, и случаях фразеологической вариантности. Внутренние отношения обусловлены фундаментальным свойством фразеологических единиц – асимметрией содержания и формы. Исследование показало, что военные фразеологизмы образуют системно организованные группы на основе типовых значений, соответствующих концептуально значимым аспектам военной деятельности: действие и состояние участников военной деятельности, темпоральные характеристики, каузативные отношения, качественные характеристики. Фразеологическая вариантность свидетельствует о гибкости фразеологической системы при сохранении ее общей структурной организации.

5. Анализ внешних системных связей военных фразеологизмов позволяет выявить их многоаспектную природу в контексте языковой системы. В тексте фразеологическая единица военной тематики реализует собственное значение, присущие ей грамматические категории, парадигматические отношения с

другими фразеологизмами, синтагматические связи как с фразеологическими единицами, так и с отдельными лексемами. Внешние системные связи формируют целостную систему отношений, определяющую место военного фразеологизма в языковой картине мира. Парадигматические отношения, представленные синонимией и антонимией, отражают диалектический характер военной концептосферы с ее противопоставлениями "наступление – оборона", "победа – поражение", "наступление – отступление". Синтагматические отношения военных фразеологизмов со словами-сопроводителями и словами, образующими сильноуправляемую или сильнопримыкаемую связь, демонстрируют интеграцию фразеологических единиц в общую языковую систему.

6. Сопоставительный анализ военной фразеологии в русском и английском языках обнаруживает как изоморфные, так и алломорфные черты. К универсальным характеристикам относятся системообразующая роль внутренней формы, преобладание пространственных, соматических и кинетических метафор, наличие стандартного набора выражаемых значений. Национально-специфические особенности проявляются в асимметрии распределения лексических функций, вариативности образных компонентов при сходстве актуального значения, различиях в стилистической маркированности функциональных эквивалентов. Эта асимметрия обусловлена не только лингвистическими факторами, но и различиями в историческом опыте и военных традициях.

Междисциплинарный характер исследования военной фразеологии открывает перспективы для дальнейшего изучения взаимосвязи языка и мышления в специализированных областях знания. Интеграция лингвистического, когнитивного и прагматического подходов позволяет комплексно описать не только структурно-семантические особенности военных фразеологизмов, но и их роль в профессиональной коммуникации и концептуализации специального знания. Дальнейшее исследование может быть направлено на более детальное изучение трансформации военной фразеологии в диахроническом аспекте, что позволит проследить эволюцию военно-теоретической мысли через изменения в системе фразеологических единиц.

#### Литература

1. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Аспекты теории фразеологии. – Москва: Знак, 2008. – 656 с.
2. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Очерки общей и русской фразеологии. – М.: Издательский Дом ЯСК, 2024. – 280 с.
3. Жуков В. П., Жуков А. В. Русская фразеология. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва: Высш. шк., 2006. – 408 с.
4. Иссерсон Г. С. Эволюция оперативного искусства. – 2-е доп. изд. – Москва: изд. и 1 тип. Воениздата, 1937. – 142 с.
5. Клаузевиц К. фон. О войне [перевод с немецкого]. – Москва: Эксмо; Санкт-Петербург: Мидгард, 2007. – 861 с.
6. Лупанова Е. В. Универсальные образы в семантике фразеологизмов военного происхождения русского и английского языков // Вестник Московского информационно-технологического университета – Московского архитектурно-строительного института. – 2022. – № 2. – С. 61-67.
7. Малюга Е.Н. Английский язык для экономистов. – Питер, 2005. – 300 с. EDN: QRJCRX
8. Малюга Е.Н., Банщикова М.А. Англоязычный профессиональный жаргон в немецком рекламном медиадискурсе. – LAP LAMBERT, 2011. – 184 p. EDN: TIOFML
9. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Высш. шк., 1987. – 287 с.
10. Национальный корпус русского языка. Александра Маринина. Мужские игры. [Электронный ресурс]. – 1997. – Режим доступа: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 14.04.2025).
11. Национальный корпус русского языка. Николай Цынкевич. Вне «Зоны» действия. Наши девушки сразятся за золото баскетбольного чемпионате мира // «Известия», 2002.09.24. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 14.04.2025).
12. Петросян Г.О., Гришечко Е.Г. Интеграция лингвистических и дидактических подходов в процессе овладения иностранным языком // Успехи гуманитарных наук. – 2020. – № 11. – С. 125-131. EDN: BCITZI
13. Свечин А. А. Стратегия. – Москва: Военный вестник, 1927. – 263 с.

14. Свечин А. А. Эволюция военного искусства: С древнейших времен до наших дней. 2 т. – М.: типо-лит. Воен. акад. РККА им. М. В. Фрунзе, 1928.
15. Суркова Е. В. (а) Военная фразеология в трактате «О войне» К. Фон Клаузевица // Политическая лингвистика. – 2024. – № 6 (108). – С. 178–185.
16. Суркова Е. В. (б) Когнитивные основы военной фразеологии // Когнитивные исследования языка. – 2024. – № 5(61). – С. 583–587.
17. Телия В. Н. Русская фразеология: Семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты. – Москва: Шк. "Языки рус. культуры", 1996. – 284 с.
18. Телия В. Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. – Москва: Наука, 1981. – 269 с.
19. Триандафиллов В. К. Характер операций современных армий. – Москва: Гос. воен. изд-во, 1932. – 189 с.
20. Тухачевский М. Н. Избранные произведения. 2 т. – Москва: Воениздат, 1964.
21. Akopova A.S. English for academic purposes: perspectives on the past, present and future (book review) // Training, Language and Culture. – 2024. – Т. 8. – № 4. – Pp. 109-111. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2024-8-4-109-111>
22. Bouyé M., Gledhill C. The Phraseology of Legal French and Legal Popularisation in France and Canada: A Corpus-Assisted Analysis // Languages. – 2024. – Vol. 9. – №. 3. – P. 107.
23. Clausewitz C. On War. Wordsworth, 1997. – 915 p.
24. Da Corte M., Baptista J. A phraseology approach in developmental education placement // Computational and Corpus-based Phraseology, Proceedings of EUROPHRAS. – 2022. – Pp. 28-30.
25. Gisle A. Phraseology in a cross-linguistic perspective: A diachronic and corpus-based account // Corpus Linguistics and Linguistic Theory. – 2022. – Vol. 18. – №. 2. – Pp. 365-389.
26. Grabowski Ł., Pezik P. Marking and breaking phraseology in English and Polish: a comparative corpus-informed study // Poznan Studies in Contemporary Linguistics. – 2023. – Vol. 59. – №. 3. – Pp. 551-575.

27. Granger S. Phraseology, corpora and L2 research // Perspectives on the L2 phrasicon: The view from learner corpora. – 2021. – Vol. 148. – Pp. 3-21.
28. Gribanova T.I., Gaidukova T.M. (2019). Hedging in different types of discourse // Training, Language and Culture. – 2019. – T. 3. – № 2. – Pp. 85-99. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.2.6>
29. Halimi S. A. Phraseology and Terminology Challenges and Approach to Translating Divorce Decrees // International Journal for the Semiotics of Law-*Revue internationale de Sémiotique juridique*. – 2025. – Pp. 1-14.
30. Karczewska M. Names of shapes in English and Polish phraseology: a contrastive analysis // *Interdisziplinäre Verortungen der Angewandten Linguistik*. – 2023. – P. 107.
31. 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. – T. 4. – № 4. – Pp. 78-90. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2020-4-4-78-90>
32. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. – University of Chicago Press, 2008. – 308 p.
33. Liddell Hart B. H. *Strategy*. Vol. 2. – New York: Meridian, 1967.
34. Luttwak E. *The Pentagon and The Art of War: The Question of Military Reform*. – New York: Institute for Contemporary Studies, Simon & Schuster, Inc., 1985. – 333 p.
35. Malyuga E.N. A corpus-based approach to corporate communication research // *Russian Journal of Linguistics*. – 2023. – T. 27. – № 1. – Pp. 152-172. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-33561>
36. Mariia S., Loryna M. The psycholinguistics of modern English phraseology: A neuroscientific perspective on cognitive processing // "The XII International Scientific and Practical Conference" Youth, education and science through today's challenges", November 04-06, 2023. – Bordeaux, France. – P. 284.
37. Mavlonova N.A., Sodiqova Y. F., Khamrayeva Z. K. Principles for Determining the Categories of Proximity of the Russian Language to Uzbek in the Field of Phraseology: Identification of Interlingual Phraseological Accordance // *International Journal of Health Sciences*. – 2022. – №. V. – Pp. 1414-1419.

