СОДЕРЖАНИЕ

ВАСИЛЬЕВА И.И., СОКОЛОВА Н.Л., МИХЕЕВА Н.Ф. 7
Некоторые тренды использования ИКТ в российских научных исследованиях в области преподавания иностранных языков и перевода в вузах (2012-2017)

ВОЛКОВА М.В. 18
Диахронический анализ колоронимов в научном химическом дискурсе: семантический аспект

ПОНОМАРЕНКО Е.В., ЧЕХРАНОВА Т.А. 29
Виды общения по характеру прагматического воздействия в англоязычной деловой коммуникации

ТРИФОНОВА С.А. 47
Эвфемизация концепта «любовь» в разговорном и литературно-художественном функциональных стилях английского языка

ХАРЬКОВСКАЯ А.А., КРИВЧЕНКО И.Б. 60
Концептуальная организация дискурса социальных сетей (на материале социальной сети «Facebook»)

ХЛОПОТУНОВ Я.Ю. 77
Речевая тактика дискредитации в американском предвыборном дискурсе

ХРАМЧЕНКО Д.С. 86
Кооперативный эффект прагматического воздействия в английском дискурсе масс-медиа

ПОПОВА С.Н., ЧЕРВОНЦЕВА Е.О. 95
Профессиональный жаргон с лингвокультурологической точки зрения

CONTENTS

VASILYEVA I.I., SOKOLOVA N.L., MIKHEEVA N.F. 7
Some trends of ICT application in Russian research papers in foreign languages teaching at higher education institutions (2012-2017)

VOLKOVA M. V. 18
Diachronic analysis of coloronyms in the scientific chemical discourse: semantic aspect

PONOMARENKO E.V., CHEKHRANOVA T.A. 29
Pragmartic-oriented types of interaction in business English communication

TRIFONOVA S.A. 47
Euphemization of the concept “Love” in conversational and belles-letters functional styles of the English language

KHARKOVSKAYA A.A., KRIVCHENKO I.B. 60
Conceptual organisation of social network discourse (based on Facebook social network)

KHLOPOTUNOV YA.YU. 77
Speech tactics of discredit in American preelectoral discourse

KHRAMCHENKO D.S. 86
Cooperative effect of pragmatic impact in English discourse of mass media

POPOVA S.N., CHERVONTSEVA E.O. 95
Professional jargon from lingua-cultural perspective

УДК 81-139
https://doi.org/10.25076/vpl.27.01
И.И. Васильева, Н.Л. Соколова, Н.Ф. Михеева
Российский университет дружбы народов

НЕКОТОРЫЕ ТРЕНДЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИКТ В РОССИЙСКИХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ В ОБЛАСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И ПЕРЕВОДА В ВУЗАХ (2012-2017)

В статье представлены некоторые результаты статистического исследования о современных трендах использования ИКТ в научных работах российских ученых, посвященных преподаванию иностранных языков и переводу в вузах (2012-2017).

Целью исследования было изучение любого упоминания или применения ИКТ, электронных, мобильных, смешанных технологий и интернета, а также интеграции и использования международного или локального ПО в лингвистическое образование в университетах.

В результате, удалось выявить некоторые тренды и основные организации, использующие ИКТ в области языкового образования. Для исследования использовалась открытая государственная онлайн база данных

В статье также излагаются критерии выборки, методы и ступени квантитативного анализа и интерпретация результатов, в том числе в виде таблицы и диаграмм.

Статья может быть интересна как преподавателям иностранного языка в вузах, так и исследователям аналогичной тематики.

Ключевые слова: лингвистика, преподавание иностранных языков и перевода, ИКТ, Россия, электронное обучение, высшее образование, квантитативный анализ.

UDC 81-139
https://doi.org/10.25076/vpl.27.01
I.I. Vasilyeva, N.L. Sokolova, N.F. Mikheeva
RUDN University, Peoples' Friendship University of Russia

SOME TRENDS OF ICT APPLICATION IN RUSSIAN RESEARCH PAPERS IN FOREIGN LANGUAGES TEACHING AT HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS (2012-2017)

The article outlines some statistical research-based trends in the field of ICT usage in Foreign Languages and Translation Studies teaching at Higher Education (HE) institutions in Russia (2012-2017).

The aim was to identify application of ICT, any digital, mobile, CALL, online or Blended approaches, integrating international or local software in linguistic education mentioned in Russian professional research papers within 2012-2017 applied at Universities.

As a result, some new shifts and main HE institutions in scientific research of ICT application for language education are identified through collecting and analyzing of Russian academic papers on the official state open online database.

Database, random selection criteria, research steps, some findings as well as analytical and quantitative methods peculiarities are also briefly exposed and visualized on the table and the diagrams.

As a whole, the article could be interesting to international researchers of similar problems in the field of eLearning and any Higher Education teachers, practicing eLearning or Blended education in Linguistics and Translation Studies.

Keywords: eLearning, linguistics, translation studies, HE, Russia, ICT, quantitative analysis.

Introduction

In Russia, in our opinion, one of the most reliable online sources of information on recent authors' publication activity and citation index (called RINTS or РИНЦ) is the free portal http://eLibrary.ru/, though it is not complete. So if you need to search the author in Russia, it is better to use the site and its publication metrics, which is more or less accurate. When we name persons or Universities in this article, we do not suppose to provide full information as we rely on our research and personal experience, and ask for apology of those not mentioned. Besides, the topic requires further studies.

Many national and regional universities in Russia have departments where scientists and teachers collaborate on research in Linguistics and Translation Studies (TS) teaching. Only some of them use Information Technology (ICT) and/or Internet possibilities for learning as it mainly depends on Institution's policy and technical possibilities. Many teachers and students use their own devices and mobile smartphones and tabs with Wi-Fi for learning and teaching. Digital Labs are now not enough. The concept and practice of digital education is becoming popular in Russia especially after 2013, especially between teachers of informatics and at secondary education level. But we are framed only with Universities (or HE) in our article.

The examined research papers show that many regional Universities provide necessary PCs, video and audio equipment for educators, use electronic textbooks, various Information Technologies (IT) applications, particular online programs and are even introducing different corporate Learning Management Systems (LMS) generally based on Moodle, for teaching foreign languages. We have noticed most frequently named Universities in the dissertations database list such as Nizhniy Novgorod Institute of Foreign Languages, Tambov State University, Uralsky State University in Ekaterinburg, Moscow State Pedagogical University and some other. As for RUDN University it is famous by researches in teaching Russian

language to foreigners and providing quality post graduate education to foreign students in Russian language. Our research confirms this fact for PhD dissertants, and many of them are using different ICT in Linguistics teaching. Institute of Foreign Languages at RUDN is planning to promote and integrate new corporate LMS (Moodle software - based) into pedagogical process as well as to develop and encourage individual teachers' wiki-based collaborative technologies, preparing online, blended and distance courses in Linguistics and Translation Studies. Some approaches were outlined in the works of Natalya Sokolova, Director of the Institute (Sokolova, 2015), (Mrachenko, Sokolova et al., 2016), also Natalya Mikheeva (Mikheeva, 2010), (Mikheeva, 2004) and Irina Vasilyeva (Vasilyeva, 2016; Vasilyeva, 2016). The background of the research is based on Blended and Digital didactics, exposed in several publications, such as G.Dudney, N.Hockley, M.Pegrun (2013), C.J.Bonk (2006), P. Shamra, B.Barett (2007) and others.

Aim, source, methodology, random selection criteria

The aim is to count frequency and analyse trends of any dissertations on Pedagogy in Linguistics, where any ICT or Internet tools were applied or mentioned. This is only a small part of the general research on the matter, followed by detailed dissertations topics and methods classifications and content analysis. Our goal is to share some general statistics on the research matter.

The source of data is the official website of VAK (BAK) or Higher Attestation Committee under the Ministry of Science and Education of the Russian Federation. It is the National Governmental Higher Academic Degrees Awarding Committee, compulsory for approving all dissertations written and defended at authorized Universities in the Russian Federation. The site is in Russian language - http://vak.ed.gov.ru/. We chose it for the research as it is the only free and complete national database (or could be national corpus) of all academic dissertations' summaries (called 'autoreferats') in all subjects from 2004-2017

in RF and contains necessary search engine with filters providing more or less accurate statistics and search results. Full texts of the selected dissertations summaries are also available online for further content analysis.

Methodology is quantitative analysis of lists found by onsite search engine and contextual search for any ICT mentioned teaching tools both in the titles and body texts of the selected dissertation summaries. The figures are summarized in Tables and visualized in Charts.

Sources are the defended dissertations for PhD in Pedagogy in Linguistics (called Kandidat Nauk), and higher degree of Doctor of Science (called Doktor Nauk) in Pedagogy in Linguistics. In the West there are similar degrees of PhD in Education, or higher degree of DS in Education in Foreign Languages. But they do not completely correspond in value to the Russian ones.

Selection criteria: Besides considering all types of dissertations (PhD and DrSc), we looked through the list to identify scientists working only at Universities (not at secondary or high schools, or vocational education). We selected only local dissertations' specialty 13.00.02 for Pedagogy in Linguistics (Foreign Languages, TS), completed with some relevant dissertations appeared on the list of 13.00.08 code for professional education. Mainly, we selected proper dissertations from the random manually by title (any mentioning of ICT used for teaching) or by looking through the full text for the same. Then we counted their number, classified them by year, by degree and analyzed the trends.

Overall, we researched the archived and current dissertations' summaries in Russia for the period of 2012-2017, total list comprising 1338 entries or pieces (dissertations) found.

Results

Picture 1

Year (as selected on VAK online Database)	Total dissertations random of the codes 13.00.02,13.00.08 - Pedagogy - from VAK online database (ps)	Total dissertations random of the codes 13.00.02, 13.00.08, Pedagogy in Linguistics with any ICT (ps)	PhD dissertations (ps)	DrSc dissertations (ps)
2012	269	38	36	2
2013	296	42	40	2
2014	263	55	49	6
2015	258	49	45	4
2016	166	34	31	3
2017 (Jan--Sept)	86	16	15	1
Total	1338	234	216	18

Source: http://vak.ed.gov.ru/, 2017

The table represents cumulative and comparative number of dissertations (pieces) by titles and authors listed in the VAK Database from 2012 to 2017 as of the end of May 2017. All dissertations both PhD and DrSc) are real and were defended or ready to be defended by higher education teachers at Universities. Unfortunately, we cannot supply here the full list of the selected titles and authors because it's in Russian language and there is not enough space for such big lists.

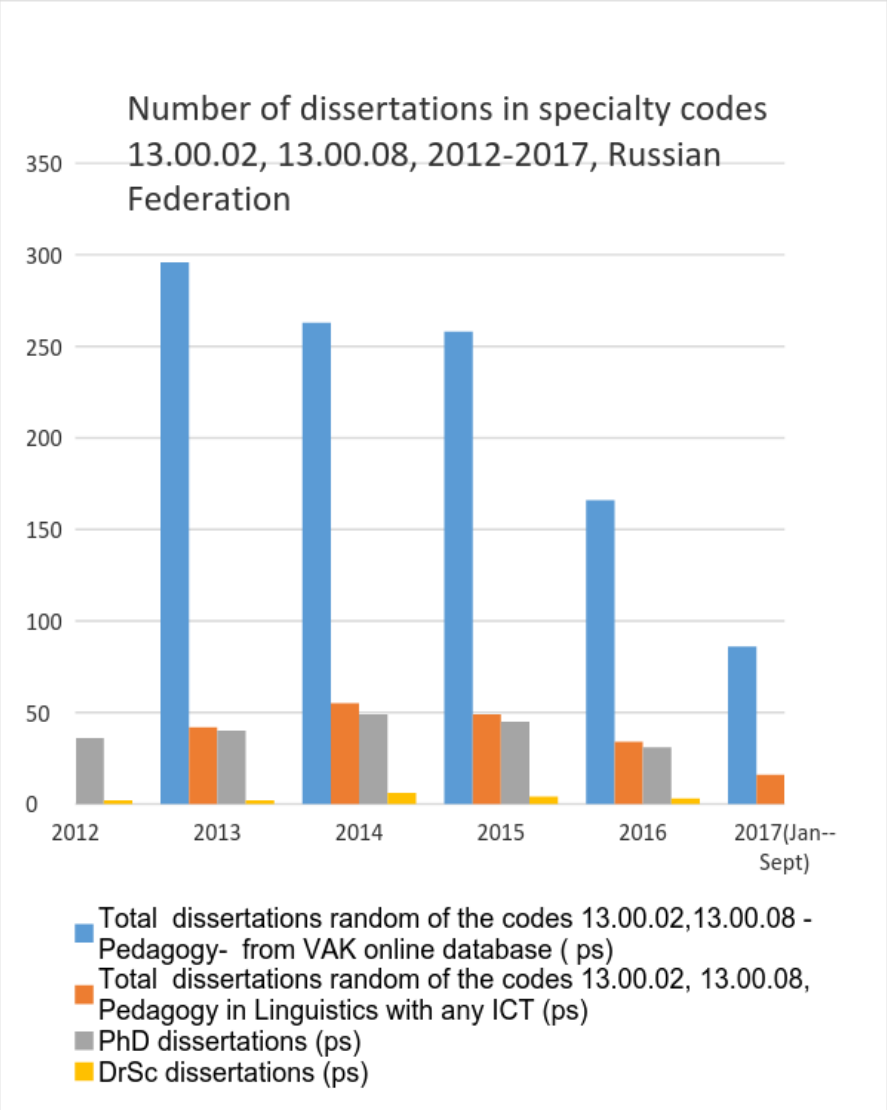
The table also shows the trend of the drop (about 37%) in

general dissertations number from 2014 (if we take it as 100%) to about 63% in 2016 which is partly due to ongoing education system reforming and reducing number of Higher education institutions in the country in general, started in 2014 till now. On the other hand, the terms and requirements to dissertations defense became much more strict, especially for post doc students preparing DrSc one. So, we stay rather pessimistic on any growth perspectives in this field for the coming years.