38. Mel'čuk I. *Language: From Meaning to Text*. – Moscow / Boston: Academic Studies Press, 2016. – 400 p.
39. Nilufar Q., Zahro S. Exploring the intricacies of phraseology in integration with pragmatics // *International Multidisciplinary Journal for Research & Development*. – 2024. – Vol. 11. – № 03. – Pp. 33-35.
40. Pontrandolfo G. The importance of being patterned: Old and new perspectives on legal phraseology // *Handbook of Terminology: Volume 3. Legal Terminology*. – John Benjamins Publishing Company, 2023. – Pp. 124-150.
41. Rano A. The cognitive representation of phraseological units in the domain of "science" in French phraseology // *Web of Teachers: Inderscience Research*. – 2024. – Vol. 2. – №. 12. – Pp. 410-413.
42. Rosa R. G. Take the plunge: using phraseology to enhance learners' knowledge of grammar // *BELT-Brazilian English Language Teaching Journal*. – 2023. – Vol. 14. – №. 1. – Pp. 1-14.
43. Sulaimanovich M. A., Lenara I. Aspects of Modern Phraseology // *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*. – 2021. – Vol. 12. – №. 7. – Pp. 1998-2000.
44. Svechin A. A. *Strategy* / Edited by Kent D. Lee. Minneapolis, Minnesota: East View Information Services, 2004. – 453 p.
45. Szudarski P. Corpora and teaching vocabulary and phraseology // *The Routledge handbook of corpora and English language teaching and learning*. – Routledge, 2022. – Pp. 41-55.
46. Vesteraager A. K. Poulsen S. Collocations as a language resource: A functional and cognitive study in English phraseology // *HERMES-Journal of Language and Communication in Business*. – 2023. – №. 63. – Pp. 185-188.
47. Yun H. J., Choi J. K. A study on non-compliance with standard phraseology and communication errors in pilot-controller communication // *The Korean Journal of Aerospace and Environmental Medicine*. – 2023. – Vol. 33. – №. 3. – Pp. 65-70.

#### References

- Akopova, A. S. (2024). English for academic purposes: Perspectives on the past, present and future (book review). *Training, Language and Culture*, 8(4), 109-111. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2024-8-4-109-111>

- Baranov, A. N., & Dobrovolsky, D. O. (2008). *Aspekty teorii frazeologii [Aspects of phraseology theory]*. Znak. (in Russian)
- Baranov, A. N., & Dobrovolsky, D. O. (2024). *Ocherki obshchei i russkoi frazeologii [Essays on general and Russian phraseology]*. Izdatelsky Dom YaSK. (in Russian)
- Bouyé, M., & Gledhill, C. (2024). *The phraseology of legal French and legal popularisation in France and Canada: A corpus-assisted analysis*. *Languages*, 9(3), 107.
- Clausewitz, C. (1997). *On war*. Wordsworth.
- Da Corte, M., & Baptista, J. (2022). A phraseology approach in developmental education placement. In *Computational and Corpus-based Phraseology, Proceedings of EUROPHRAS* (pp. 28-30).
- Gisle, A. (2022). Phraseology in a cross-linguistic perspective: A diachronic and corpus-based account. *Corpus Linguistics and Linguistic Theory*, 18(2), 365-389.
- Grabowski, Ł., & Pezik, P. (2023). Marking and breaking phraseology in English and Polish: A comparative corpus-informed study. *Poznan Studies in Contemporary Linguistics*, 59(3), 551-575.
- Granger, S. (2021). Phraseology, corpora and L2 research. *Perspectives on the L2 Phrasicon: The View from Learner Corpora*, 148, 3-21.
- Gribanova, T. I., & Gaidukova, T. M. (2019). Hedging in different types of discourse. *Training, Language and Culture*, 3(2), 85-99. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.2.6>
- Halimi, S. A. (2025). Phraseology and terminology challenges and approach to translating divorce decrees. *International Journal for the Semiotics of Law-Revue Internationale de Sémiotique Juridique*, 38, 1-14.
- Isserson, G. S. (1937). *Evolyutsiya operativnogo iskusstva [Evolution of operational art]*. Voenizdat. (in Russian)
- Karczewska, M. (2023). Names of shapes in English and Polish phraseology: A contrastive analysis. In *Interdisziplinäre Verortungen der Angewandten Linguistik* (p. 107).
- 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. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2020-4-4-78-90>

- Clausewitz, K. von. (2007). *O voine [On war]*. Eksmo; Midgard. (in Russian)
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Liddell Hart, B. H. (1967). *Strategy*. Meridian.
- Lupanova, E. V. (2022). Universalnye obrazy v semantike frazeologizmov voennogo proiskhozhdeniya russkogo i angliiskogo yazykov [Universal images in the semantics of phraseological units of military origin in Russian and English languages]. *Vestnik Moskovskogo informatsionno-tehnologicheskogo universiteta - Moskovskogo arkhitekturno-stroitel'nogo instituta*, 2, 61-67. (in Russian)
- Luttwak, E. (1985). *The Pentagon and the art of war: The question of military reform*. Institute for Contemporary Studies, Simon & Schuster, Inc.
- Malyuga, E. N. (2005). *English for Economists*. Piter. EDN: QRJCRX
- Malyuga, E. N. (2023). A corpus-based approach to corporate communication research. *Russian Journal of Linguistics*, 27(1), 152-172. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-33561>
- Malyuga, E. N., & Banschikova, M. A. (2011). *English-language professional jargon in German advertising media discourse*. LAP LAMBERT. EDN: TIOFML
- Mariia, S., & Loryna, M. (2023). The psycholinguistics of modern English phraseology: A neuroscientific perspective on cognitive processing. In *The XII International Scientific and Practical Conference "Youth, Education and Science through Today's Challenges"* (p. 284).
- Mavlonova, N. A., Sodiqova, Y. F., & Khamrayeva, Z. K. (2022). Principles for determining the categories of proximity of the Russian language to Uzbek in the field of phraseology: Identification of interlingual phraseological accordance. *International Journal of Health Sciences*, V, 1414-1419.
- Mel'čuk, I. (2016). *Language: From meaning to text*. Academic Studies Press.
- Nacional'nyj korpus russkogo yazyka. Aleksandra Marinina. Muzhskie igry* (1997). [Electronic resource]. Retrieved from: <https://ruscorpora.ru/> (accessed 14.04.2025).

- Nacional'nyj korpus russkogo yazyka. Nikolaj Cynkevich. Vne «Zony» dejstviya. Nashi devushki srazyatsya za zoloto basketbol'nogo chempionate mira. «Izvestiya», 2002.09.24. [Electronic resource]. Retrieved from: <https://ruscorpora.ru/> (accessed 14.04.2025).
- Nazaryan, A. G. (1987). *Frazeologiya sovremennogo frantsuzskogo yazyka [Phraseology of modern French language]*. Vysshaya shkola. (in Russian)
- Nilufar, Q., & Zahro, S. (2024). Exploring the intricacies of phraseology in integration with pragmatics. *International Multidisciplinary Journal for Research & Development*, 11(03), 33-35.
- Petrosyan, G. O., & Grischechko, E. G. Integration of linguistic and didactic approaches in the process of foreign language mastering. *Humanitarian Sciences Success*, 11, 125-131. EDN: BCITZI
- Pontrandolfo, G. (2023). The importance of being patterned: Old and new perspectives on legal phraseology. In *Handbook of Terminology: Volume 3. Legal Terminology* (pp. 124-150). John Benjamins Publishing Company.
- Rano, A. (2024). The cognitive representation of phraseological units in the domain of "science" in French phraseology. *Web of Teachers: Inderscience Research*, 2(12), 410-413.
- Rosa, R. G. (2023). Take the plunge: Using phraseology to enhance learners' knowledge of grammar. *BELT-Brazilian English Language Teaching Journal*, 14(1), 1-14.
- Svechin, A. A. (1927). *Strategiya [Strategy]*. Voenny vestnik. (in Russian)
- Svechin, A. A. (1928). *Evolyutsiya voennogo iskusstva: s drevneishikh vremen do nashikh dnei [Evolution of military art: From ancient times to our days]*. Tipo-lit. Voen. akad. RKKA im. M. V. Frunze. (in Russian)
- Svechin, A. A. (2004). *Strategy* (K. D. Lee, Ed.). East View Information Services.
- Sulaimanovich, M. A., & Lenara, I. (2021). Aspects of modern phraseology. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(7), 1998-2000.
- Surkova, E. V. (2024a). Voennaya frazeologiya v traktate "O voine" K. Fon Klauzevitsa [Military phraseology in the treatise "On War" by C. von Clausewitz]. *Politicheskaya lingvistika*, 6(108), 178-185. (in Russian)