As for random of dissertations we looked through and selected to the list of Pedagogy in Linguistics at higher education level, where any ICT tools are mentioned or applied in the context of research, its share averages some 17,5 % of total, and PhD seekers are prevailing (92,3%). This is no wonder as higher DrSc degree is much more complicated and strict in requirements according to the current regulations by the Ministry of Science and Education of RF. So, we consider that regardless DrSc dissertations' small growth in 2013 and 2016, their number will stabilize at comparatively low level - as postdoc research stays expensive and elite against massive production of postgrads' seekers at Universities in the country. We are to say that ICT usage for Language and TS for offering new ways of teaching and research at University level is relatively low.

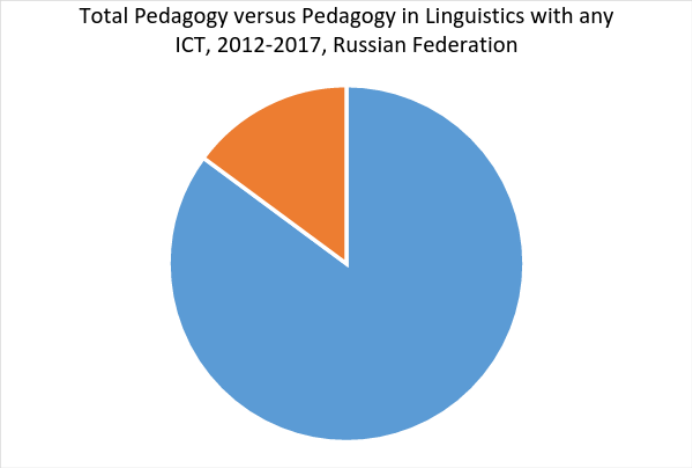
The below graphs and pie charts (pictures 2,3,4) illustrate the above trends and data from the Table .

Picture 2



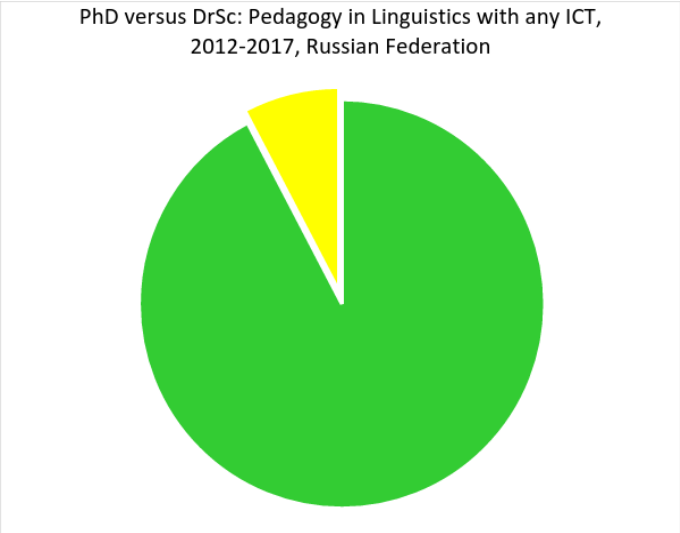
Source: http://vak.ed.gov.ru/ 2017

Picture 3



Source: http://vak.ed.gov.ru/ 2017

Picture 4



Source: http://vak.ed.gov.ru/ 2017

Conclusion

The observation covers only a small part of the research on the current situation with ICT, CALL and Internet tools applications for languages and translation studies teaching at Universities in the Russian Federation. The Database we analyzed is only for new ICT applications for Languages and TS teaching at Universities, that became a part of research for the degree and defended, so we did not estimate private teachers' experiments in the field – there is no any reliable statistics on that. But even those figures demonstrate the persistent trend of technology application in Humanities and Languages teaching. So we are to recognize its importance both for theory and practice of pedagogy in Linguistics at HE.

Overall, we consider that the above findings could be useful for other scientists in the same field to complete information about particular country.

Литература

1. Соколова Н.Л. Совершенствуй иностранные языки. Английская грамматика в схемах и таблицах. С речеэтикетной направленностью. – Москва: Изд-во РУДН, 2015.
2. Мраченко Е.А., Соколова Н.Л. и др. Особенности личностно - профессиональной компетенции будущих переводчиков в период вузовского обучения // Научный диалог. – Екатеринбург: Изд-во Центр научных проектов. – 2016. – № 8(56). – С. 188-207.
3. Михеева Н.Ф. Методика преподавания иностранных языков – М: Изд-во РУДН, 2010.
4. Михеева Н.Ф. Актуальные проблемы преподавания перевода в вузе // Вестник РУДН. Серия русский язык как иностранный.– 2004. – № 2. – С. 96-101.
5. Bonk C.J., Graham C.R. The handbook of blended learning environments: Global perspectives, local designs. – San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer, 2006.

6. Dudney G., Hockley N., Pegrun M. Digital literacies (Research and Resources in Language Teaching). –London: Pearsons Editions Ltd, 2013.
7. Foreign Language learning with Digital Technology // Edited by Mikhael Evans. – London, 2009.
8. Sharma P., Barrett B. Blended learning: using technology in and beyond the language classroom. – London: Macmilan, 2007.
9. Vasilyeva I.I. Wiki-based blended Internet linguodidactics: assignments for ESP and Translation Studies teaching // 8th International Conference on Education and New Learning Technologies EDULEARN16, 4-6July 2016. – Barcelona: IATED, 2016. – Pp. 5622-5631.
10. Vasilyeva I.I. Wiki-based Internet linguodidactics; collaborative group project // 8th International Conference on Education and New Learning Technologies EDULEARN16, 4-6July 2016. – Barcelona: IATED, 2016. – Pp. 5632-5639.

References

Bonk, C.J., & Graham, C.R. (2006). *The handbook of blended learning environments: Global perspectives, local designs.* San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.

Dudney, G., Hockley, N., Pegrun, M. (2013). *Digital literacies (Research and Resources in Language Teaching).* London: Pearsons Editions Ltd.

Evans, M. (Ed.) (2009). *Foreign Language learning with Digital Technology*. London.

Mikheeva, N.F. (2004). Aktualniye problemi prepodavaniya perevoda v vuze [Modern problems of translation teaching at higher education institution]. *Vestnik RUDN, 2,* 96-101

Mikheeva, N.F. (2010). *Metodika prepodavaniya inosirannikh yazikov [Methodology of Foreign languages teaching]*. Moscow: RUDN.

Mrachenko, E.A., Sokolova N.L. et al. (2016). Osobennosti lichnostno professionalnoy competentsii budushikh

perevodchikov v period vuzovskigo obucheniya [Personal and professional competence features in future translators in the period of University education]. *Nauchny Dialog, 8(56),* 188-207.

Sharma, & P.Barrett, B. (2007). *Blended learning: using technology in and beyond the language classroom*. London: Macmilan, 2007.

Sokolova, N.L. (2015). *Sovershenstvuy inostranniye yaziki. Angliyskaya grammatical v skemah i tablitsah. S reche etikenoy napravlennostyu [Master Foreign languages. English grammar in graphs and tables. With references to speech etiquette]*. Moscow: RUDN.

Vasilyeva, I.I. (2016). Wiki-based blended Internet linguodidactics: assignments for ESP and Translation Studies teaching. In *8th International Conference on Education and New Learning Technologies. EDULEARN16, 4-6 July 2016.* Barcelona, Spain, (pp. 5622-5631).

Vasilyeva, I.I. (2016). Wiki-based Internet linguodidactics; collaborative group project. In *8th International Conference on Education and New Learning Technologies EDULEARN16,4-6July 2016.* Barcelona, Spain, (pp. 5632-5639).

УДК 811.13
https://doi.org/10.25076/vpl.27.02
М. В. Волкова
Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого

ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОЛОРОНИМОВ В НАУЧНОМ ХИМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Данная статья посвящена исследованию семантических особенностей колоронимов в диахроническом аспекте во

французском научном химическом дискурсе. На материале электронного архива французских научных журналов по химии «Annales de chimie et de physique» XIX- XXI вв. рассматриваются колоронимы, называющие «первичные» цвета (rouge (красный), blanc (белый), jaune (желтый), noir (черный), bleu (синий), vert (зеленый)) и колоронимы с лексической доминантой этих цветов. На основе часто встречаемых в научных текстах по химии терминов цвета автор выстраивает определенные семантические модели («цвет + оттенок цвета», «цвет + цвет»). Также формируются лексико-семантические типы колоронимов по способу их получения («колороним синтетического происхождения», «колороним металлического происхождения», «колороним минерального происхождения», «колороним животного происхождения»). С помощью статистического анализа выделяется группа самых часто встречаемых терминов цвета – колоронимы с лексической доминантой «rouge» - и группа самых немногочисленных терминов цвета – колоронимы с лексической доминантой «noir». Автор приводит дефиниции некоторых колоронимов, широко используемых в научном химическом дискурсе и на их основе анализирует особенности семантической эволюции терминов цвета. В завершение автор выделяет наиболее значимые для колоронимов химической области лексико-семантические процессы – появление новых коннотаций и расширение значения. Примером первого процесса является то, что многие колоронимы научного химического дискурса получились в результате слияния слов, не имеющих отношения к химии (наименования пищевых продуктов, растений, топонимы и т. д.). О расширении семантики свидетельствует то, что многие колоронимы используются в не свойственном им химическом научном пространстве и становятся частью терминологии научного химического дискурса.

Ключевые слова: колороним, термин цвета, научный химический дискурс, семантические изменения, лексическая доминанта, диахронический анализ.

UDC 811.13
https://doi.org/10.25076/vpl.27.02
M. V. Volkova
Tula State Pedagogical University named after L. N. Tolstoi

DIACHRONIC ANALYSIS OF COLORONYMS IN THE SCIENTIFIC CHEMICAL DISCOURSE: SEMANTIC ASPECT

This article is devoted to the research of the semantic peculiarities of coloronyms in the diachronic aspect in French scientific chemical discourse. On material of electronic archive of French scientific chemical journals «Annales de chimie et de physique» of XIX- XXI c. it is examined coloronyms, denoting «primary» colours (rouge (red), blanc (white), jaune (yellow), noir (black), bleu (blue), vert (green) and coloronyms with the lexical dominant of these colours. On the basis of colour terms, often seen in scientific chemical texts, the author forms definite semantic models («colour + colour cast», «colour + colour»). Also it is created lexico-semantic types of coloronyms according to the way of their getting («coloronym of synthetic origin», «coloronym of metallic origin», «coloronym of mineral origin», «coloronym of animal origin»). With the help of statistic analysis it is marked out the group of colour terms the most often used – coloronyms with the lexical dominant «rouge» – and the group of colour terms the fewest in number – coloronyms with the lexical dominant «noir». The author quotes the definitions of some coloronyms, widely used in the scientific chemical discourse, and on its basis he analyses the peculiarities of the semantic evolution of colour terms. In conclusion the author marks out the most significant lexico-semantic processes for the coloronyms of the

chemical sphere – the appearance of new connotations and the widening of meaning. The example of the first process is that some coloronyms of the scientific chemical discourse are the result of the fusion of the words not related to the chemistry (names of food products, plants, toponyms etc.). The widening of the semantic is evidenced by the fact that many coloronyms are not used in the scientific chemical area, peculiar to them, and they become the part of the terminology of the scientific chemical discourse.

Key words: coloronym, colour term, scientific chemical discourse, semantic changes, lexical dominant, diachronic analysis.

Введение

Эволюционное исследование дискурсивных типов и видов является актуальным в различных лингвистических направлениях, в частности, в лингвопрагматике, функциональной лингвистике и пр. Дискурсивные типы находятся в постоянном развитии, и для того, чтобы выявить закономерности их развития, важно при их изучении затрагивать не только синхронический, но и диахронический аспект. Отечественные и зарубежные лингвисты проявляют все больший интерес к рассмотрению дискурса с точки зрения как статики, так и динамики. Исследование эволюции дискурса и дискурсивных типов отмечено в работах Т. А. ван Дейка, Ю. С. Степанова, В. И. Карасика, Д. С. Храмченко и др. (Храмченко, 2014, 2015, 2016).

Материалы и методы

В последнее время научный дискурс является одним из наиболее активно развивающихся дискурсивных видов. Прогресс захватывает все научные сферы, в частности, область научной химии и химической промышленности. В связи с этим представляется весьма актуальным исследование эволюции научного химического дискурса, особенно в контексте межкультурного диалога России и

Франции, так как в последние годы между странами происходит постоянный обмен в области научных химических разработок и технологий.

Научный химический дискурс в обоих языках постоянно развивается за счет изменений на всех языковых уровнях, в том числе, на уровне семантики (появление новых научных терминов, расширение и сужение значений лексем и т. д.). Существенным семантическим изменениям в научном химическом дискурсе подверглись колоронимы – термины цвета.

В данной статье предпринимается попытка диахронического исследования семантических преобразований колоронимов в научном химическом дискурсе. Эмпирическим материалом были выбраны элементы научных текстов по химии, содержащие термины цвета, из электронного архива французских научных журналов по химии «Annales de chimie et de physique» в период с XIX по XXI вв.

Результаты и обсуждение

С 1820-х гг. в текстах научных публикаций можно встретить не только колоронимы, называющие «первичные» цвета (*rouge* (красный), *blanc* (белый), *jaune* (желтый), *noir* (черный), *bleu* (синий), *vert* (зеленый)), но и колоронимы с лексической доминантой этих цветов. Одними из самых употребляемых в 1820-е-1830-е гг. является колоронимы, построенные по принципу «*couleur* + *couleur*» (цвет + цвет), т. е., именующие результат смешивания двух цветов: *jaune-brunâtre (1817), jaune verdâtre (1817), rouge-blanc (1819), jaune-rougeâtre (1820), blanc grisâtre (1825), vert-jaune (1829), blanc-bleuâtre (1830), noir-brunâtre (1831), rouge noir (1832)* и др.

Исходя из примеров, можно выделить два вида таких семантических моделей:

- цвет + оттенок цвета, который выделяется морфологическим способом при помощи суффикса *«-*

âtre», в данном случае лексической доминантой является основной цвет, как правило, он занимает начальную позицию (*jaune-rougeâtre*);

- цвет + цвет, в данной модели два цвета являются равноценными, выделить лексическую доминанту цвета можно только в зависимости от контекста (*rouge-blanc*).

С 1830-х гг. в научных текстах все чаще встречаются колоронимы, образованные с помощью сочетания термина цвета с другой лексемой, не имеющей цветовой семантики. Это приводит к семантическим изменениям слов: значение словосочетания отличается от значения его компонентов, таким образом, появляются новые лексемы, именующие химические термины или описывающие химические процессы в научном дискурсе. В некоторых словосочетаниях нет цветовых терминов, но в совокупности они приобретают цветовую семантику с коннотацией «химический краситель»: *laque de garance, oxyde de manganèse*. Колоронимы, часто используемые в научном химическом дискурсе XIX- XX вв., можно разделить на группы по признакам «происхождение, способ получения» следующим образом:

Сочетания «цвет + цвет», «цвет + имя собственное» приобретают семантику «колороним синтетического происхождения»: *violet-rouge, blanc-vert, jaune-brun, rouge de minium, rouge d'Andrinople (1834), blanc d'Espagne, vert d' Hoffmann, noir d'aniline (1876), bleu d'indigo (1824) etc.*

К колоронимам синтетического происхождения относятся и те, которые именуются по аналогии с цветом природных явлений, растений: *bleu-de-ciel (1819), bleu d'azur (1826), bleu de lavande (1868), vert feuille (1845), jaune paille etc.*

В 30-е гг. 18 в. можно отметить использование в научном химическом дискурсе колоронимов на основе лака: rouge de garance (1831). Их наименования по форме часто совпадают с названиями колоронимов синтетического происхождения,

поэтому целесообразным представляется отнести термины цвета на основе лака к вышеуказанному типу колоронимов.

В результате слияния колоронимов с наименованием металлов («цвет + металл») получаются термины цвета со значением «колороним металлического происхождения», которые широко употребляются в химической литературе XIX в.: *fer rouge, blanc de cuivre, jaune de bronze (1824) jaune d'or (1820) noir de thallium (1910) noir de nickel (1894) bleu / vert de cobalt (1824) etc.*

Колоронимы в сочетании с названиями минералов, камней, горных пород («цвет + минерал») становятся лексемами, имеющими семантику «колороним минерального происхождения». Такие колоронимы чаще встречаются в химических текстах со второй половины XIX в. при описании научных химических явлений: *rouge hyacinthe, rouge-brique, blanc d'opale (1835), blanc de platine (1838), blanc de zinc (1851), argileux jaune (1888), bleu minéral (1853), bleu saphir (1859), vert émeraude (1888), noir de charbon etc.*

В отдельную группу можно выделить колоронимы, состоящие из термина цвета и названия пищевого продукта или животного материала, плодов растений и т. д. («цвет + продукт»). Получившиеся цветовые лексемы приобретают коннотацию «колороним животного происхождения». Такие сочетания, употреблявшиеся ранее в бытовой сфере, нередко встречаются в научном химическом дискурсе в значении цвета того или иного химического продукта: *blanc / jaune d'oeuf, noir d'os (1876), noir animal, rouge vineux, blanc crème (1913), jaune de miel (1821), jaune citron (1817), jaune orange (1819), vert-olive (1887), vert-pomme, vert gélatineux (1900) etc.*

Анализ исследуемой литературы показал, что наиболее частотными в научных текстах являются колоронимы с лексической доминантой «*rouge*». Кроме того, данные цветовые термины широко представлены во всех вышеуказанных семантических типах колоронимов.

Наименее редкими в химической литературе можно назвать колоронимы с лексической доминантой «*noir*».

Семантическую эволюцию колоронимов научного химического дискурса можно проследить на примере широко используемых терминов цвета. В частности, колороним «*outremer (bleu outremer)*» изначально является наименованием природного полудрагоценного камня ультрамарин, из которого изготавливали украшения. Благодаря химическому прогрессу, в 1828 г. Жан-Батист Гиме придумал оптимальный способ изготовления искусственного красителя «ультрамарин» с помощью химического синтеза. Следствием этого является широкое использование данного колоронима в научном химическом дискурсе конца XVIII- начала XIX вв. В настоящее время сфера применения данного колоронима значительно расширилась: пигмент «outremer» активно используется в живописи, текстильной промышленности. Исходя из этого, можно отметить расширение семантики колоронима «*outremer (bleu outremer)*» в период с XVIII по XXI вв. и схематично представить данную семантическую эволюцию следующим образом: *outremer (bleu outremer)* – полудрагоценный камень (до XIX в.) – краситель, используется в химии (XIX в.) – краситель, используется в разных сферах производства (XX в.). Подобную семантическую эволюцию можно наблюдать у следующих колоронимов:

Rouge d'Angleterre (rouge anglais) – красный английский, оксид железа.

Colcotar – oxyde ferrique utilisé pour le polissage des verres d'optique. Invariable (Larousse).

Bleu de Prusse – Берлинская лазурь.

Le Bleu de Prusse est un ferrocyanure ferrique, pigment très colorant et très volatile. Compatible pour utilisation avec peinutres à l'huile et acrylique (La dernière fabrique de terres colorants naturelles en France).

Ocre jaune / rouge – желтая / красная охра.

Ocre jaune – pigment d'origine naturelle, employé en peinture. Oxyde ferrique ou goethite. Latin «ochra», du grec «okhros» (jaune). Formule chimique: Fe2O3. Ocre rouge - pigment d'origine naturelle et synthétique, employé en peinture. Oxydhydroxyde de fer ou hématite. Naturel ou préparé par chauffage de la goethite (Valeur).

(Vert) malachite – малахит.

Formule chimique: Cu(OH)2.CuCO3. Pigment d'origine naturelle employé en peinture. Définition: pierre semi précieuse (Valeur).

Céruse – свинцовые белила.

Provenç. ceruza; espagn. cerusa; ital. cerussa; Carbonate de plomb, de couleur blanche. Céruse native, nom donné par quelques minéralogistes au plomb blanc terreux (Littré).

Noir de carbone / de fumée – голландская (ламповая) сажа.

Pigment d'origine naturelle et/ou synthétique employé en peinture. Obtenu par calcination. D'origine animale (noir d'os, noir d'ivoire). Formule chimique: C (Valeur).

Выводы

Безусловно, одним из основных и значимых изменений в семантическом плане является приобретение колоронимами новых цветовых коннотаций, широко используемых в химической литературе. Многие их цветовых терминов научного химического дискурса получились в результате слияния слов, не имеющих отношения к химии (наименования пищевых продуктов, растений, топонимы и т. д.).

Можно констатировать, что у многих колоронимов научного химического дискурса произошло расширение семантики: отдельные термины цвета имеют свое первичное основное значение, а в составе вышеприведенных лексем колоронимы имеют добавочные коннотации, связанные с новыми оттенками имеющихся ранее цветов. Благодаря новым коннотациям у колоронимов появляется новая сфера

применения – химическое научное пространство, и термины цвета становятся частью терминологии научного химического дискурса.

Таким образом, изучение лексико-семантических особенностей колоронимов в научном химическом дискурсе представляет большой интерес для лингвистики с точки зрения не только статики, но и динамики. В дальнейшем исследовании представляется немаловажным затронуть и другие аспекты терминов цвета, в частности, структурный и синтаксический.

Литература

1. Храмченко Д. С. Функционально-прагматическая эволюция английского делового дискурса: автореферат дисс. …д-ра филол. наук. – М., 2014.
2. Храмченко Д. С. Динамика функционального пространства английского делового дискурса: диахронический анализ // Профессиональная коммуникация и мультикомпетентность: сб. науч. тр., посвящ. 15-летию каф. англ. яз. № 5 МГИМО. – М., 2015. – С. 182-192.
3. Храмченко Д. С. Эволюционные процессы английского делового дискурса // Лингвострановедение: методы анализа, технология обучения. Тринадцатый межвузовский семинар по лингвострановедению: сб. науч. ст. в 2 ч. – ч. 1. Языки в аспекте лингвострановедения. – М.: МГИМО-Университет, 2016. – С. 75-85.
4. Annales de chimie et de physique [Electronic resource]: archive en ligne. – URL: http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb343780820/date.
5. Définitions: colcotar [Electronic resource] – Dictionnaire de francais Larousse. – URL: http://larousse.fr/dictionnaires/francais/colcotar/17089.
6. Littré – céruse [Electronic resource] – définition, citations,

étymologie // Dictionnaire Littré. – URL: https://www.littre.org/definition/c%C3%A9ruse.
7. Pigment Bleu de Prusse pur [Electronic resource] – Le moulin à couleurs – terres colorantes, pigments // La dernière fabrique de terres colorantes naturelles en France. – URL: http://www.moulincouleurs.fr/fr/couleurs-minerales/40-bleu-de-prusse-pur.html.
8. Valeur B. La chimie crée sa couleur...sur la palette du peintre [Electronic resource]. – URL: http://www.mediachimie.org/sites/default/files/chimie_art_129.pdf.

References

Khramchenko, D. S. (2014). *Funktsional'no-pragmaticheskaja evolutsija anglijskogo delovogo diskursa [Functional pragmatic evolution of English business discourse]*. (Doctoral thesis abstract, MGIMO, Moscow, Russia).

Khramchenko, D. S. (2015). Dinamika funktsional'nogo prostranstva anglijskogo delovogo diskursa: diakhronicheskij analiz [Dynamics of the functional area of English business discourse: diachronic analysis]. In *Professional'naya kommunikaciya i mul'tikompetentnost': sbornik trudov* (pp. 182-192). Moscow: MGIMO-University.

Khramchenko, D. S. (2016). Evolutsionnye protsessy anglijskogo delovogo diskursa [Evolutionary processes of business English discourse]. In *Linguistic and cultural studies: methods of analysis, technology of education. 13th interuniversity seminar on linguistic and cultural studies: col. of scient. publ. in 2 p. P. 1. Languages in the aspect of linguistic and cultural studies* (pp. 75-85).

Annals of chemistry and of physics. (2017). Archives online. Retrieved from: http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb343780820/date.

Definitions: colcotar (2017). Dictionary of French Larousse. Retrieved from: http://larousse.fr/dictionnaires/francais/colcotar/17089.
Pigment Prussian Blue pure (2017). Mill of colours – colouring soils, pigments. The last factory of natural colouring soils in France. Retrieved from: http://www.moulincouleurs.fr/fr/couleurs-minerales/40-bleu-de-prusse-pur.html.
Valeur B. Chemistry creates its colour... on the palette of the artist (2017). Retrieved from: http://www.mediachimie.org/sites/default/files/chimie_art_129.pdf.
Littré – ceruse – definition, citations, etymology (2017). Dictionary Littré. Retrieved from: https://www.littre.org/definition/c%C3%A9ruse.

УДК 811.111
https://doi.org/10.25076/vpl.27.03
Е.В. Пономаренко,
Т.А. Чехранова
Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

ВИДЫ ОБЩЕНИЯ ПО ХАРАКТЕРУ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматриваются способы речевого воздействия на реципиента в английском деловом дискурсе. Авторы ориентируются на необходимость развивать коммуникационную компетентность студентов с учетом Принципа Кооперации Г.П. Грайса и опираясь на типологию видов общения по характеру их прагматического воздействия (менторский, одухотворяющий, конфронтационный, информационный). Причем важно

различать речевое воздействие (осознаваемое адресатом влияние) и манипуляцию (неосознаваемое адресатом влияние).

Материалом для анализа служат фрагменты устного (дебаты Оксфордского университета) и письменного (бизнес-план) делового дискурса, размещенные в Интернете. Авторы доказывают, что эффективное воздействие на реципиента может достигаться по-разному, главное – чтобы весь дискурс системно выстраивался в русле реализации коммуникативного замысла говорящего.

В заключение формулируется ряд выводов: 1) в деловом общении прагматическое воздействие на реципиента очень важно в силу нацеленности этого вида коммуникации на утверждение собственной позиции и получение желательной реакции со стороны партнера; 2) в разных образцах английского делового дискурса неизменно присутствует «одухотворяющее» воздействие, то есть стимулирующее людей к активизации какой-либо деятельности; 3) знакомясь с деловой риторикой и стилистикой английского языка, будущие специалисты учатся опознавать языковые элементы, структурные особенности текста, стилистические и риторические приемы, сочетание которых влияет на прагматическую эффективность делового дискурса.

Ключевые слова: английский деловой дискурс, дискурс-анализ, виды общения, прагматическое воздействие, манипуляция.

UDC 811.111
https://doi.org/10.25076/vpl.27.03

E.V. Ponomarenko,
T.A. Chekhranova
Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of Russia

PRAGMARTIC-ORIENTED TYPES OF INTERACTION IN BUSINESS ENGLISH COMMUNICATION

The article examines forms of speech effect on a recipient in Business English discourse. The authors strive for developing students' communicative competence taking into account G.P. Grice's Cooperative Principle and pragmatic-oriented classification of types of communication (mentoring, inspiring, confrontational, informative ones). Besides, it is important to distinguish between speech effect (the influence of which the addressee is aware) and manipulation (of which the addressee is unaware).