- Surkova, E. V. (2024b). Kognitivnye osnovy voennoi frazeologii [Cognitive foundations of military phraseology]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, 5(61), 583-587. (in Russian)
- Szudarski, P. (2022). Corpora and teaching vocabulary and phraseology. In *The Routledge handbook of corpora and English language teaching and learning* (pp. 41-55). Routledge.
- Teliya, V. N. (1981). *Tipy yazykovykh znachenii: Svyaz. znachenie slova v yaz* [Types of language meanings: Connected meaning of a word in language]. Nauka. (in Russian)
- Teliya, V. N. (1996). *Russkaya frazeologiya: Semant., pragmat. i lingvokulturolog. aspekty* [Russian phraseology: Semantic, pragmatic and linguocultural aspects]. Shkola "Yazyki russkoi kultury". (in Russian)
- Triandafilov, V. K. (1932). *Kharakter operatsii sovremennykh armii* [The nature of the operations of modern armies]. Gosudarstvennoe voennoe izdatelstvo. (in Russian)
- Tukhachevsky, M. N. (1964). *Izbrannye proizvedeniya* [Selected works]. Voenizdat. (in Russian)
- Vesterager, A. K., & Poulsen, S. (2023). Collocations as a language resource: A functional and cognitive study in English phraseology. *HERMES-Journal of Language and Communication in Business*, 63, 185-188.
- Yun, H. J., & Choi, J. K. (2023). A study on non-compliance with standard phraseology and communication errors in pilot-controller communication. *The Korean Journal of Aerospace and Environmental Medicine*, 33(3), 65-70.
- Zhukov, V. P., & Zhukov, A. V. (2006). *Russkaya frazeologiya* [Russian phraseology]. Vysshaya shkola. (in Russian)

УДК 81`272:316.77

<https://doi.org/10.25076/vpl.58.05>

Л. М. Саркисян

Т. В. Куприна<sup>7</sup>

Уральский федеральный университет имени первого  
Президента России Б. Н. Ельцина

**ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ КОНТЕКСТОВ НА  
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОРМ ВЕЖЛИВОСТИ НА ДЕЛОВЫХ  
ВСТРЕЧАХ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ КИТАЯ,  
ГЕРМАНИИ, РОССИИ И ОАЭ)**

*В статье рассматривается влияние культурных контекстов на использование форм вежливости в процессе деловых встреч на примере представителей Китая, Германии, России и Объединенных Арабских Эмиратов. Статья предлагает комплексный междисциплинарный подход к исследованию влияния культурных контекстов на формы вежливости в деловом общении, объединяющем лингвистический, культурологический, прагматический и практический аспекты. С точки зрения прагматического подхода анализируются особенности коммуникативных стратегий, обусловленные культурными ценностями и нормами каждой страны, и их отражение в вербальном и невербальном поведении участников делового общения. Исследование предлагает оригинальные эмпирические данные, собранные в ходе наблюдений за реальными деловыми встречами, что позволяет выявить практические аспекты применения форм вежливости в различных культурных средах. В работе выявляются различия в применении формальных и неформальных обращений, степени прямоты и косвенности высказываний, а также роли иерархии и уважения в речевых актах. Статья выявляет основные формы вежливости, используемые*

---

<sup>7</sup> © Саркисян Л.М., Куприна Т.В. 2025



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

*деловыми представителями Китая, Германии, России и ОАЭ. Особое внимание уделяется анализу коммуникативных стратегий, обусловленных национальными культурными ценностями и нормами, которые проявляются в вербальном и невербальном поведении участников делового общения. В работе анализируется влияние использованных форм вежливости на эффективность переговорного процесса. Новизна данной статьи заключается в интеграции теоретических моделей с практическими наблюдениями в процессе деловых встреч, что позволяет глубже понять механизмы межкультурной коммуникации. Результаты исследования подчеркивают важность учета культурных особенностей при организации международных деловых встреч для повышения эффективности коммуникации и предотвращения недопониманий. Статья будет полезна специалистам в области межкультурной коммуникации, международного бизнеса и лингвистики.*

*Ключевые слова: формы вежливости, деловые встречи, межкультурная коммуникация, культурные контексты*

**UDC 81'272:316.77**

**<https://doi.org/10.25076/vpl.58.05>**

**L. M. Sarkisian**

**T. V. Kuprina**

**Ural Federal University named after the First President of  
Russia B. N. Yeltsin**

**THE INFLUENCE OF CULTURAL CONTEXTS ON THE  
USE OF POLITENESS FORMS AT BUSINESS MEETINGS  
(THE EXAMPLE OF REPRESENTATIVES OF CHINA,  
GERMANY, RUSSIA AND THE UAE)**

*The article examines the influence of cultural contexts on the use of forms of politeness in the process of business meetings on the example of representatives of China, Germany, Russia and the United Arab Emirates. The article offers a comprehensive interdisciplinary approach to the study of the influence of cultural contexts on the use of politeness forms in business communication, combining linguistic, cultural, pragmatic, and practical aspects. The features of communicative*

*strategies, conditioned by cultural values and norms of each country, and their reflection in verbal and non-verbal behavior of participants of business communication are analyzed from the perspective of pragmatics. The research offers original empirical data collected through observations of real business meetings, which reveals the practical aspects of applying forms of politeness in different cultural environments. The paper identifies differences in the use of formal and informal appeals, the degree of directness and indirectness of statements, and the role of hierarchy and respect in speech acts. The article reveals the main forms of politeness used by business representatives of China, Germany, Russia and the UAE. Special attention is paid to the analysis of communicative strategies, conditioned by national cultural values and norms, which are manifested in verbal and non-verbal behaviour of business communication participants. The paper analyzes the influence of the used forms of politeness on the effectiveness of the negotiation process. The novelty of this article lies in the integration of theoretical models with practical observations in business meetings, which allows a deeper understanding of the intercultural communication mechanisms. The results of the study highlight the importance of cultural sensitivity in organizing international business meetings to enhance communication effectiveness and prevent misunderstandings. The article will be useful for specialists in the field of intercultural communication, international business and linguistics.*

*Keywords: forms of politeness, business meetings, cross-cultural communication, cultural contexts*

### **Introduction**

Nowadays it is a common phenomenon when business partners and customers reflect diverse cultural origins, and, therefore, understanding the impact of cultural contexts on communication becomes extremely important. One of the main constituents of effective communication in business meetings is politeness, which can vary depending on cultural norms and values of a particular nation. Forms of politeness, involving addressing, use of polite expressions, and nonverbal cues, are crucial in the process of creating a positive image: they can help to build trust, show respect and leave a positive impression of oneself and one's company. However, some forms of politeness may have contrast

meanings across different nations. Cultural features in courteous forms' use can lead to misunderstandings and conflicts during business meetings. For instance, inappropriate understanding of the interlocutor's statement or the use of inaccurate references or phrases addressed to the other party can have negative consequences and affect the outcome of the negotiation process. In this regard, it can be argued that the success of a business meeting is determined not only by the professional background of the parties, but also by their knowledge of the other party's cultural norms.

Recognizing the influence of cultural context on the use of politeness forms in business meetings not only contributes to the successful conclusion of transactions but also allows to create long-term and mutually beneficial relationships in the international business environment. Since nowadays there is a great competition between successful organizations, the representatives of one or another party should have such a quality as cultural competence, which will allow them to avoid conflicts and increase the effectiveness of the negotiation process.

The aim of the research is to examine how cultural contexts influence the use of politeness strategies during business meetings. To accomplish this, the study sets several objectives: to review existing literature on the cultural peculiarities of various nations, focusing on Chinese, German, Russian, and Arab cultures; to examine various politeness strategies employed in intercultural corporate communication; to explore the influence of cultural customs and social expectations on the choice of polite language; to observe video recordings of business meetings involving Chinese, German, Russian, and Arab entrepreneurs; to identify the core features of polite behavior exhibited by representatives of these cultures; to analyze the collected data to uncover main patterns in the use of polite forms across these cultural groups. Ultimately, the research aims to explore the relationship between politeness strategies and the success of business negotiations within different cultural settings.

The choice of these countries is determined by the fact that China, Germany, Russia, and the UAE represent diverse cultural and linguistic backgrounds: Asian, Western European, Eastern European and Middle Eastern. This diversity enables a comprehensive exploration of various communicative strategies and forms of politeness. Besides, the distinct business etiquette and communication styles found in each of these

nations make a comparative analysis particularly interesting for uncovering national and cultural nuances of polite interaction. Furthermore, the selected countries play a notable role in the global economy and international business relations, so understanding the peculiarities of their communication practices is essential for successful negotiations. In addition, representatives of these countries often enter into business contacts with each other, which requires a deep understanding of their cultural differences. Thus, the choice of these countries is conditioned by their cultural, economic and communicative significance for the study of politeness in international business meetings.