The research material comprises samples of oral (an Oxford Union Society debate) and written (a business plan) business discourse available online. The authors argue that efficient impact on a recipient may be achieved in different ways, the main thing being a systemic discourse build-up towards realization of the speaker's communicative purport.

In conclusion a number of findings are stated: 1) a pragmatic impact on the recipient is very important in business communication due to its orientation towards affirming the speaker's own position and inciting the desirable reaction from the partner; 2) different samples of business discourse invariably contain the "inspiring" impact, i.e. the one stimulating people to enhance this or that activity; 3) studying Business English rhetoric and stylistics future professionals learn how to recognize the language elements, text structural features, stylistic and rhetoric devices, which jointly influence business discourse pragmatic effect.

Keywords: Business English discourse, discourse analysis, types of communication, pragmatic effect, manipulation.

Введение

При освоении иноязычного делового общения важнейшей задачей является изучение стилистических и риторических

приемов, так как в настоящее время деловой дискурс имеет тенденцию к снижению конвенциональности и расширению диапазона речевых средств, оказывающих прагматическое воздействие на реципиента, и это вызывает большой интерес исследователей (Леденева, 2017; Храмченко, 2010; Ponomarenko, Malyuga, 2015 и др.). С учетом того, что все сферы жизни социума наполняют беспрерывные потоки информации, и люди ежедневно обращаются к средствам массовой коммуникации (Интернет, пресса, радио, телевидение), анализируя приемы риторического воздействия, правила и тонкости делового общения, они учатся думать и формировать собственное мнение по разным вопросам, а не «потреблять» оценки и суждения, заранее заготовленные для широкой аудитории. Используя эти знания, мы можем взглянуть на многие вещи по-новому и избежать манипуляции собственным сознанием. Такие задачи решаются в том числе при обучении будущих специалистов иноязычному деловому общению.

Цель данной статьи заключается в том, чтобы проанализировать, каким образом можно использовать материалы СМИ в процессе освоения студентами экономического профиля разных видов англоязычной коммуникации, оказывающей необходимый прагматический эффект на партнера по общению.

Материалы и методы

Огромный массив учебных материалов в современном процессе обучения составляют аутентичные источники, которые в неограниченном количестве предоставляет Интернет. Неслучайно в научном сообществе Интернет характеризуется как самостоятельный фактор создания информационно-образовательной среды (Малахова, 2014; Раицкая, 2010; Раицкая, 2013).

Для наших целей мы используем размещенные в Интернете образцы как устного, так и письменного делового дискурса, опираясь на определение деловой коммуникации

как сложного процесса устного и письменного взаимодействия (установления, поддержания и развития контакта) между людьми в профессиональной сфере (Малюга 2007, Малюга 2011, Харьковская, Дюмина, 2016; Храмченко, 2015). Особо подчеркивается роль этого взаимодействия как социально значимого процесса: social action in business contexts [Bargiela-Chiappini, Nickerson, Planken 2007]. В русле такого понимания деловой коммуникации мы используем в качестве материала исследования видеоролик дебатов дискуссионного клуба Оксфордского университета (Oxford Union Society) по деловой тематике, а также образец бизнес-плана.

Решение обозначенных выше задач обеспечивается методами дискурс-анализа, включающими контекстуально-семантический анализ, интерпретацию, прагма-функциональный анализ.

Результаты и обсуждение

В идеальном случае партнеры по коммуникации взаимодействуют по известному Принципу Кооперации Г.П. Грайса, выдвинутому в статье «Логика и речевое общение» (Logic and Conversation (1975)). Согласно этому принципу, главная установка для успешного взаимодействия партнеров состоит в том, что коммуникативный вклад каждого участника на данном этапе общения должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) общения (Грайс, 1985, с. 222). Однако понятие «совместно принятой цели» справедливо вызывает серьезные вопросы, так как коммуниканты могут декларировать одни цели, а на самом деле реализовать другие (независимо от того, признают ли они открыто их существование). При любых обстоятельствах даже описанный Г.П. Грайсом идеальный случай не исключает стремления сторон воздействовать друг на друга, чтобы обеспечить желаемую реакцию партнера в пользу своей собственной позиции.

Эта установка приобретает особую актуальность в случае

институциональной коммуникации, в том числе деловой, так как вербальное поведение ее участников в основном определяется корпоративными и личными интересами сторон. Соответственно, в более выигрышной позиции оказывается более риторически подкованный коммуникант.

Для учебного процесса такой подход имеет первостепенную значимость, поскольку преподаватели иностранных языков должны ориентироваться на то, что следует не только учить будущих предпринимателей читать и понимать специальную литературу, заниматься устным и письменным переводом иноязычных текстов и другими традиционными видами речевой деятельности, но и развивать у студентов способность эффективно применять все полученные знания в любой ситуации профессионального общения, то есть помочь студентам приобрести профессионально значимые компетенции (Десятова, 2016; Киселева, 2014).

В деловой риторике по характеру прагматического воздействия на адресата выделяют несколько типов общения (Кузин, 2002):

- *менторский* – поучительно-назидательный,
- *одухотворяющий* – вселяющий в людей веру в свои личностные качества,
- *конфронтационный* – вызывающий желание возражать,
- *информационный* – ориентированный на передачу слушателям определенной информации, восстановление в их памяти каких-либо сведений.

Безусловно, речь станет более эффективной, если научиться умело выстраивать все эти типы коммуникации. Причем наибольшее впечатление производит дискурс, сочетающий в себе разные типы общения, не ограниченный каким-то одним видом воздействия.

Чтобы проиллюстрировать их эффективность, рассмотрим речи участников Оксфордских дебатов – Тео Пафитиса (Theo Paphitis), крупного предпринимателя (греческого

происхождения, но выросшего в Великобритании), и лорда Майкла Хауарда (Michael Howard), известного британского политика. Тема дискуссии – путь к успеху в бизнесе (Business advice). Оба дискурса раскрывают одну и ту же тему, оба прагматически удачны, но их авторы достигают своих целей разными способами.

Рассуждая о будущем британских компаний и британской экономики в целом, Тео Пафитис выразился следующим образом:

Well, British companies are probably best placed now and that's what the stores keep talking about. I started in the middle of what is – and we're still in it – biggest recession in living history. I start a new retail concept, I'm taking shops, I'm employing people. Everything I'm told – "You shouldn't be doing it"... it's all on the Internet: "Don't take stores, don't start new businesses." I have been no one. Now I'm looking outwards. I've launched in the UK – I've got seventeen Boux stores in the UK which are lingerie stores. I will have 25 by the end of this year. I have... I've got three overseas at the moment, and I'll have probably another ten overseas. So, I'm looking outwards. 'Cause I've got all the skills in this country to help me put together a really successful brand, launch it here, and then go outwards (Theo Paphitis and The Business Forum, http).

Обращает на себя внимание, что речь Тео производит впечатление не только менторского, но и конфронтационного дискурса, и уже с первых слов строится на антитезе с интонационным выделением и множественным повтором личного местоимения *I* (*British companies are best placed now – `**I** started in the middle of biggest recession in the living history* и т.д.). Эта конфронтационность подкрепляется противопоставлением себя и общественного мнения (*everything I'm told – "You shouldn't be doing it"; "Don't take stores, don't start new businesses"*) с намеком на то, что гипотетически другие люди не смогут справиться с трудной ситуацией подобно оратору. Ему же удалось так успешно

пройти путь с низов до приличного положения в бизнесе и в обществе, что он даже расширил бизнес за пределы своей страны (*I have been no one – now I'm looking outwards*).

Его речь напориста, исполнена самодовольства (*I've started a new retail concept; I'm taking shops; I'm employing people*). Впечатление настойчивости также усиливается лексико-синтаксическим параллелизмом и бессоюзием (асиндетоном): (*I've started …, I'm taking …, I'm employing …, I'm looking outwards*»).

Однако то, как Тео (наращивая антитезу) объясняет, что сам начинал свой бизнес с нуля, в конечном счете достигает его коммуникативной цели: используя собственный пример, успешный бизнесмен стимулирует британцев к решительным шагам и действиям. Выдержанная в *менторском* тоне с элементами *конфронтационности*, но и *одухотворяющая* (так как вдохновляет на преодоление трудностей и препятствий), речь Тео Пафитиса – показательный пример эффективного и стимулирующего бизнес-спича, сочетающего разные типы воздействия.

Если обратиться к речи Майкла Хауарда, то становится понятно, что в конечном счете его коммуникативная цель аналогична цели Т. Пафитиса, но смысловое пространство и прагматика заметно отличаются. В противоположность Тео, который в центр смыслового пространства поставил себя и свои достижения, лорд Хауард начинает с прямого обращения к аудитории и ее интересам (неоднократно употребляя местоимения второго лица), а себе оставляет скромную роль наблюдателя (*I think, I have a simple belief*):

The two qualities, that I think <u>you need most</u>, if <u>you want</u> to achieve <u>your objectives</u> whatever they are, are hard work, and persistence, particularly in politics, persistence is absolutely vital. <…> Don't give up, keep at it, keep working, be persistent and it's a good chance that luck <u>will come your way</u>. And find out what <u>you're good at</u>, what <u>you're best at</u>.

I have a simple belief, that we were put on this planet to try and make the most of whatever qualities, gifts, talents and attributes we were lucky enough to be given at the beginning (Lord Michael Howard, http).

Как и Т. Пафитис, М. Хауард упоминает о необходимости быть настойчивым и трудолюбивым в достижении своих целей. Для выделения важных составляющих жизненного успеха он использует в своей речи лексику упорства (*hard work, persistence*), синонимичные однородные члены предложения в функции прагматического усиления (*qualities, gifts, talents and attributes*), лексико-синтаксический параллелизм (*keep at it – keep working, what you're good at – what you're best at*), стилистическую фигуру повтора-подхвата (*… and persistence, particularly in politics, persistence is absolutely vital).* Прагматическая эмфаза подкрепляется также наречиями и наречными речениями усилительной семантики (*need most, whatever, particularly, absolutely, make the most, lucky enough*).

Речи двух ораторов разительно отличаются. Рассуждая о бизнесе, Тео приводит свой собственный пример становления, представляя себя «гуру бизнеса». Лорд Хауард поступает иначе: он многократно возвращается к тому, что всем даны те или иные способности, т.е. рассуждает об уникальности личности каждого из слушателей и, шире, человечества в целом. Тем самым он одухотворяет присутствующих, дает им веру в свои силы и таланты, вдохновляет на стремление к успеху.

Далее М. Хауард (так же, как Т. Пафитис) приводит в пример успешное развитие возглавляемой им организации – *Help to Hospices*, но избегает самовосхваления и подчеркнуто отдает лавры женщине, начинавшей это дело с нуля: *an incredible woman called sister Francis… she had the idea of setting up a place that would look after children who are near the end of their lives*. При этом он сознательно выстраивает серьезное эмоциональное воздействие на слушателей:

Of course, to visit any hospice and to visit this one in particular, as I did this afternoon, is one of the most moving experiences you can have. Remarkably, they are very joyful places, they are wonderful places!

Заметим, однако, что, отдавая дань уважения сестре Франсис, лорд Хауард тем самым возвышает и собственный имидж в глазах аудитории, так как слушатели невольно переносят восхищение ее деятельностью на руководителя этой организации. Лорд тонко намекнул на ограниченность финансовых возможностей сестры Франсис *(a woman of very modest means*), чтобы стало очевидно, насколько важно участие в работе благотворительной организации таких состоятельных людей, как он.

В его речи практически отсутствует антитеза, но эта речь задевает чувства людей не меньше, чем выступление Т. Пафитиса, и может правомерно характеризоваться как *одухотворяющая* и *информационная*.

Таким образом, очевидно, что речевые характеристики коммуникантов всегда отражают особенности их личности, пройденного жизненного и профессионального пути, а также большей или меньшей степени коммуникационной компетентности (Габец, 2012). Сопоставление приведенных фрагментов дискурса четко показывает, что эффективное воздействие на реципиента может достигаться по-разному, главное – чтобы весь дискурс системно выстраивался в одном русле, направленном к реализации коммуникативного замысла говорящего.

Еще один пример, который представляет особый профессиональный интерес, – бизнес-план, цель которого, как правило, заключается в получении финансирования и привлечении инвесторов. Грамотно подобранные речевые приемы в бизнес-плане позволяют авторам представить их проект в выгодном свете, подчеркнув преимущества планируемого бизнеса и завуалировав некоторые невыигрышные показатели.

Рассмотрим это на плане расширения автомастерской Phaethon's Chariot Restorations: он стандартно структурирован и включает в себя краткую характеристику заявленного проекта, бизнес-концепцию предприятия, анализ рынка, маркетинговую стратегию, организационный план, финансовый план и т.д. С самого начала плана приводятся аргументы, указывающие на прибыльность данного предприятия.

В тексте присутствуют следующие высказывания, указывающие на стремление авторов показать перспективность задуманного проекта (Phaethon's Chariot Restorations, http):

- *revenues will reflect a healthy market share of the local restoration market;*
- *this area comprises a total restoration market in excess of $2.0 million annually;*
- *the area doesn't have a lot of competition for our business,*
- *we'll achieve our success,*
- *advantages that provide for a large amount of growth in the company's cash account.*

Также упомянуты сведения, вызывающие у адресата благоприятные впечатления о предыдущем опыте бизнесмена:

- *The owner worked for other shops in the Highland Valley area for the past 20 years,*
- *is committed to excellence every day,*
- *a long work history in this field,*
- *extremely high standards in regards to the shop's work.*

Приведены следующие высказывания, подчёркивающие привлекательность продукции компании для потребителей:

- *extremely high standards for professionalism,*
- *the company is dedicated to providing the highest quality workmanship,*
- *keeps up on all the latest tools and techniques of the trade,*
- *cleanliness, adherence to all shop rules, and efficiency,*
- *prices are reasonable,*
- *the highest quality parts and supplies on all of our jobs.*

Наиболее резонные причины привлекательности услуг данного

предприятия указаны в пунктах “mission” и “keys to success”:

- *Our mission is to always perform the highest quality work at the best price around,*
- *We employ only the best people to do our work,*
- *Keys to success for the company will include: maintaining an untarnished reputation in the community; quality care; competitive pricing; flexible hours.*

В пункте “objectives” демонстрируется намерение поставить дело основательно и высокопрофессионально:

- *this pricing will insure a quadrupling of net profits during the third year;*
- *to improve the administrative processes of the company;*
- *the company founder will manage day-to-day operations of the business,*
- *will work collaboratively with all employees to ensure that this business venture is a success.*

В то же время невыигрышные сведения «сглажены» следующим образом: в предложении *The company's goal is to acquire a comfortable minority share of this nearby market* – ставится не слишком высокая планка для компании (занятие небольшой позиции на местном рынке), но этот факт приукрашен прилагательным *comfortable*. А в предложении *Company is best suited to serving the high-end customer share of the auto restoration market because clients of auto restoration can afford expensive materials and custom solutions* привлечение только обеспеченных клиентов объясняется тем, что автомастерская использует материалы и инструменты высокого качества и соответствующей стоимости.

Эволюционное движение смысловой системы данного дискурса приводит к решению поставленной задачи – убедить спонсоров в прибыльности и привлекательности заявленного бизнес-проекта. Таким образом, даже в таком тексте, который представляет собственно *информационный* и конвенциональный (даже клишированный) тип коммуникации, налицо элементы риторического воздействия на адресата, которые придают дискурсу прагматический оттенок *одухотворяющей* коммуникации и создают эффект

комбинирования разных видов воздействия на реципиента.

Заключение

Проведенный анализ показывает, что в деловом общении, как устном, так и письменном, как правило, наблюдается та или иная степень прагматического воздействия на реципиента в силу специфики этого вида коммуникации, а именно его нацеленности на утверждение собственной позиции и получение желательной (выгодной для говорящего/пишущего) реакции со стороны партнера. Причем важно различать речевое воздействие (осознаваемое адресатом влияние) и манипуляцию (неосознаваемое адресатом влияние).

Среди тех вариантов прагматического воздействия, которые служат основанием для типологии различных видов коммуникации (таких как менторский, одухотворяющий, конфронтационный, информационный), в разных образцах английского делового дискурса неизменно присутствует «одухотворяющий», то есть стимулирующий людей к активизации какой-либо деятельности. При этом устная форма коммуникации носит менее регламентированный характер, чем письменная, и более вариативна в использовании риторических средств.

Знакомясь с деловой риторикой и стилистикой английского языка, будущие специалисты учатся опознавать языковые элементы, структурные особенности текста, стилистические и риторические приемы, сочетание которых влияет на коммуникативную эффектность делового дискурса. Следовательно, правы те специалисты, которые не приемлют искусственного возведения барьеров между методами науки о языке и методами практического обучения иноязычной коммуникации (Александрова, Менджерицкая, Харьковская, 2008). Элементы интегративного подхода к учебному материалу с опорой на языковедческую теорию в той или иной мере используются преподавателями иностранных языков, но подготовка полного модуля,

посвященного этой теме, была бы очень полезна для подготовки коммуникативно компетентных представителей деловых кругов.

Литература

1. Александрова О.В., Менджерицкая Е.О., Харьковская А.А. Филология как составляющая современного гуманитарного знания и компетентностный подход в образовательных программах по зарубежной филологии // Вестник Самарского государственного университета. – 2008. – № 5/2 (64). – С. 273-280.

2. Габец А.А. Прагмалингвистический потенциал речевых характеристик персонажей в произведениях Джека Керуака: Диссертация … кандидата филологических наук. – Самара, 2012. – 200 с.

3. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. – С. 217-237.

4. Десятова О.В. Формирование навыков последовательного перевода у экономистов-международников // Коммуникация в современном поликультурном мире: национально-культурная специфика построения дискурса: Сборник научных трудов. Вып. 4. М.: Pearson, 2016. С. 338-344.

5. Киселёва А.В. К вопросу о методике формирования и развития навыков чтения на иностранном языке у студентов бакалавриата // Коммуникация в современном поликультурном мире: национально-культурная специфика построения дискурса. Сб. науч. трудов. – Вып. 4. 2016. С. 268-275.

6. Кузин Ф.А. Культура делового общения. Практическое пособие. – М.: Ось-89, 2002.

7. Леденева С.Н. Функционально-прагматические свойства языковых средств рекламного дискурса // Вестник

Брянского государственного университета. – 2017. – № 1. – С. 306-312.

8. Малахова В.Л. Использование интерактивных технологий при обучении иностранным языкам как необходимый фактор образовательного процесса // Вестник Белгородского юридического института МВД России. – Белгород: Белгородский юридический институт МВД России. – 2014. – № 2 (2). – С. 41-43.

9. Малюга Е.Н. Функционально-прагматические особенности речевого поведения британских и американских участников межкультурной деловой коммуникации: Монография. – М.: РУДН, 2007. – 194 с.

10. Раицкая Л.К. Интернет как информационно-образовательная среда развивающего образования // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2010. – № 25. – С. 112-115.

11. Раицкая Л.К. Оптимизация учебно-познавательной деятельности студентов в интернет-среде // Вестник МГИМО Университета. – 2013. – № 1 (28). – С. 18-21.

12. Харьковская А.А., Дюмина О.В. Лингводидактические аспекты английских учебных материалов по обучению деловой коммкникации // Наука и культура России. – 2016. – Т 1. – С. 286-290.

13. Храмченко Д.С. Ирония в английском деловом дискурсе: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М., 2010. – 25 с.

14. Храмченко Д.С. Функционально-прагматическая эволюция английского делового дискурса: Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М., 2014. – 55 с.

15. Bargiela-Chiappini Fr., Nickerson C., Planken B. Business Discourse. – New York: Palgrave Macmillan, 2007. – 282 p.

16. Lord Michael Howard. Business Advice. OxfordUnion. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JUtBqBuF1aI (дата обращения: 10.08.2017).

17. Phaethon's Chariot Restorations. Automobile Restoration Business Plan. URL: http://www.bplans.com/automobile_restoration_business_plan/executive_summary_fc.php (дата обращения: 11.08.2017).

18. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. Ironic Rhetoric in Business English Courses from Functional Linguistics Perspective // EDULEARN15 Conference Proceedings. Barcelona: IATED Academy, 2015. – P. 1392-1396.

19. Theo Paphitis and The Business Forum. OxfordUnion. URL: https://www.youtube.com/watch?v=rZcEc3UmgE0 (дата обращения: 10.08.2017).

References

Aleksandrova, O.V., Mendzeritskaya, E.O., & Kharkovskaya, A.A. (2008). Filologija kak sostavljajushhaja sovremennogo gumanitarnogo znanija i kompetentnostnyj podhod v obrazovatel'nyh programmah po zarubezhnoj filologii [Philology as modern humanitarian knowledge constituent and competence approach in education programmes for foreign language studies]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta, Humanities series, 5/2 (64),* 273-280.

Bargiela-Chiappini, Fr., Nickerson, C., & Planken, B. (2007). *Business Discourse*. New York: Palgrave Macmillan.

Desyatova, O.V. (2016). Formirovanie navykov posledovatel'nogo perevoda u ehkonomistov-mezhdunarodnikov [Forming consecutive interpretation skills of international economists]. *Kommunikaciya v sovremennom polikul'turnom mire: nacional'no-kul'turnaya specifika postroeniya diskursa: Ezhegodnyj sbornik nauchnyh trudov. Moscow: Pearson,* 338-344.

Gabets, A.A. (2012). Pragmalingvisticheskij potencial rechevyh harakteristik personazhej v proizvedenijah Dzheka Keruaka: Dissertacija … kandidata filologicheskih nauk. [Pragmalinguistic potential of characters' speech characteristics in novels by Jack Kerouac: Cand. Sc. thesis]. Samara.

Grice, H.P. (1985). Logika i rechevoe obshhenie [Logic and conversation]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Vol. XVI. Lingvisticheskaja pragmatika. Moscow: Progress,* 217-237.

Kharkovskaya, A.A., & Dyumina, O.V. (2016). Lingvodidakticheskie aspekty anglijskih uchebnyh materialov po obucheniyu delovoj kommknikacii [Linguididactic aspects of English learning materials for teaching business communication]. *Nauka i kul'tura Rossii, 1,* 286-290.

Khramchenko, D. (2010). Ironia v angliiskom delovom diskurse: Avtoref. … kand. filol. nauk [Irony in English Business Discourse: Author's abstract of Cand. Sc. thesis]. Moscow.

Khramchenko, D. (2014). Funkcional'no-pragmaticheskaja jevoljucija anglijskogo delovogo diskursa: avtoref. dis. … dokt. filol. nauk [Functional and pragmatic evolution of English business discourse: Author's abstract of Doct. Sc. thesis]. Moscow.

Kiseleva, A.V. (2016). K voprosu o metodike formirovaniya i razvitiya navykov chteniya na inostrannom yazyke u studentov bakalavriata [On the problems of methods of teaching bachelor students reading skills in English]. *Kommunikaciya v sovremennom polikul'turnom mire: nacional'no-kul'turnaya specifika postroeniya diskursa: Ezhegodnyj sbornik nauchnyh trudov. Moscow: Pearson,* 268-275.

Kuzin, F.A. (2002). Kul'tura delovogo obshhenija. Prakticheskoe posobie [Business communication culture. A practical guide]. M.: Os'-89.

Ledeneva, S.N. (2017). Funkcional'no-pragmaticheskie svojstva jazykovyh sredstv reklamnogo diskursa [Functional and pragmatic properties of advertising discourse verbal means]. *Vestnik Brjanskogo gosudarstvennogo universiteta, 1,* 306-312.

Lord Michael Howard. Business Advice. OxfordUnion. Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=JUtBqBuF1aI (accessed: 10.08.2017).

Malahova, V.L. (2014). Ispol'zovanie interaktivnyh tehnologij pri obuchenii inostrannym jazykam kak neobhodimyj faktor obrazovatel'nogo processa [The use of interactive techniques in teaching foreign languages as a necessary factor of educational process]. *Vestnik Belgorodskogo juridicheskogo instituta MVD Rossii. Belgorod: Belgorodskij juridicheskij institut MVD Rossii, 2,* 41-43.

Malyuga, E.N. (2007). *Funktsional'no-pragmaticheskie osobennosti rechevogo povedenia britanskikh I amerikanskikh uchastnikov mezhkul'turnoy delovoy kommunicatsii* [Functional and pragmatic peculiarities of verbal behavior of British and American participants in intercultural business communication]. M.: RUDN.

Phaethon's Chariot Restorations. Automobile Restoration Business Plan. Retrieved from: http://www.bplans.com/automobile_restoration_business_plan/executive_summary_fc.php (accessed: 11.09.2017).

Ponomarenko, E.V., & Malyuga, E.N. (2015). Ironic Rhetoric in Business English Courses from Functional Linguistics Perspective. In *EDULEARN15: 7th International Conference on Education and New Learning Technologies (Barcelona, Spain, 6-8 July, 2015.) Conference Proceedings* (pp. 1392-1396*)*. Madrid: IATED.

Raickaja, L.K. (2010). Internet kak informacionno-obrazovatel'naja sreda razvmvajushhego obrazovanija [Internet as informative and educational medium of

personality developing education]. *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija), 25*, 112-115.
Raickaja, L.K. (2013). Optimizacija uchebno-poznavatel'noj dejatel'nosti studentov v internet-srede [Optimizing Learning and Cognitive Activities of University Students in the Internet Environment]. *Vestnik MGIMO Universiteta, 1 (28),* 18-21.
Theo Paphitis and The Business Forum. OxfordUnion. Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=rZcEc3UmgE0 (accessed: 10.08.2017).

УДК 81.42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.04
С.А. Трифонова
Московский Государственный Областной Университет

ЭВФЕМИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЛЮБОВЬ» В РАЗГОВОРНОМ И ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОМ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СТИЛЯХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В статье анализируется функционирование эвфемизмов лексико-семантического поля «Любовь» в разных функциональных стилях английского языка. Использование эвфемистической лексики в различных функциональных стилях отличается особой интенсивностью в современном обществе. Появление, развитие и внедрение эвфемизмов в разговорную речь происходит, прежде всего, с помощью художественной литературы и телевидения. В системе стилистических приемов эвфемизмы представляют определенный интерес, поскольку они употребляются во многих сферах языкового общения и отражают изменения общественных ориентиров в разных сферах человеческой жизни. Семантический спектр использования эвфемизмов

довольно широк и затрагивает все сферы деятельности человека. Разговорному функциональному стилю присущи обиходно-бытовые эвфемизмы. Обиходно-бытовые эвфемизмы описывают жизнь человека в его интимной, семейной сфере и сфере повседневной деятельности. В отличие от разговорного стиля, литературно-художественному стилю присуще употребление эвфемизмов, которые придают более благородное звучание тем словам, которые в своем прямом значении выглядели бы вульгарными. В произведениях J. Austen, D.H. Lawrence, J. Galsworthy мы находим достаточно большое количество эвфемизмов, которые заменяют прямой контекст тех слов, которые были недопустимы в литературных произведениях XIX – начала XX века, так как книги являлись источником нравственности и морали. На основе изучения эвфемистической лексики в разных функциональных стилях английского языка установлено, что целями употребления эвфемизмов в различных стилях являются: соблюдение принятого речевого этикета, смягчение высказывания, попытка говорящего повысить свой статус в глазах собеседника, стремление избегать коммуникативных конфликтов, а также способствование успешной коммуникации.