#### **Theoretical background**

The study of politeness forms and their functioning in cross-cultural communication is one of the main challenges of modern linguistics and pragmatics since courtesy is considered to be the principal element of speech etiquette. Both domestic and international scientific researches have gathered substantial theoretical and empirical data to examine different types of politeness and their importance in cross-cultural communication.

Thus, the studies by E. M. Vereshchagin (1990) describe and analyze linguistic patterns of politeness in the Russian language. In the research he emphasized that forms of politeness in Russian are closely connected with cultural norms and traditions, as well as with the social status of interlocutors. V. G. Kostomarov (1990) also made a significant contribution to the study of speech etiquette and forms of politeness, considering them as a reflection of cultural values and patterns of behavior characteristic of Russian communicative practice. His works help to understand how cultural characteristics influence the choice of certain polite forms and strategies of communication.

Such scholars as T. V. Larina (2019), V. V. Leontiev (2016), L. V. Shcherba (1974), N. D. Arutyunova (1999) and V. N. Teliya (1991) have also made a significant contribution to the study of forms of politeness and speech etiquette in Russian linguistics.

T.V. Larina (2019) studies the category of politeness in Russian and English contexts and its perception by representatives of different cultures. T.V. Larina emphasizes the importance of adhering to the principles of politeness in electronic communication, which is especially relevant in today's diverse forms of communication. In addition, she emphasizes that politeness is an integral part of successful

communication that promotes harmony and mutual understanding in various social contexts.

V. V. Leontiev (2016) in the framework of his theory of language considered communicative behavior as a purposeful activity, in which forms of politeness act as an important means of regulating social relations and maintaining interpersonal contact. His approach allowed a deeper understanding of the functional role of polite speech acts in communication.

L. V. Shcherba (1974) paid attention to the historical development of linguistic forms and their stylistic features, including forms of politeness. He analyzed how social and cultural changes are reflected in speech etiquette and the choice of polite forms in the Russian language.

H. D. Arutyunova (1999) dealt with the problems of language pragmatics and speech etiquette, studying the mechanisms of politeness realization in various communicative situations. She emphasized that politeness is not only a set of formal expressions, but also a complex culturally conditioned phenomenon, including evaluative and emotional components.

B. N. Teliya (1991) analyzed speech etiquette as a system of normative patterns of communication, in which forms of politeness serve as a means of expressing respect, solidarity and social distance. His research played a significant role in advancing the theory of speech behavior and deepening the understanding of cultural codes in communication.

In the field of foreign linguistics, the contributions of P. Brown and S. Levinson (1978) are particularly influential, as they developed a foundational theory of politeness in the late 1970s. In their publication "Politeness: Some Universals in Language Usage", they introduced the concepts of "linear strategies" and "linear acts", and identified two primary types of politeness: positive and negative. Positive politeness is aimed at strengthening friendly and warm relations, while negative politeness is aimed at respecting the personal space and autonomy of the interlocutor. This theory became the basis for many subsequent studies in the field of pragmatics and intercultural communication, as it allows us to analyze universal and culture-specific manifestations of politeness in speech.

Special attention in foreign studies is paid to the works of Edward Hall (1976), who introduced the concepts of "high" and "low" contexts

of communication. Hall showed that in high-context cultures (e.g., Japanese or Arab) politeness forms and communicative strategies strongly depend on context, nonverbal cues, and general cultural knowledge. In low-context cultures (e.g., American or German), communication is more direct and politeness is expressed predominantly through verbal means. This concept has been extremely useful in understanding how differences in cultural codes affect the perception and use of polite forms in cross-cultural communication.

Other foreign scholars, such as J. Hoffman (1972) and R. Jenks (2011), consider the category of politeness in different languages and cultures and its role in the process of intercultural communication. They assert that knowledge of cultural contexts that influence the use of courtesy forms leads to a beneficial outcome of business meetings.

G. Hofstede (2001) in the context of studying politeness in intercultural communication plays an indispensable role due to his model of cultural dimensions, which helps to understand how cultural characteristics influence the norms of communication and politeness. In particular, dimensions such as power distance and individualism vs. collectivism are directly related to how people express respect.

#### **Materials and methods**

To accomplish the objectives of the research, the following methods were employed. The first stage involves collecting existing literature sources on the topic of politeness categories in cross-cultural contexts, with a focus on Chinese, German, Russian and Arab cultures. The data were analyzed based on the criteria presented in Table 1.

The second stage is related to content analysis, including the study of video recordings of corporate meetings and negotiations processes involving Chinese, German, Russian and Arab businessmen in order to analyze the forms of politeness used by them during the negotiation process.

The third stage involves analyzing the data collected regarding the forms of courtesy used during business meetings and negotiation processes.

*Table 1. Analyzed criteria*

<b>Category</b>	<b>Description</b>
-----------------	--------------------

Type of culture	individualist/collectivist; low/high power distance index (PDI); low/high level of country context
Linguistic forms of politeness	polite phrases and addressing
Non-verbal behaviour	kinesics, proxemics chronemics

At this stage, such research methods as discourse analysis, pragmatic analysis, and comparative analysis were applied. Discourse analysis includes the study of speech acts in the context of business meetings to identify politeness strategies, ways and expressions of respect. Pragmatic analysis comprises the study of speech acts and communicative intentions of negotiators, which allows to understand how politeness is realized in specific situations. Comparative analysis involves the comparison of means of politeness in different cultures (in this case – in Chinese, German, Russian and Arab), which allows to identify common and specific features.

The data are gathered through the examination of videos of business meetings and negotiations featuring Chinese, German, Russian, and Arab businessmen, sourced from online resources. A total of 100 videos were selected for the analysis (25 videos of business meetings with the participation of representatives from China, Germany, Russia, and the UAE correspondingly were analyzed).

In the process of observing the videos of negotiations, specific speech acts (for instance, phrases of greetings, requests, apologies, gratitude, small talk, health, family, religious phrases), as well as non-linguistic forms of politeness, such as punctuality and gift-giving, are identified and classified. The article focuses on the following major types of speech acts and forms of politeness identified in the course of observing video recordings of business meetings of representatives of China, Germany, Russia and the UAE: greetings, requests, apologies, expressions of gratitude, small talk, health, family, religious phrases, formal addresses using titles, phrases emphasizing respect and recognition of status, phrases expressing positive attitude and establishing trust, phrases mitigating criticism or expressing alternative opinions, goodbyes and wishes.

For each type of speech act and form of politeness, the number of times they are used during negotiations with representatives of China,

Germany, Russia, and the UAE is fixed. The obtained data are counted and reflected the frequency and share of each element in the overall communication structure for each country.

The categories of gift-giving and punctuality are understood as non-verbal forms of politeness. For gift-giving, it is manifested in the exchange of material signs of respect and establishment of trust during business negotiations. These can be traditional souvenirs, sweets, symbolic gifts that are given to partners in order to create a positive atmosphere.

The category of punctuality reflects the participants' attitude to the time of the meeting and compliance with the schedule agreements.

For each meeting, it is fixed whether a gift is given and whether punctuality is observed (e.g. arriving on time, delay less/more than a certain threshold – 10 minutes). The number of meetings in which this type of courtesy (gift or punctuality) is present is counted. The percentage is calculated as the ratio of the number of meetings with the manifestation of the corresponding category to the total number of meetings, related to representatives of the particular culture (25) multiplied by 100%.

Histograms are constructed based on these quantitative data, visualizing differences and similarities in the use of politeness forms between cultures. Basic statistical methods (e.g. percentages, averages, rounding) are applied for easier understanding of histograms. The percent ratios are calculated in relation to the total number of fixed word combinations and speech manifestations of politeness forms highlighted in the analyzed video recordings.

The article also observes the success of the negotiations which is measured by considering several criteria reflecting both communicative and productive aspects of business meetings. The main indicator of success is the achievement of agreements, including the conclusion of contracts, agreements or mutual understanding on the issues under discussion. A crucial element of the evaluation is the effectiveness of communication, specifically how well participants are able to express their viewpoints clearly and accurately while being culturally sensitive and courteous, thereby minimizing misunderstandings. In addition, the level of mutual understanding is assessed, reflecting the degree of coherence of positions and the absence of serious conflicts or misunderstandings during negotiations. The presence of constructive

dialog and the intention to build long-term business relationships are also taken into account, as well as verbal and non-verbal signals of agreement – confirmation of agreements both in words and through positive non-verbal expressions (e.g. smiles, nods).

### **Results and discussion**

The culture type greatly impacts the ways in which politeness is expressed. Power Distance Index (PDI) reflects the level of hierarchy in a particular culture, and this, in turn, affects the use of forms of politeness in cross-cultural negotiations (Hofstede, 2001). Depending on the level of power distance, which ranges from high to low, politeness and communication style can vary significantly in countries such as China, Germany, Russia, and the United Arab Emirates.

Thus, in examining the literature sources, it was found that in China, which is a collectivist society, politeness is expressed through respect for hierarchy. Since PDI in China is about 80, which is characterized as a high level of power distance, influential point in negotiation process is the use of respectful forms of address. Chinese culture belongs to countries with high context. In such societies, great attention is paid to indirectness, respect for the person and maintaining harmony in communication (Hall, 1976). Therefore, it can be assumed that during negotiation processes in Chinese culture, it is important to respect social hierarchies, so the use of titles and formal addresses is considered the standard. In addition, Chinese businessmen often address people by their title and surname, especially if they are elder or in a higher position. Informal addresses can be interpreted as disrespectful, so one must be careful to be respectful of the hierarchy. In addition, courtesy is expressed through the use of euphemisms and circumlocutions. Chinese businessmen tend to avoid direct criticism, as it is not customary to embarrass the interlocutor. Thus, politeness is often expressed in veiled expressions and innuendos.

The nonverbal behavior of Chinese businessmen can also reflect their cultural norms and values. For instance, they use respectful greetings through a slight tilt of the head, sometimes a bow, and, of course, a handshake. Eye contact in Chinese culture also has its own characteristics. Moderate eye contact is considered a sign of respect, but too intense gaze can be perceived as aggression, so it is important to strike a balance (Matsumoto & Hwang, 2013).

Facial expressions and gestures also have a function in nonverbal communication. Smiling can help establish a friendly atmosphere, but excessive use of gestures may be perceived as inappropriate in Chinese culture. Modesty and restraint in nonverbal behavior are important elements, as avoiding self-promotion and demonstrating success emphasizes respect for the interlocutor (Matsumoto & Hwang, 2013).

In addition, Chinese businessmen use open postures and relaxed gestures that create an atmosphere of trust, while closed gestures can be perceived as wariness or displeasure. A nod of the head may indicate agreement, but in some cases may be used to express polite attention rather than agreement, which requires careful attention to context.

Mutual respect is another core point in Chinese culture. It is essential to show respect for elders and more experienced negotiators, which can be manifested by listening more attentively and avoiding interruptions. Exchanging gifts in negotiations is also an important element of non-verbal communication. Gifts should be presented respectfully and can be beautifully wrapped (Sai, 2023).

Personal space for the Chinese in negotiations has its own unique characteristics that are important to consider in order to create a comfortable and productive atmosphere. Unlike Western cultures, where the physical distance may be smaller, the Chinese prefer to maintain a certain space between themselves and the interlocutor. This distance is usually around 1-1.5 meters, which helps to create a sense of respect and comfort (Sai, 2023).

Chinese business people's attitudes towards meeting time are culturally specific, as time is often perceived more flexibly in China, and therefore adherence to strict time frames is not always a prioritized issue. Thus, business meetings may take longer due to the importance of discussing all the details. However, if one party is late, it is not necessarily perceived as disrespectful and may be due to other circumstances. The negotiation process in China often involves several stages such as preliminary discussions, formal meetings and final agreements. Each of these stages can take a considerable amount of time, as it is important to weigh all aspects carefully. It is also worth considering that timing may be related to cultural traditions: some days may be considered more favorable for signing contracts, which also affects the timing of negotiations (Sai, 2023).

In Germany, which represents an individualist culture, politeness is shown through directness and honesty (Hofstede, 2001). People value open and honest communication, and names and titles are often used at the beginning of interactions to emphasize respect. Negotiations emphasize facts and arguments, creating a more competitive style of communication.

PDI in Germany is about 35, thus, the culture is characterized by low power distance (Hall, 1976). Therefore, it can be assumed that the use of formal titles may be less strict, especially in informal situations. Informal references, such as the use of first names, may be acceptable once a trusting relationship has been established. Although hierarchy exists, it is less explicit and employees are free to express their opinions, regardless of their status.

Germany is a low-context country. German culture values clarity, precision and directness (Hall, 1976). Linguistic manifestations of this include the use of clear formulas of politeness, standardized addresses (e.g. "Sehr geehrte Damen und Herren"- "Ladies and Gentlemen"), and direct constructions for expressing opinions or refusals. Structured speech, logicity and absence of ambiguity are important in business communication.

Politeness in Germans' non-verbal behavior in negotiations demonstrates their cultural views and business ethics as well. A greeting usually starts with a firm handshake, which should be confident but not too aggressive. It is important for Germans to look the other person in the eye, which demonstrates confidence and respect. Maintaining constant but not too intense eye contact is considered a sign of honesty and openness, which helps establish trust and shows that the listener is attentive to the speaker (Blum-Kulka & House, 2017).

In German culture, gestures are being used moderately: a smile is welcomed, but it should be restrained. Excessive gesticulation may be perceived as inappropriate or even insincere. Germans also prefer modest behavior, avoiding the demonstration of personal successes, which emphasizes respect for the achievements of other negotiators. Attentive listening and nodding of the head during conversation demonstrates interest and respect for the other person's opinion, while interrupting is considered impolite. Openness and honesty in communication are valued by Germans, and body language, such as the use of open hands, manifests

their openness and creates the atmosphere of trust (Blum-Kulka & House, 2017).

Personal space for Germans in negotiations has a special role in creating a comfortable and productive atmosphere. Germans prefer to maintain a certain physical distance, usually about 1.5 - 2 meters between participants. This helps to create a sense of security and respect for personal space. It is also worth remembering that Germans tend to be private about personal information, so it is best to avoid too personal matters and focus on business aspects (Blum-Kulka & House, 2017).

For Germans, punctuality is an influential element of politeness: it is not just an expression of good manners, but an essential aspect of business culture and personal relationships. In Germany, being late is perceived as disrespecting other people's time. Germans consider time to be valuable, and being on time for meetings is a way of demonstrating professionalism and seriousness. At business meetings and events, all participants are expected to be present at the appointed time. If there is a need to be late, it is mandatory to inform the other party in advance. Germans tend to plan their time carefully, including travel time, and often arrive at meetings early to avoid unnecessary stress and make sure everything goes smoothly.

Germans generally organize their schedules meticulously; therefore, they frequently arrive early for business meetings. Punctuality helps create trusting relationships, showing the value and respect of partners and coworkers. At the same time, tardiness can negatively affect the perception of a person as a professional and even affect business relationships. In addition, Germans value order and clarity, so it is important to prepare an agenda in advance and follow it (Blum-Kulka & House, 2017).

Russia, with its mixed culture combines elements of collectivist and individualist cultures. In formal situations, respect for status is shown through the use of titles and surnames, often using first name with a patronymic. Establishing trust and personal relationships can be an important perspective in negotiation (Vereshchagin & Kostomarov, 1990).

Russia, with a PDI of about 93, manifests a high-power distance level (Hofstede, 2001). It is common to use respectful titles, particularly when addressing elders or individuals in higher positions. Hierarchical structures are significant, with elders' opinions often holding greater

influence. Nonetheless, in certain circumstances, it is acceptable to voice personal opinions openly.

Russia occupies an intermediate position - its culture is characterized by moderate or medium level of contextuality (Hall, 1976). In terms of linguistics, this is manifested in the use of formal addresses and respectful forms (e.g., "Dear Ivan Ivanovich"), as well as the possibility of more direct expressions (Locher & Larina, 2019).

Nonverbal behaviour of Russian businessmen also reflects certain forms of politeness. The first point to note is eye contact, which is considered a sign of respect for Russians. However, it should be maintained in a moderate way, as too long gaze can be perceived as aggression, and its absence - as disrespect (Leontiev, 2016).

Body position is also important: an open and relaxed posture, for example when arms are not crossed, signals a willingness to cooperate. Conversely, a closed posture can be perceived as a sign of disinterest or defensiveness. Moderate use of gestures helps to emphasize what is being said, but it is important not to overdo it so as not to distract the other person.

Smiling, a sign of friendliness and greeting, should be restrained and appropriate, since an excessive smile can be perceived as insincerity. Handshake is a common greeting gesture in Russia, reflecting politeness. It should be firm, but not overly strong.

Personal space is also relevant in Russia. During meetings, the distance between interlocutors is usually greater than in some other cultures and being too close can cause discomfort (Bragina, 2018).

In Russian environment, punctuality is greatly appreciated, and being late is often seen as disrespectful during professional and formal settings. Nonetheless, occasional delays are sometimes considered acceptable if caused by unavoidable reasons, and these situations are typically tolerated without any adverse consequences. Russians prefer a structured method to negotiations, which involves setting clear objectives, agendas, and timelines. Nonetheless, while valuing organization, they also recognize the importance of maintaining some flexibility during discussions to address all relevant details and nuances effectively.

Finally, neat and appropriate appearance is also an important aspect of politeness. Russians value professionalism, and appearance can have a significant impact on the first impression.