Ключевые слова: эвфемизмы, эвфемистическая лексика, лексико-семантическое поле, функциональный стиль, разговорный стиль, литературно-художественный стиль, речевой акт.

UDC 81.42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.04
S.A. Trifonova
Moscow Region State University

EUPHEMIZATION OF THE CONCEPT "LOVE" IN CONVERSATIONAL AND BELLES-LETTERS FUNCTIONAL STYLES OF THE ENGLISH LANGUAGE

The article deals with functioning of euphemisms of the lexico-semantic field "Love" in different functional styles of the English language. Using of euphemistic lexics in different functional styles is distinguished with a particular intension in the modern society. Appearing, developing and introduction of euphemisms in mass speech happens, first of all, with the help of fiction and television. In the system of stylistic devises euphemisms present a particular interest, because they are used in lots of spheres of communication and reflect changes of public orienting points in different areas of people's lives. Conversational functional style contains every day euphemisms. Semantic spectrum of using euphemisms is rather wide and touches upon all scopes of people's actions. Every day euphemisms describe a life of a person in his intimate, family scopes and a scope of daily living. In comparison with the conversational style, the belles-letters style is characterized by using euphemisms which make vulgar words sound better and more noble. In the works of J. Austen, D.H. Lawrence, J. Galsworthy we can find a plenty of euphemisms which replace the real context of those words which were impermissible in the literature works XIX- early XX century, because books were the source of morality. On the basis of euphemistic lexics in different functional styles of the English language it was found out that the aims of using euphemisms in the different styles are following the speech etiquette, smoothing an utterance, an attempt of a speaker to enhance his status in the interlocutor's eyes, an intention to avoid communicative disputes and also to facilitate a successful communication

Key words: euphemisms, euphemistic lexics, lexico-semantic field, functional style, conversational style, belles-letters style, the act of speaking.

Введение

Первая четверть 21 века ознаменована повышенным интересом к эвфемистической лексике. Эта тема стала объектом многочисленных исследований как зарубежных, так и российских ученых. Эвфемизмы анализируются с позиций различных лингвистических подходов и направлений. Среди наиболее значимых подходов можно выделить: функционально-семантический, стилистический, прагматический, гендерный и дискурсивный.

Употребление эвфемизмов является одним из приемов, связанных с соблюдением требований к литературной речи. Эвфемистическая лексика постоянно сопровождает процесс коммуникации, являясь одним из основных средств обеспечения успешного и бесконфликтного общения. При эвфемистическом переименовании происходит либо полное замещение негативного значения слова, либо уменьшается звучание негативных языковых единиц.

Интерес к эвфемистической лексике обязано многим причинам. В первую очередь, эвфемизмы отражают моральные, социальные и психологические установки общества в целом и индивида в частности. Во-вторых, эвфемизмы регистрируют изменения общественных оценок различных событий. В-третьих, возникновение, распространение и закрепление эвфемистической лексики в обществе происходит в процессе изменения состав носителей литературного языка.

Теоретические основания исследования

Культура и язык находятся в постоянном взаимодействии и представляют собой форму общения между людьми. Э. Сепир выдвинул положение, раскрывающее единство и специфику культуры и языка: «Культуру можно определить как то, *что* данное общество делает и думает. Язык же есть то, *как* думают» (Сепир, с.193 – 194). Из этого следует, что люди, принадлежащие к разным языкам и культурам, воспринимают мир по-разному. Язык неотделим от

культуры. Через призму культуры язык отображает определенную культурно-национальную ментальность общества. Язык способен отражать реальный мир, окружающий человека, реальные установки, характерные для данного общества, его самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира. (Тер-Минасова, с. 14).

Язык отражает способность человеческого мышления так структурировать реальность, чтобы избежать конфликта с собеседником, вследствие использования прямого, и поэтому часто грубого наименования. Поскольку каждый носитель языка одновременно является и носителем культуры, то языковые знаки приобретают способность выполнять функцию знаков культуры и тем самым служат средством представления основных установок культуры. Язык также можно рассматривать в качестве семиотической системы знаков и как знак, как часть более общей системы культуры, искусства, литературы. Именно поэтому язык способен отображать культурно-национальную ментальность его носителей.

Язык и культура неотделимы друг от друга. С помощью языка передаются ценности культуры от поколения к поколению через пословицы, поговорки, эвфемизмы, идиомы, афоризмы и т.д. В этом списке эвфемизмы, по праву, являются одним из интереснейших явлений языка.

Национальный язык придает каждой культуре индивидуальный и неповторимый облик, с помощью которого происходит возникновение ценностных и моральных установок в социуме. Система норм и оценок является необходимой частью языкового поведения. Во избежание коммуникативных проблем, люди следуют определенным нормам. Если человек не соблюдает принятые в его социуме языковые нормы, его считают невоспитанным.

В любом обществе существуют слова, которые не принято

произносить вслух, так как они считаются неприемлемыми по тем или иным причинам. Такая лексика требует нейтрализации истинного смысла прямых наименований через смягчение существующих или подбор новых словесных форм.

Явление эвфемии является неотъемлемой частью языкового поведения. Эвфемизмы помогают преодолеть коммуникативный дискомфорт и придать смыслу высказывания более корректную и приемлемую форму (Торопцева, 2007). Чтобы понять, как формируются ценностные приоритеты в эмоциональной сфере англоязычного общества, рассмотрим концепт «Любовь».

Концепт «Любовь» отражает базовые ценности, принципы, жизненные цели и занимает важное место в языковой картине мира. Концепт «Любовь» входит в категорию культурных концептов, представляя собой сегмент национальной концептосферы лингвокультуры. Процесс эвфемизации очень подвижен и многолик и поэтому способствует появлению новых лексических единиц в языке.

Понятие «Любовь» многоаспектно. Оно отражает базовые ценности и принципы, что дает возможность рассматривать его с различных позиций. В данной статье нас интересует эмоциональная составляющая, то есть, каким образом через этот концепт находят выражения такие чувства как:

- глубокое эмоциональное влечение, сильное сердечное чувство.
- постоянная, сильная склонность, увлеченность чем-нибудь.
- пристрастие, вкус к чему-нибудь.
- отношения между полами, при обозначении любовной или половой связи.

Эвфемизмы можно разделить на три основных стиля: высокий, нейтральный и низкий. Соответственно, эвфемизмы могут придавать высказываниям разнообразные оттенки значений: возвышенные и поэтические; ироничные и

шутливые; саркастические, фамильярные и презрительные (Москвин, 2011).

Разговорному функциональному стилю присущи обиходно-бытовые эвфемизмы нейтрального и низкого стиля. Основной целью современных обиходно-бытовых эвфемизмов является этикетно-этическое смягчение неприятного в речи. Семантический спектр использования эвфемизмов довольно широк и затрагивает все сферы деятельности человека. Обиходно-бытовые эвфемизмы описывают жизнь человека в его интимной, семейной сфере и сфере повседневной деятельности.

Лексика разговорного стиля весьма подвижна. Разговорный стиль богат фразеологией. Фразеологизмы придают разговорной речи образность. Наряду с фразеологизмами, в разговорной речи широко употребляются эвфемизмы, которые необходимы для того, чтобы завуалировать те понятия, которые не принято называть существующими для их обозначения словами из-за отрицательной коннотации.

Характерной особенностью разговорного стиля является неподготовленность и непринужденность. Использование эмоционально-экспрессивной лексики обусловлено тем, что формирующим ее видом является диалог. В отличие от литературно-художественного стиля разговорная речь определяется спонтанностью ситуации. Речь создается непосредственно в процессе говорения и всегда зависит от ответной реакции собеседника.

В условиях диалога собеседники проявляют такие качества как темперамент и эмоциональность. Нормы разговорного стиля официально никем не регламентируются, но негласно устанавливаются в каждом социуме.

Телевидение оказывает влияние на нашу повседневную жизнь уже не первое десятилетие. Люди склонны к тому, чтобы заимствовать популярные выражения и слова из диалогов любимых актеров и употреблять их в повседневном

разговоре. Практически во всех телепередачах присутствует тема отношений между мужчиной и женщиной. Не всегда уместно использовать прямое значение слов, связанных с любовными отношениями в телепередачах. Поэтому сценаристы прибегают к употреблению эвфемизмов, наиболее полюбившиеся проникают в нашу разговорную речь. Представителям других лингвокультур не всегда легко интерпретировать сюжет иностранного фильма, в котором используются эвфемизмы.

Материалы и методы

Материалом для статьи послужили зарубежные фильмы и сериалы, а также произведения американской и английской художественной прозы таких авторов, как J.Galsworthy, J. Austen, D.H. Lawrence.

Анализ эвфемизмов

Приведем примеры эвфемизмов, взятых из англоязычных телевизионных сериалов.

Invading France

В эпизоде сериала “The Borgias” (Борджиа), папа Римский в постели преподает урок географии Италии своей любовнице Джулии, представляя ее ногу Италией, которая имеет форму сапога. Икра ее ноги – Неаполь, ее колено – Рим, а место «севернее» ее бедра он называет “source of disquiet in France” (источник беспокойства во Франции). Затем папа Римский сообщает, “he intends to invade France” (что он намерен захватить Францию).

Tactical Support

В эпизоде сериала “Burn Notice” (Черная метка), агент в отставке Сэм предлагает своему напарнику Майклу, шпиону в отставке, взять с собой на задание бывшую девушку Майкла Фиону, по совместительство киллера высшего класса, в качестве запасного варианта. Сэм говорит, что было бы неплохо, если бы Майкл снова начал с ней «встречаться» (hook up with her again). Но Майкл не собирается снова вступать с ней в отношения, она нужна ему лишь “for tactical

support”. Догадливый Сэм посмеивается, как теперь называют отношения.

Looking for Gadgets

В эпизоде популярного сериала “Scrubs” (Клиника), доктор Келсо рассказывает Джей Ди, как он бродил по универмагу. На что Джей Ди интересуется, ‘if Dr. Kelso was looking for gadgets”, что означает искать кого-либо, чтобы вступить в любовные отношения.

Pop-Pop

В сериале “Arrested Development” (Замедленное развитие), эвфемизм pop-pop приводит в замешательство главу семьи Майкла. Его сын Джордж Майкл сообщается ему: “I have Pop-Pop in the attic”, и отец предполагает, что он говорит о половых отношениях на чердаке. Немного позже, отец узнает, что сын имел в виду дедушку, у которого в семье было прозвище Pop-Pop.

Walking the Freedom Trail

В эпизоде “The Double Blind Job” сериала “Leverage” (Грабь награбленное), компьютерный мошенник Хардисон и специалист широкого профиля Эллиот болтают о девушке Эллиот Дженнифер. После встречи с ней Эллиот выглядел очень уставшим, что позволило Хардисон скачать: “she’s had him walk the Freedom Trail twice”. Хардисон употребляет эвфемизм “walking the Freedom Trail”, думая, что у них были отношения. Но в данном контексте эти слова употребляются дословно, и Эллиот имеет в виду, что он с Дженнифер гулял в Бостоне по Freedom Trail («Тропа Свободы»), делая покупки.

В отличие от разговорного стиля, литературно-художественный стиль речи отличается образностью, широким использованием изобразительно-выразительных средств языка. Средства художественной выразительности разнообразны и многочисленны. Это такие тропы, как эпитеты, метафоры, сравнения, метонимия, перифраза, эвфемизмы и т.д.

Основная функция литературно-художественного стиля это использование языковых и специфических стилистических средств, способствующих воплощению замысла автора. Происходит это обычно с помощью использования автором большого количества стилистических средств. Иначе говоря, основные функции языка художественной литературы – познавательная (когнитивная) и эстетическая. Действительно, по словам И.Р. Гальперина, “the purpose of the belles-letters style in not to prove but only to suggest a possible interpretation of the phenomena of life by forcing the reader to see the viewpoint of the writer. This is the cognitive function of this style. The aesthetic function is to give the reader the feeling of pleasure which is derived from the form in which the content is wrapped up” (Galperin, p. 48).

Эмоциональность литературно-художественного стиля значительно отличается от эмоциональности разговорно-бытового стиля, тем, что выполняет эстетическую функцию. Литературно-художественный стиль предполагает предварительный отбор языковых средств для создания литературных образов.

Через концепт «Любовь» в художественной литературе раскрывается тема отношения полов. О любовных отношениях не всегда уместно писать напрямую и, естественно, необходима замена более подходящими эквивалентами. Этот факт является причиной появления большого количества интересных эвфемизмов.

Из произведений Джейн Остин «Эмма» и Дэвида Лоуренса «Любовник леди Чаттерлей» для иллюстрации концепта «Любовь» взяты следующие эвфемизмы. Данные примеры придают более благородное звучание тем словам, которые в своем прямом значении выглядели бы вульгарными.

Seduce

«Emma was very willing now to acquit her of having ***seduced***

Mr. Dixon's actions from his wife…»

Эмма уже не обвиняла ее в умысле **отвадить** мистера Диксона от жены так, как она делала это раньше.

Conscious Preference

*«… a **conscious preference** of herself … made her think that she must be a little in love with him, in spite of every previous determination against it».*

У нее не было ни малейшего сомнения, что он ею пленен и **отдает ей предпочтенье**, и она поняла, что сама в него влюбилась.