In the United Arab Emirates, which represents a collectivist culture, an essential aspect of politeness is respect for tradition and hierarchy (Hofstede, 2001). Following local traditions and respecting the status of interlocutors requires the use of formal addresses and titles. As in other collectivist cultures, direct criticism and confrontation are avoided, and politeness is shown through courteous phrases and unobtrusive hints. Establishing trust and long-term relationships is a major aspect of negotiation process in Arab culture.

In the UAE, with a PDI of around 90, the relevance of respectful forms of address and titles cannot be overemphasized (Hofstede, 2001). Respect for status and age is paramount, and informal addresses may not be tolerated, especially in formal settings. Non-verbal behavior should be restrained and polite, and physical contact between men and women may not be appropriate.

The culture of the UAE belongs to the highly contextualized countries (Hall, 1976). Arab societies place great value on respect for personal connections and indirectness. Forms of politeness include the use of long greetings and circumlocutory phrases. Greetings in Arab culture can be quite lengthy and include questions about the health and well-being of the interlocutor and his or her family. A respectful greeting, such as “السلام عليكم - As-salamu alaikum” (peace to you), is the standard.

Physical contact also plays an important role: a handshake is common, but gender differences need to be taken into account. Men can shake hands, but women may be uncomfortable doing it with men, so it is better to wait for a woman to offer her hand (Samarah, 2015).

Eye contact is a respect and sincerity gesture, but it is necessary to maintain a balance (Samarah, 2015).

Personal space is of particular importance in Arab culture, especially in negotiations. Arab businessmen tend to have the shortest physical distance during meetings, which reflects their transparency and confidence. However, it is important to remember that not all participants may feel comfortable at proximity. If someone looks uncomfortable, it is worth stepping back a little to avoid creating tension. Gender differences also play a role in the perception of personal space. Men may be closer together, while women may be uncomfortable being in close contact with men. Respecting these differences is critical to successful communication (Samarah, 2015).

Gestures are also important: open gestures such as open palms are considered polite and friendly. However, some gestures that may be normal in other cultures may be perceived as offensive, so it is important to be careful. In Arab culture, smiling plays a significant role in creating a friendly atmosphere by showing openness and willingness to interact (Samarah, 2015).

Arab attitudes towards time in negotiations differ significantly from the Western approach. Arab culture has a more flexible perception of time, which can influence the style of negotiation. Participants may not adhere to a strict timetable and the start of a meeting is sometimes delayed and discussions may be delayed longer than planned. This happens because the emphasis is on building relationships and trust, which takes time. Negotiations often begin with informal conversations that help to establish rapport between the participants before moving on to the main issues. It is also important to consider local traditions and customs that may influence the perception of time. For instance, during the holy month of Ramadan, meetings may take place at a different time of day or be shortened (Samarah, 2015).

The research of the use of politeness forms across cultures reveals that Chinese business culture emphasizes forms of politeness that help to establish trust, show respect and respect hierarchical relationships. In business meetings, Chinese businesspeople use different ways of showing respect, which significantly affects the course of negotiations and their outcome. The analysis of meetings' recordings identified that one of the most important aspects is the use of titles and surnames. Instead of personal names, it is customary to address the interlocutor by professional or social status, such as "Mr. Director" or "Ms. Manager," and to add the surname. For example, "Mr. Chen, I am very pleased to meet you", "My old friend, Mr. President". This approach of Chinese businessmen shows respect for the partner's status and creates formal and respectful atmosphere. Besides, formal addresses and greetings are also common. At the start of a meeting, Chinese businessmen usually use standard formal expressions like "Hello" (您好) and often add titles, for instance, saying "Good afternoon, Mr. Putin", "I want to thank President Putin for inviting me and thank our Russian friends for their warm welcome. Mr President..." Additionally, Chinese businessmen often exchange gifts with their partners, for instance, small souvenirs or other traditional Chinese, which can foster a positive atmosphere during

negotiations. Furthermore, Chinese culture tends to favor gentle and indirect communication. Instead of outright refusals, they prefer more tactful language: “Is there a possibility to consider another option?” instead of stating “That is not possible.” This style of communication aims to minimize confrontation during negotiations. Besides, Chinese businessmen tend to follow a certain protocol: they keep their distance and avoid excessive informality in dress and behavior. Showing patience and attentiveness is another important aspect of Chinese behavior. Listening attentively, showing interest in the interlocutor's opinion and avoiding hasty decisions help to build trust and foster long-term partnerships.

Overall, using these forms of politeness helps to create an atmosphere of respect and trust, which is especially important in Chinese business culture: “I am very happy to be invited by my old friend President Putin to visit Russia again and attend the ceremonial events”, “China and Russia have inherited friendship for many generations”, “Thank you for your attention”. This approach facilitates more respectful and constructive negotiations and minimizes the disputes occurrence and enhances the probability of achieving mutually beneficial agreements.

Additionally, the study revealed that German businesspeople are recognized for their formal and courteous manner during negotiations. A common expression of politeness in their interactions is the use of formal greetings. For example, starting a meeting with the phrases “Good afternoon, Mr. Biden”, “Thank you very much. Good afternoon from my side as well”, “I am very grateful that we had the opportunity to talk in much detail and that I was able to make my first official visit here” creates an atmosphere of respect and professionalism, which helps to establish trust between the participants. It is also important to mention the use of titles and surnames by German businessmen when addressing interlocutors, such as “President” or “Professor.” This demonstrates respect for the status and qualifications of the interlocutor, which can contribute to a more open dialog and constructive interaction.

Active listening is another important form of politeness used by the Germans. Showing interest in the other participants' opinions, such as through head nodding and such phrases as “Thank you very much for your question”, “Thank you very much for raising that question”, “Thank you very much. Appreciate it” show respect and willingness to a dialog,

which contributes to more productive discussions as participants feel that their opinions are valued.

Punctuality is highly valued in the German business environment. Arriving on time or slightly early for meetings is a sign of respect and professionalism, that helps to create a positive first impression. In addition, German businessmen often use the following expressions at the end of a meeting, such as “Thank you for your time” or “I appreciate your input”. Such polite phrases strengthen the relationship and can leave a good impression. Clear and direct communication is another instrument helping to prevent misunderstandings: “I want to be absolutely clear”. For instance, such phrases as “I would like to discuss the specific terms of our cooperation” or “We will work closely” ensure a more effective interaction.

Furthermore, the study shows that Russian business culture also emphasizes certain rules of courtesy that are necessary during negotiations and establishing business relationships. Russian professionals adhere to etiquette norms to demonstrate respect and increase the effectiveness of communication. They usually address the interlocutors by their job title or full name and patronymic, such as “Hello, Mr. Xi, nice to meet you”. In some cases, Russian businessmen tend to use informal addresses such as “Dear friend, I would like to thank you once again for your visit today”. The use of such address emphasizes closeness and friendliness, reduces the distance between interlocutors, creates an atmosphere of trust and mutual respect. Besides, they use a handshake with eye contact maintaining. In general, Russian business culture places great emphasis on formality and correctness in communication.

During negotiations, polite expressions are used: “Please”, “Thank you for your attention”, “I will be grateful for your opinion”, “Could you please clarify this question?” These phrases help to create a respectful atmosphere and reduce the risk of conflict situations. Besides, Russian businessmen often use expressions of gratitude and appreciation: “I am very pleased with our new meeting and sincerely appreciate the opportunity to communicate directly with you in person. I am very grateful that, as on the previous anniversary date, which was 10 years ago, you decided to visit us”, “It is of great importance for us. We are happy to see you at the festive events. Thank you”. Furthermore, they make references to common values and principles: “Our relations are

built on the unshakable principles of equality, mutual support and assistance”, “We intend to build good-neighborliness, strengthened friendship and expand cooperation”. Such statements help strengthen the positive face of both sides, emphasize mutual respect and partnership.

Russian businesspeople also emphasize reciprocity and mutual benefit: “From my part, I am grateful to you for the invitation to the ceremonial events dedicated to the eightieth anniversary of the victory...”, “I will be glad to visit friendly China again”. These expressions help to maintain a balance between the interlocutors, demonstrate respect and recognition of the contribution of the other party.

In addition, Russian businessmen show respect for their partner's opinion, even if there are disagreements, avoiding harsh criticism. If it is necessary to express disagreement, they use a mild formulation: “I understand your point of view, but I think it is possible to consider another option” or “Thank you for your suggestion. Let me suggest an alternative approach”.

Punctuality is also important – showing up to meetings on time is considered respectful of the other person's time. Patient listening and attentiveness are valued during negotiations

After analyzing the meetings of Arab businessmen, it was found that one of the common ways of showing respect is to ask about the family of the interlocutor. Questions such as “How is your family?” or “How is your children's health?” are often asked in meetings, which helps to establish a more personal rapport and build trust between the participants.

Religiously colored phrases such as “Insha'Allah” (if Allah wills) and “Masha'Allah” (as Allah wills) are commonly used in conversation. These expressions emphasize respect for the higher powers and humility, which is perceived positively by the interlocutor and contributes to the creation of a friendly atmosphere.

It is also a common practice in Arab culture to bring small gifts, such as traditional souvenirs or sweets, which symbolize respect and the desire to establish good relations. An important part of the meeting is also a long goodbye, when participants exchange good wishes and discuss informal topics, which helps to create a sense of closeness and mutual respect.

Active listening with affirming phrases such as “I understand” or “That’s interesting” demonstrates respect for the interlocutor's opinion and helps to have a constructive dialog. In addition, engaging in cultural traditions, such as sharing tea or treats together, contributes to a more friendly atmosphere. Arab businessmen also tend to discuss current events taking place in the region of their interlocutors.

Besides, in the speech of Arab businessmen, there is a frequent use of expressions of hospitality and joy at the meeting: “I would like to welcome you, Mr. President, to the UAE”, “It is a pleasure to meet you again”. These phrases demonstrate a positive attitude towards the interlocutor, express respect and joy from a personal meeting. Addressing by title (“Mr. President”) emphasizes formality and respect. The expression of appreciation and gratitude “I greatly appreciate your visit” demonstrates recognition of his efforts and the importance of the visit. Emphasizing common values and partnership as in the following phrases “The UAE and the US have shared a multi-dimensional strategic partnership and a long-standing friendship founded in a shared commitment to advancing prosperity and stability in our countries”, “Over the decades, the UAE has been a trusted partner of the US and in matters of shared concern, we are keen to continue deepening this friendship for the benefit of both nations” creates a sense of unity, mutual respect and common goals, which strengthens the positive impression of both sides. Using formal expressions of respect “My honor, Mr. President” expresses deep respect and recognition of the status of the interlocutor, emphasizes formality of communication.

The practical material analysis revealed new cultural peculiarities that complement and expand the existing theoretical positions presented in the previous studies.

The theories about static norms of politeness were confirmed, but the practical material showed that representatives of all four cultures demonstrate considerable flexibility. For example, in Russia and the UAE, more informal communication is allowed when establishing trusting relationships, which does not always coincide with the generally accepted standards of politeness. Practical analysis revealed that German representatives also showed greater tolerance for less formal forms of communication compared to classical notions of national norms.

In addition to existing theories, it was found that China and the UAE emphasize personal relationships and trust, which influences the choice

of politeness forms. In practice, this is manifested in the use of warmer or more respectful forms when communicating with close partners or seniors.

The article noted that nonverbal displays (gestures, facial expressions, distance role) take an essential place in conveying respect or recognition. In some cultures (e.g., Chinese and Arab participants), nonverbal cues may carry more weight than verbal expressions. This fact expands the understanding of the role of nonverbal communication in the context of cultural characteristics.

These new findings support the importance of considering the dynamics of cultural traits and their variability in real-life business situations. They complement existing theoretical models by emphasizing the need for a flexible approach to the study and practice of intercultural communication in business meetings.

#### **Conclusions**

As a result, it was found out that In Chinese culture, a significant proportion of politeness forms are related to questions about family (30%) and gifts (30%). China with 60% punctuality shows a more flexible attitude to time, which may be related to the emphasis on interpersonal relationships and harmony in communication.

In Germany, punctuality predominates (90%), while personal questions and religious phrases are rarely used (10% and 5% respectively). This reflects a more formal and reserved style of communication.

In Russia, there is a noticeable balance between personal questions (15%) and the use of polite phrases (85). Gifts exchanging takes a moderate place (15%). Russia with 70% of punctuality shows that although time is not always strictly adhered to, there is still an awareness of the importance of punctuality in a business context. This indicates a mix of personal and formal approaches in business communication.

In the UAE, gifts (30%) and religious phrases (25%) play a significant role due to the cultural and religious traditions of the region. The UAE also shows a high level of punctuality (85%), reflecting a growing business environment and the significance of international connections.

The results are presented in Figure 1.

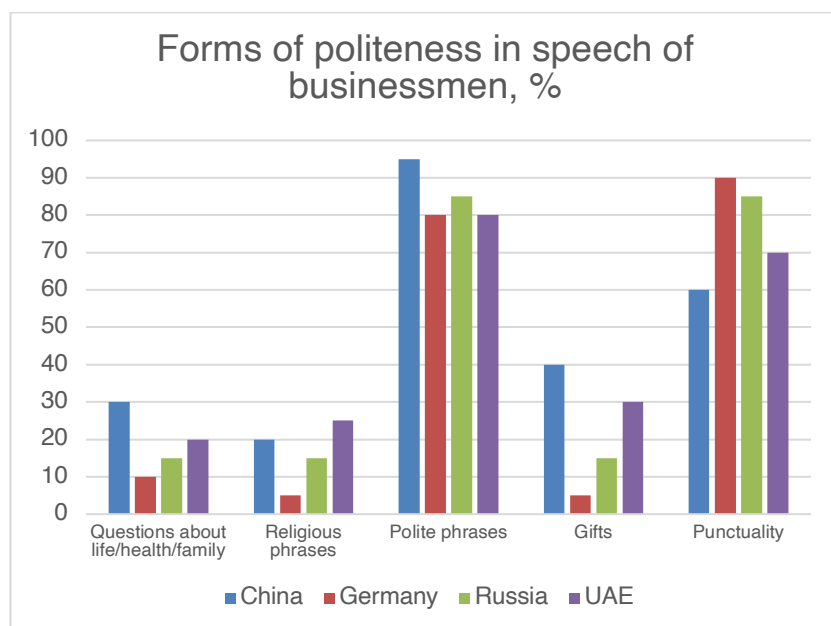


Figure 1. Forms of politeness in the speech of businessmen

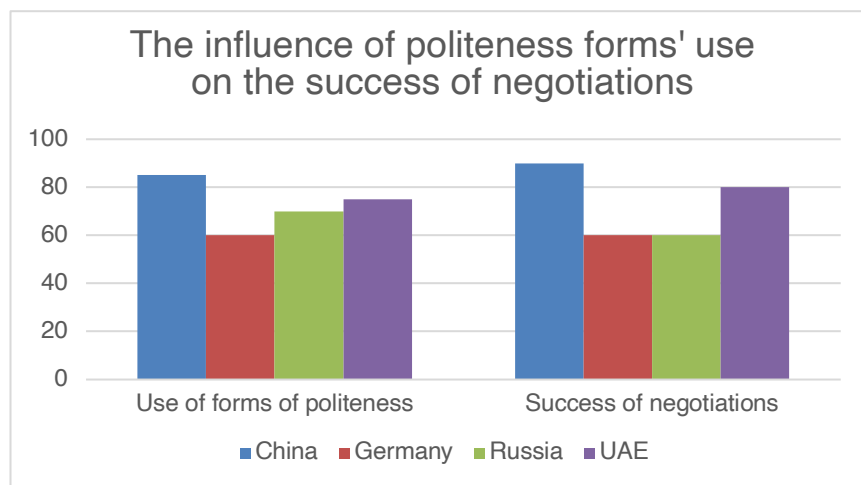
To sum up, each culture has its own unique preferences in the use of forms of politeness, which is important to consider when conducting business negotiations to establish trust and effective interaction.

In addition, the impact of politeness forms' use on the success of negotiations was also analyzed. The results are presented in Figure 2.

The observation shows that a high level of use of politeness (85%) correlates with high negotiation success (90%), indicating the importance of polite and respectful communication in the Chinese business context. The UAE also shows a high level of politeness forms' usage (75%) and high negotiation success (80), which confirms the importance of cultural and religious traditions in business communication. The average level of use of politeness forms (70%) by Russian businessmen is accompanied by moderate negotiation success (60), which may indicate the need for increased attention to cultural norms to improve effectiveness. Despite the relatively low level of use of politeness forms (60%) by German businessmen, negotiation success

is rated higher than in Russia (70%), which may reflect the more direct and formal style of communication acceptable in German culture.

To sum up, there is a positive correlation between the use of politeness forms and business negotiation success, but the degree of influence depends on cultural characteristics. Negotiation strategies in an international environment can be optimized by taking cultural factors of different nations into account.



*Figure 2. The influence of politeness forms' use on the success of negotiations*

In conclusion, it should be noted that the study of cultural contexts' impact on the use of courtesy forms in business meetings between representatives of China, Germany, Russia and the UAE revealed several features that must be taken into account for beneficial interaction. Every culture has its unique set of rules and expectations, regarding politeness concept, which requires business meeting participants to be flexible and adaptable to different communication styles.