Love-affair

Love Connection

Give the gift of herself

*«Both Hilda and Constance had had their tentative **love-affairs** by the time they were eighteen. The young men … wanted, of course, the **love connection**. The girls were doubtful, but then the thing was so much talked about, it was supposed to be so important. And the men were so humble and craving. Why couldn't a girl be queenly, and **give the gift of herself**? »*

Когда Хильде и Констанции не было еще и восемнадцати, они **уже познали мужчин**. А их спутники, имея цель добиться **близости** с девушками, шли на любые уловки. И девушки, и юноши так много говорили о половой жизни, что трудно было сдержать страсть и не **одарить поклонника своим телом**.

Love Experience

*«When the girls came home for the summer holidays of 1913, when Hilda was twenty and Connie eighteen, their father could see plainly that they had had **the love experience**»* (Остен, 2012).

Подошло к концу лето 1913 года и девушки вернулись после летних каникул домой. Хильде уже минуло двадцать, а Конни только исполнилось восемнадцать. Едва отец их увидел, как ему сразу стало ясно, что дочери **уже имели любовный опыт.**

В произведениях XIX – начала XX века прямое

наименование любовных чувств считалось неприличным. В обществе об этом говорили шепотом, а в художественной литературе подбирались более приличные эквиваленты, такие как: *the flutter of pleasure, to make love to any woman, open her thighs, 'those two' had gone to extremes, from some fancy or other, go away in the evening attended by her pleasant husband, affections entangled, give the gift of herself, had their love experience, merry evening games.*

Результаты и обсуждение

Результатом работы является комплексное исследование использования эвфемизмов лексико-семантического поля «Любовь» в разговорном и литературно-художественном функциональных стилях. Следует отметить, что использование эвфемистической лексики отличается особой эффективностью в обществе. Появление, развитие и внедрение эвфемизмов в массовую речь происходит, прежде всего, с помощью художественной литературы, телевидения и публицистики.

Выводы

В качестве заключения хотелось бы подчеркнуть, что интерес к эвфемистической лексике обусловлен тем, что с помощью эвфемизмов можно проследить социально-коммуникативные предпочтения в обществе. Эвфемизмы не только регистрируют, но и фиксируют эти изменения и закрепляют их и в разговорной, и в литературной речи.

Использование эвфемистической лексики в литературно-художественном и разговорном стиле позволяет увидеть колорит и образность национального языка и культуры. Являясь одним из ключевых концептов языковой культуры социума, концепт «Любовь» отражает культурно-исторические традиции общества.

Литература

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958.
2. Москвин В.П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования // Вопросы языкознания. – М.: Наука, 2011. – №3. – С. 58-70.
3. Лоуренс Д. Г. Любовник леди Чаттерлей / пер. с англ. В. Чухно. – В сб.: Лоуренс Д. Г. Любовник леди Чаттерлей. – М.: Эксмо, 2007. – 430 с.
4. Остен Д. Эмма; [пер. с англ. М.Кан]. – М.: Эксмо, 2012.
5. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологи: Пер. с англ. / Общ. ред. и вст. ст. А.Е. Кибрика. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1993.
6. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово/Slovo, 2000.
7. Торопцева Е.Н Эвфемизмы английского языка: Пособие по спецкурсу. – М.: МГОУ, 2007.
8. Galperin I.R. Stylistics. – M.: Vishaya shkola, 1981.

References

Galperin, I.R. (1985). *Ocherki po stilistike anglijskogo yazika. Izdatelstvo literaturi na inostrannih yazikah. [Stylistic features of the English language]*. Moscow: Foreign Languages Publishing House.

Moskvin, V.P. (2011). Evfemizmi: sistemnie svyazi, funkcii i sposobi obrazovaniya [Euphemisms: systematic links, fuctions and ways of forming]. *Voprosi yazikoznaniya, 2*, 58-70.

Sepir, E. (1993). *Izbrannie trudi po yazikoznaniu i kulturopogi [Selected works in linguistics and cultural studies]*. Moscow: Publishing group “Progress”, “Univers”.

Ter-Minasova, S.G. (2000). *Yazik i mezhkulturnaya kommunikaciya [Language and intercultural communication]*. Moscow: Slovo.
Toropceva, E.N. (2007). *Evfemizmi anglijskogo yazika [Euphemisms of the English language]*. Moscow: MGOU.
Austen, J. (2012). *Emma* [translation from English M.Kan]. Moscow: Eksmo.
Lawrence, D.H. (2007). *Lady Chatterley's Lover* [translation from English V.Chukhno. Moscow: Eksmo.
Galperin, I.R. (1981). *Stylistics.* M.: Vishaya shkola.

УДК 81'42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.05
А.А. Харьковская,
И.Б. Кривченко
Самарский национальный исследовательский университет им. С.П. Королева

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «FACEBOOK»)

В данной работе содержится описание системы дискурсивных маркеров, которые формируют концептосферу англоязычной сетевой коммуникации на материале одной из самых популярных социальных сетей FACEBOOK. Наряду с ключевыми концептами рассматриваемого автором коммуникативного поля в статье анализируются факультативные векторы, в границах которых системно осуществляется концептуальная организация англоязычных социальных сетей. Такой подход способствует созданию целостной коммуникативной картины сети FACEBOOK в терминах современного дискурс-анализа. Цель представленной работы

заключается в том, чтобы попытаться выявить иерархию концептов, оформляющих англоязычную социальную интернет-коммуникацию на рубеже столетий; в свою очередь это, с одной стороны, позволит определить порядок социального взаимодействия пользователей FACEBOOK, а с другой – может способствовать адекватной интерпретации механизма интердискурсивного анализа на материале языка международного общения.

Ключевые слова: дискурсивные маркеры, концепт, социальная сеть, коммуникативное поле

UDC 81'42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.05
A.A. Kharkovskaya,
I.B. Krivchenko
Samara National Research University
named after S.P. Korolev

CONCEPTUAL ORGANISATION OF SOCIAL NETWORK DISCOURSE (BASED ON FACEBOOK SOCIAL NETWORK)

The description of discursive markers system providing the conceptual sphere of English net-communication based upon the materials of one of the most popular social networks FACEBOOK, is offered in the article. Alongside the key concepts of the communicative field under consideration some optional vectors within which the conceptual organization of English social nets is systemically actualized are considered. This approach contributes to the creation of the FACEBOOK holistic picture in terms of modern discourse analysis. The present paper is aimed at revealing the conceptual hierarchy characteristic of the English social net communication during the period dating from the end of the twentieth century till the start of the twenty-first century; that, in its turn, might put in order the social

interaction among FACEBOOK users on the one hand, and contribute to the adequate interpretation of the interdiscourse analysis mechanism based on the language of international dialogue on the other hand.

Key words: discursive markers, concept, social net, communicative field

Введение

Расширение сферы действия современных средств коммуникации, включающей интернет, спутниковую связь и другие беспроводные технологии, оказывает беспрецедентное воздействие на активное формирование и стремительное развитие коммуникативной среды социальных сетей, что прежде всего отражается на англоязычном виртуальном пространстве, поскольку именно английский язык сегодня считается «коммуникативным стандартом современного интернет-дискурса» (Ахренова 2009, с. 4). Активизация научного интереса к основному лингвистическому инструменту глобализации подтверждается появлением большого количества исследований отечественных и зарубежных специалистов, посвященных научному осмыслению проблем языкового контента материалов, размещенных в интернете (см. работы А.Г. Аврамовой, С. Барнс, Е.И. Горошко, Л.Ю. Иванова, Д. Кристала, Л.К. Раицкой, Ф.О. Смирнова, С. Херринг и др.) (Аврамова, 2005; Горошко, 2007; Иванов, http; Раицкая, 2010; Раицкая, 2013; Смирнов, 2004; Barnes, 2003; Crystal, 2004; Herring, 2001).

Необходимо также отметить, что виртуальная реальность на сегодняшний день стала неотъемлемой частью нашей жизни (Meadowcroft, http) и так прочно вошла в неё, что некоторые её аспекты стали культовыми и являются источниками внимания и интереса людей: так, история создания социальной сети Facebook была положена в основу сценария фильма Д. Финчера «Социальная сеть», что также

может служить убедительным примером влияния интернет-среды на современную реальную жизнь. С учетом этих обстоятельств *цель* настоящего исследования заключается в систематизации маркеров концептосферы англоязычной версии FACEBOOK в терминах дискурс-анализа.

Материалы и методы

Интернет-дискурс представляет собой совокупность разнородных по тематике, стилю, композиции, набору языковых характеристик текстов, которые совмещают фрагменты различных типов дискурса, актуализируя различную информацию (визуальную, аудиальную, интерактивную) в комбинированном формате. Объектами наблюдений в настоящей работе послужили образцы Интернет-дискурсивного пространства, принципиальными чертами которого являются открытость, вариативность (бланки, базы данных, ссылки и т.п.) и трансформационный потенциал, что предполагает возможность изменять текст, добавлять текстовую или графическую информацию, даже удалять текст. Пользователи Facebook имеют возможность создавать страницы по своему усмотрению и публиковать разнообразную в тематическом отношении информацию, привлекая других пользователей социальной сети и побуждая их стать подписчиками. Несмотря на то, что Facebook переведён на множество языков, включая русский язык, данная социальная сеть объединяет пользователей со всего мира, поэтому основная часть коммуникации осуществляется на английском языке. Соответственно, в центре нашего исследования оказывается современный англоязычный Интернет-дискурс.

В отношении избранного материала исследования в общем русле дискурс-анализа применяются методы контекстуального, когнитивного, прагмасемантического анализа.

Результаты и обсуждение

Концептосфера Интернет-дискурса заслуживает особого

внимания постольку, поскольку ее анализ очень репрезентативно показывает не только круг интересов, но и в целом мироощущение современного человека. В лингвистике сформировалось понимание концепта как динамичного образования; «следовательно, ценностная составляющая того или иного концепта может изменяться под влиянием времени и различных факторов, что объективно подтверждается данными из корпуса выборки» (Габец, 2013, с. 155). Действительно, так как Интернет и другие средства массовой информации обладают практически неисчерпаемыми возможностями наполнять сознание реципиента разного рода информацией, изменения в концептуальной системе человека сегодня происходят довольно быстро, что немедленно отражается на языке (Леденева, 2017; Сарайкина, 2017; Харьковская, 2016; Aleksandrova, Mendzheritskaya & Malakhova, 2017). Эти изменения обязательно должны учитываться и в учебном процессе при обучении иностранному языку представителей любой профессии (Малахова, 2014; Малюга, 2009). Поэтому в настоящее время вполне оправдано использование источников из соцсетей, в частности FACEBOOK, в качестве учебного материала.

Культурные доминанты, обнаруженные в ходе знакомства с названиями страниц FACEBOOK, нашли отражение в ключевых концептах, которые охватывают такие области человеческой деятельности, как путешествия, развлечения, деньги, здоровье, сельское хозяйство, религия, образование, чтение, наука, еда, спорт, политика, животные, закон, алкоголь, компьютерные технологии.

На вербальном уровне дискурсивными маркерами концепта *развлечения*, занимающего лидирующие позиции в концептосфере обследуемой социальной сети, являются языковые единицы Arts/Entertainment/Nightlife, Theatre, Attractions, Tourist Attraction, Amusement, Concert Venue, в эту концептуально организованный вектор можно включить

названия страниц в социальной сети, обладающие свойствами прецедентности, поскольку хорошо известны не только англоязычному, но и мировому сообществу интернет-коммуникантов (Cirque du Soleil, Boom Festival, Mathew Street Festival, The Vintage Festival), т.к. обозначают названия фестивалей и цирковых представлений мирового масштаба. В эту же подгруппу входят названия парков развлечений и аттракционов (Six Flags, Singapore Flyer, Canada's Wonderland, Cedar Point , The Official London Eye) и других знаковых мест (Times Square, NYC, Monterey Bay Aquarium, Warner Bros. Studio, Madame Tussauds London).

Концепт *развлечения* актуализируется также в материалах выборки посредством названий страниц, объединенных музыкальной темой (Musical Instrument, Music Award, Music Chart, Music Video, Musician/Band). Примерами первого типа страниц являются страницы, посвященные отдельным музыкальным инструментам (Guitar, Piano, Violin, Koto, Khim, etc). Музыкальная тематика включает также названия интернет-страниц, посвященных музыкальным магазинам, продающим инструменты (Khords The Complete Music Store (Music Palace), Hertz Musical Instruments, Normans Musical Instruments, Casio – Electronic Musical Instruments, G&L Musical Instruments). Наиболее объемную часть этого вектора концептосферы составляют примеры, где зафиксированы имена выдающихся музыкантов или названия популярных музыкальных групп (Rihanna, Eminem, Shakira, Michael Jackson, Lady Gaga, Linkin Park).

Следует также отметить, что концепт *развлечения* на современном этапе развития культуры широко представлен дискурсивными маркерами, обозначающими названия произведений кино- и телеиндустрии, фестивалей и конкурсов, посвященных присуждению престижных премий киноактерам и создателям шедевров киноискусства или телепроектов, которые получили высокую оценку зрительской аудитории, искусствоведов и критиков не

только в англоязычных странах, но и во всем мире. В эту подгруппу входят красочно оформленные в рекламных целях названия фильмов, мультфильмов и киносериалов (Harry Potter, Avatar, The Twilight Saga, Titanic, Shrek, Toy Story, Transformers, Finding Nemo, Pirates of the Caribbean), а также названия популярных американских сериалов для домохозяек, увлекающихся «мыльными операми», телепередач для детей и подростков, которые проводят много времени с гаджетами разного рода (The Simpsons, Family Guy, South Park, House, Sponge Bob Square Pants, Two and a Half Men, Futurama, The Big Bang Theory, How I Met Your Mother, Glee). Отличительными характеристиками дискурсивных маркеров этой подгруппы является их красочное, оригинальное оформление, использование в качестве сопровождения фотографий, музыкальных клипов, разнообразных графических и изобразительных средств привлечения внимания в рекламных целях (комиксы, трейлеры, мультипликации и т.п.)