In Chinese culture, hierarchy and social status significantly influence the ways politeness is expressed. Conversely, in Germany, a focus on equality often results in a more straightforward communication style, although maintaining courtesy remains a significant value. Indirect and direct communication styles also vary: in Chinese and Arab cultures, the

indirect approach is predominant, requiring participants to have a more nuanced understanding of context and non-verbal cues.

It is important to recognize that nonverbal cues may have different meanings in different cultures. Successful business meetings require participants to be flexible and willing to adapt to each other's cultural expectations. Understanding these differences and active using forms of politeness can strengthen business relationships and reduce misunderstandings.

Thus, national and cultural peculiarities rooted in the representatives of different nations are significantly reflected in the process of business negotiations. These features are manifested in various aspects of communication: in the choice of dialog strategies, use of politeness forms, style of expressing positions. Cultural norms influence perceptions of time, approaches to decision-making, and expectations about etiquette and rituals, such as gift-giving. Depending on cultural traditions, negotiators may use direct or indirect communication style. For example, some cultures prefer to express their thoughts and demands openly, while others tend to be diplomatic and avoid direct criticism.

Some cultures value strict adherence to time and punctuality, which affects the structure and pace of negotiations. In other cultures, time is perceived more flexibly, which can lead to different expectations about timing and duration of meetings.

In cultures with a strong hierarchical structure, negotiations often involve senior individuals and respect for status plays a central role. In more equal cultures, decisions may be made collectively, without emphasis on the formal status of participants.

In some cultures, decisions are made individually and quickly, in others collectively and after lengthy discussions, reflecting differences in values and approaches to cooperation.

Gestures, facial expressions, communication distance and eye contact can vary significantly and affect mutual understanding and trust.

The degree of openness in expressing disagreement varies across cultures, ranging from direct discussion to avoiding open confrontation.

Prospects for future research include the necessity to a better analysis of the influence of cultural contexts on other aspects of business communication, such as negotiation and conflict resolution.

In addition, it was revealed that despite the existing standards of using forms of politeness, the model of behavior of a business representative

may vary depending on the situation, and it cannot be assumed that representatives of a particular culture will behave exactly as they did in most cases. In certain circumstances, they adapt to a new situation, depending on which their behavior regarding the forms of politeness may also change.

The novelty of the study is manifested in the identification of the fact that the models of using forms of politeness are not static and universal for representatives of a certain culture but can change depending on the specific situation and context of interaction. This refutes traditional stereotypes and demonstrates the adaptability of cultural behavior, which allows for more accurate prediction and effective management of communication in cross-cultural business negotiations. This approach enhances cultural understanding and facilitates the development of more flexible and contextualized negotiation strategies.

#### Литература

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999.
2. Брагина Н. Г. Категория вежливости: русские императивные речевые клише в диалоге // Слово.ру: Балтийский акцент. – 2024. – Т. 15. – № 3. – С. 219 – 233. DOI: 10.5922/2225-5346-2024-3-13
3. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: Рус.яз., 1990. – С. 246.
4. Леонтьев В. В. Лингвистическая (не)вежливость: к проблеме содержания категории // Экология языка и коммуникативная практика. – 2016. – № 1. – С. 70-83.
5. Лохэр М.А., Ларина Т.В. Введение в исследование вежливости и невежливости в глобальном контексте // Russian Journal of Linguistics. – 2019. – Том 23. – С. 873-903. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-4-873-903
6. Телия В.Н. Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности. – М., Наука, 1991.– С. 214.
7. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, Ленинград, 1974.
8. Blum-Kulka S., House J. Politeness in request strategies: A cross-cultural study of German and Israeli speakers. International Journal

- of Intercultural Relations. – Vol. 60. – 2017. – Pp. 1-12.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2017.07.001>
9. Brown P., Levinson S. Politeness. Some Universals in Language Usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1978. – Pp. 101-210.
  10. Goffman E. On Face-Work: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. Communication in Face-to-Face Interaction. – The Penguin Press, 1972. – Pp. 5–46.
  11. Hall E. T. Beyond Culture. – New York: Anchor Books, 1976.
  12. Hofstede G. H. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. – Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001.
  13. Jenks C. J. Transcribing Talk and Interaction. – Amsterdam: John Benjamins, 2011.
  14. Matsumoto D., Hwang H. C. Nonverbal Communication: The Messages of Emotion, Action, Space, and Silence // Psychological Inquiry. – Vol. 24(3). – 2013. – Pp. 187-193.  
<https://doi.org/10.1080/1047840X.2013.796055>
  15. Sai Z. A Comparative Study of Business Negotiation Styles Between China and the United States from the Cross-cultural Perspective // International Journal of Education and Humanities. Vol. 7(3). – 2023. – Pp. 69-72.
  16. Samarah A. Politeness in Arabic Culture // Theory and Practice in Language Studies. – Vol. 5. – No. 10. – 2015. – Pp. 2005-2016.  
<http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0510.05>
  17. Russia LIVE: China's Xi Jinping Visits Moscow for Victory Day Celebrations | Putin Xi Meet | N18G. [Электронный ресурс]. – 2025. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EtiRn4FwWNg> (Дата обращения: 9.05.2025)
  18. President Biden and German Chancellor Olaf Scholz hold joint press conference. [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: [https://www.youtube.com/watch?v=42y9L4\\_k68g](https://www.youtube.com/watch?v=42y9L4_k68g) (Дата обращения: 26.01.2025)
  19. Trump participates in meeting with UAE President Sheikh Mohamed Bin Zayed Al Nahyan. [Электронный ресурс]. – 2025. – Режим доступа:

<https://www.youtube.com/watch?v=U117F2RCEfE> (Дата обращения: 29.05.2025)

#### References

- Arutyunova, N.D. (1999). *Yazyk i mir cheloveka* [Language and Human World]. M.: Yazyki russkoj kul'tury.
- Blum-Kulka, S., & House, J. (2017). Politeness in request strategies: A cross-cultural study of German and Israeli speakers. *International Journal of Intercultural Relations*, 60, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2017.07.001>
- Bragina, N. G. (2024). Kategorija vezhlivosti: russkie imperativnye rechevye klishe v dialoge. *Slovo.ru: baltijskij accent*, 15(3), 219 – 233. DOI: 10.5922/2225-5346-2024-3-13
- Brown, P., & Levinson, S. (1978). *Politeness. Some Universals in Language Usage* (pp. 101-210). Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. (1972). *On Face-Work: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. Communication in Face-to-Face Interaction* (pp. 5–46). The Penguin Press.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books.
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Jenks, C. J. (2011). *Transcribing Talk and Interaction*. Amsterdam: John Benjamins.
- Leontiev, V. V. (2016). Lingvisticheskaya (ne)vezhlivost': k probleme sodержaniya kategorii. [Linguistic (im)politeness': to the problem of category content]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*, 1, 70-83.
- Locher, M. A., & Larina, T. V. (2019). Introduction to Politeness and Impoliteness Research in Global Contexts. *Russian Journal of Linguistics*, 23, 873-903. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-4-873-903
- Matsumoto, D., & Hwang, H. C. (2013). Nonverbal Communication: The Messages of Emotion, Action, Space, and Silence. *Psychological Inquiry*, 24(3), 187-193. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2013.796055>

- Sai, Z. (2023). A Comparative Study of Business Negotiation Styles Between China and the United States from the Cross-cultural Perspective. *International Journal of Education and Humanities*, 7(3), 69-72.
- Samarah, A. (2015). Politeness in Arabic Culture. *Theory and Practice in Language Studies*, 5(10), 2005-2016. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0510.05>
- Shcherba, L.V. (1974). *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost'* [Language system and speech activity]. L.: Nauka, Leningrad.
- Teliya, V.N. (1991). *Chelovecheskij faktor v yazyke: Yazykovye mekhanizmy ekspressivnosti* [The human factor in language: Linguistic mechanisms of expressivity]. M.: Nauka.
- Vereshchagin, E. M., & Kostomarov, V. G. (1990). *Yazyk i kul'tura: Lingvostranovedenie v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo* [Language and culture: Linguistic and Foreign studies in teaching Russian as a foreign language]. M.: Russian language.
- Russia LIVE: China's Xi Jinping Visits Moscow for Victory Day Celebrations | Putin Xi Meet | N18G.* (2025). Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=EtiRn4FwWNg> (Accessed 9.05.2025)
- President Biden and German Chancellor Olaf Scholz hold joint press conference.* (2022). Retrieved from: [https://www.youtube.com/watch?v=42y9L4\\_k68g](https://www.youtube.com/watch?v=42y9L4_k68g) (Accessed 26.01.2025)
- Trump participates in meeting with UAE President Sheikh Mohamed Bin Zayed Al Nahyan.* (2025). Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=U117F2RCEfE> (Accessed 29.05.2025)