Как показали наблюдения, среди пользователей социальной сети FACEBOOK большой популярностью пользуются концепты *спорт* и *чтение*, каждый из которых актуализируется в контекстах с помощью собственных наборов дискурсивных маркеров. Так, дискурсивные маркеры, обеспечивающие актуализацию концепта *спорт* в названиях спортивных страниц, размещенных в социальной сети, на вербальном уровне распределяются по подгруппам с учетом видов спортивных состязаний, спортивных объединений и клубов, профессиональных достижений спортсменов и т.п., в то время как на невербальном уровне эти маркеры реализуются в формате фотографий участников спортивных мероприятий, видеороликов с записью наиболее острых моментов матчей или соревнований, музыкального сопровождения (спортивные гимны, хоровые речевки и т.п.). Наряду с однословными лингвистическими единицами sports, athlete, и словосочетаниями sports activities, amateur

sports team, professional sports team, school sports team, etc. в выборке широко представлены названия страниц футбольных, баскетбольных и бейсбольных клубов (Chelsea Football Club, LA Lakers, Liverpool FC, Chicago Bulls), а также имена/клички наиболее успешных спортсменов в области футбола, легкой атлетики и тенниса (Cristiano Ronaldo, Leo Messi, David Beckham, Michael Jordan, LeBron James, Kobe Bryant, Roger Federer, Rafa Nadal, Usain Bolt).

Концепт *чтение* представлен в социальной сети разделами Book, Book Store, Library, Author, где наряду с именами писателей-авторов современных бестеллеров (J.K. Rowling, Dean Koontz, George Orwell, Terry Pratchett, Stephen King), названиями книг и книжных серий (House of Night, A Series of Unfortunate Events, Girl With The Dragon Tattoo, etc.) присутствуют упоминания о работах малоизвестных авторов. Так, следует заметить, что в социальных сетях не ослабевает интерес и к произведениям У. Шекспира, с одной стороны, а с другой, – достаточно широко обсуждаются работы неизвестных или малоизвестных авторов, чьи страницы представлены, например, в названии Infamous Poet and Playwright или Writer, Poet, Playwright. Однако более активно сегодня в концептуальном векторе *чтение* обсуждаются вопросы жизни и деятельности авторов, работающих в жанре фэнтези и мистики (Neil Gaiman, Terry Pratchett, Stephen King).

В названиях страниц социальной сети FACEBOOK, посвященных концепту *путешествие,* обнаружено большое количество прецедентных имен, которые служат сигналами национально-культурных и географических объектов, обладающих привлекательностью в глазах туристов (Empire State Building, Runyon Canyon, Elvis Presley’s Graceland, Rocky Mountain National Park).

Следующей очень популярной группой из выборки, базирующейся на материалах, размещенных в социальной сети FACEBOOK, является группа *религия,* которая

актуализируется в смысловом отношении посредством маркеров church, ministry, Jesus, Christ, Christian, Bible, Lord, psalm, peace, входящих в названия специальных страниц, посвященных обсуждению религиозных проблем (Jesus Daily, Joel Osteen Ministries, ChristiaNet, Christian Women, Christian Attorneys, Bible Colleges). Обращает на себя внимание пример нетрадиционного оформления названия с помощью новейших сокращенных способов написания английских предложений – PeaceBeWithU.

Несомненный интерес для научного осмысления перспектив сетевой коммуникации на данном этапе представляет вектор, оформленный дискурсивными маркерами концепта *образование*, поскольку именно образовательный сектор в жизни современного общества наиболее активно отвечает на вызовы современности. Страницы образовательных учреждений в сети FACEBOOK традиционно называются именами крупных образовательных центров (Stanford University, Harvard University, University of Oxford, New York Film Academy, University of Florida, The Ohio State University, The University of Texas at Austin, London School of Economics, etc.).

Нельзя не отметить весьма тесное взаимодействие дискурсивных маркеров концепта *информационные технологии* с маркерами образовательного вектора концептосферы социальной сети, что можно объяснить необходимостью использовать информационные технологии в учебном процессе на всех уровнях и стандартными требованиями к современному оснащению учебно-методической базы (Леденева. 2014; Малюга, 2009; Полякова, Иванова, 2014). На страницах фирм, специализирующихся на работе с гаджетами можно обнаружить названия, включающие имена ведущих производителей – Nokia, App page, Sony UK, Samssung India, LG Electronics USA, Panasonic UK, а также страницы, представляющие отдельные продукты – смартфоны Sony

Ericsson, Samsung Galaxy S11 и т.п. Раздел App page объединяет страницы, посвященные играм и приложениям, предназначенные, в основном, для мобильных устройств (Facebook for Every Phone, Texas HoldEm Poker, FarmVille, Angry Birds, The Sims Social, Top Eleven – Be a Football Manager, eBuddy, Spotify).

Наши наблюдения показали, что в работах, посвященных изучению дискурсивных практик в сфере англоязычного образования на материале традиционных учебников (Гвишиани, 2001; Пономаренко, 2012 и др.), порядок распределения тематических блоков отличается от иерархической тематики концептосферы социальной сети, где допускается выбор тем для обсуждения в более свободном режиме, без обязательной привязки к требованиям образовательных стандартов и программ. Сравнение традиционной тематики учебных изданий на английском языке, которые широко рекламируются в буклетах, презентациях, роликах и на web-сайтах для преподавательской или студенческой аудитории, с коммуникативными блоками в сети FACEBOOK, позволяет сделать вывод о менее регламентированном характере интернет-коммуникации в социальных сетях.

На периферии интересов зарегистрированных пользователей социальной сети FACEBOOK сегодня можно обнаружить такие концепты как медицина/здоровье, сельское хозяйство, политика. Концепт «здоровье» представлен номинациями страниц Health/Medicine/Pharmacy, Hospital/Clinic, Health/wellness, Vitamins/ Supplements. В группе Health/Medicine/Pharmacy были обнаружены такие страницы, как The Pilates Studio, Dr Umbreen's Skin Care, Dentistry & Oral Surgery, Smile Creators Dental Clinic, AQ Power Yoga, что свидетельствует о популярности заведений, которые помимо заботы о здоровье стремятся к совершенствованию технологий, обеспечивающих внешние атрибуты членов своего социума: на страницах социальной

сети много внимания уделяется рекламе стоматологических клиник, центров косметической хирургии, массажным кабинетам и т.п. учреждений.

Несмотря на то, что концепт *домашние животные* также относится к периферийным участкам концептосферы социальной сети FACEBOOK, он представлен четко структурированными дискурсивными маркерами – Pet Services, Pet Supplies, которые помимо игрушек – Pride Bites, Better Buddies и различных приборов по уходу за зверушками активно рекламируют экологически безупречные корма для животных, предлагают адреса ветеринарных клиник и специальных клубных центров – Gibraltar Veterinary Hospital, Mutley Makeovers, Dog Grooming, Fetch Club, где можно найти людей, которые присмотрят за питомцами пока хозяева находятся в отъезде.

В англоязычной версии социальной сети FACEBOOK за обследованный период времени (конец XX-начало XXI вв.) не были зафиксированы объемные фрагменты, посвященные политике или политическим событиям, сравнительно мало внимания уделяется и концепту *закон*, что вовсе не говорит об отсутствии интереса пользователей социальной сети к вопросам политической жизни или законотворчества, а скорее предполагает, что социальный статус и возрастные характеристики участников общения посредством социальной сети FACEBOOK ограничивают круг интересов пользователей теми областями знаний, где они свободнее ориентируются и не боятся суровой критики специалистов-политологов. С другой стороны, авторитетные лидеры, представляющие интересы тех или иных политических партий или объединений, предпочитают общение с более серьезными партнерами, обладающими информацией, которая может быть полезна для политического диалога более высокого уровня. Кроме того, следует напомнить, что социологи пришли к выводу, что основная аудитория социальных сетей представлена молодыми людьми в

возрасте 18-30 лет, поэтому концепты, обнаруженные в ходе изучения материалов социальной сети FACTBOOK сегодня, отражают приоритетные интересы англоязычной молодёжи, сосредоточенные прежде всего в сфере бытового и общекультурного общения.

Перспективы исследования коммуникативных практик, характеризующих сетевое взаимодействие пользователей в рамках одного из самых популярных каналов коммуникации, видятся в использовании терминологических аппаратов лингвосинергетики и корпусной лингвистики, поскольку именно эти научные направления на современном этапе развития лингвистического знания могут обеспечить достоверную систематизацию вербальных и невербальных компонентов коммуникации в масштабах глобальной сети.

Литература

1. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2009. – 36 с.
2. Аврамова А.Г. Лингвистические особенности электронного общения: Автореф. дис. … канд. филол. наук. – М., 2005. – 27 с.
3. Габец А.А. Вербализация концепта «город» в романе Джека Керуака “The Town and the City” // Городская культура и город в культуре. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией С.В. Соловьевой. Самара: Самарская государственная академия культуры и искусств, 2013. – Т. 2. – С. 154-158.
4. Гвишиани Н.Б., Герви О.Ю. Корпусная лингвистика и грамматика речи // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 2001. – № 2. – С. 46-62.
5. Горошко Е.И. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры речи. –

Саратов: ИЦ «Наука», 2007. – Вып. 5. Жанр и культура. – С. 370-389.
6. Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.faq-www.ru/lingv.htm (дата обращения: 10.09.2017).
7. Леденева С.Н. Функционально-прагматические свойства языковых средств рекламного дискурса // Вестник Брянского государственного университета. – 2017. – № 1. – С. 306-312.
8. Леденева С.Н. Школа преподавания английского языка бизнеса и делового администрирования // Вестник МГИМО Университета. – 2014. – № 5 (38). – С. 209-211.
9. Малахова В.Л. Использование интерактивных технологий при обучении иностранным языкам как необходимый фактор образовательного процесса // Вестник Белгородского юридического института МВД России. – Белгород: Белгородский юридический институт МВД России. – 2014. – № 2 (2). – С. 41-43.
10. Малюга Е.Н. К вопросу об обучении иностранным языкам с использованием новых информационных технологий // Вопросы прикладной лингвистики. – 2009. – № 1 – С. 91-95.
11. Полякова Н.В., Иванова А.Г. Интерактивный метод – веб квест – в профессионально ориентированном обучении в нелингвистических вузах // Вопросы прикладной лингвистики. – 2014. – № 15-16. – С. 90-95.
12. Пономаренко Е.В. О прагматической эффективности речи и задачах лингводидактики делового общения // Вопросы прикладной лингвистики. – 2012. – № 7. – С. 61-70.
13. Раицкая Л.К. Интернет как информационно-образовательная среда развивающего образования //

Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2010. – № 25. – С. 112-115.
14. Раицкая Л.К. Оптимизация учебно-познавательной деятельности студентов в интернет-среде // Вестник МГИМО Университета. – 2013. – № 1 (28). – С. 18-21.
15. Сарайкина Ю.С. Современные тенденции в англоязычном образовательном дискурсе (на материале серии учебных пособий “OUTCOMES”): Автореферат диссертации … кандидата филологических наук. – Самара, 2017. – 20 с.
16. Смирнов Ф.О. Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках: Автореф. дис. … канд. филол. наук. – Ярославль, 2004. – 22 с.
17. Харьковская А.А. Трансформация англоязычного коммуникативного пространства в эпоху медийных технологических инноваций // Эволюция и трансформация дискурсов. Сборник научных статей. – Самара: Самарский государственный университет, 2016. – С. 137-144.
18. Aleksandrova O.V., Mendzheritskaya E.O., & Malakhova V.L. Dynamic changes in modern English discourse // Training language and culture. – 2017. – № 1. – P. 100-117.
19. Barnes S.B. Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication Across the Internet. – Boston, MA: Allyn and Bacon, 2003. – 347 p.
20. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. – 272 p.
21. Herring S. Computer-mediated Discourse. In The Handbook of Discourse Analysis. – Oxford: Blackwell Publishing, 2001. – URL: http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmd.pdf (accessed: 08.09.2017).

22. Meadowcroft B. The Impact of Information Technology on Work and Society. – URL: http://www.benmeadowcroft.com/reports/impact/ (accessed: 06.09.2017).

References

Ahrenova, N.A. (2009). Internet-diskurs kak global'noe mezhkul'turnoe javlenie i ego jazykovoe oformlenie: Avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. [Internet discourse as a global intercultural phenomenon and its linguistic actualisation: Author's abstract of Doct. Sc. thesis]. Moscow.

Aleksandrova, O.V., Mendzheritskaya, E.O., & Malakhova, V.L. (2017). Dynamic changes in modern English discourse. *Training language and culture, 1,* 100-117.

Avramova, A.G. (2005). Lingvisticheskie osobennosti jelektronnogo obshhenija: avtoref. dis. … kand. filol. nauk [Linguistic peculiarities of e-communication: Author's abstract of Cand. Sc. thesis]. Moscow.

Barnes, S.B. (2003). *Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication Across the Internet.* Boston, MA: Allyn and Bacon.

Crystal, D. (2004). *Language and the Internet.* Cambridge: Cambridge University Press.

Gabets, A.A. (2013). Verbalizacija koncepta «gorod» v romane Dzheka Keruaka «The Town and the City» [Verbalization of concept "city" in Jack Kerouac's novel "The Town and the City"]. *Gorodskaja kul'tura i gorod v kul'ture. Materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Pod redakciej S.V. Solov'evoj. Samara: Samarskaja gosudarstvennaja akademija kul'tury i iskusstv, vol. 2* (pp. 154-158).

Gvishiani, N.B., & Gervi, O.Ju. (2001). Korpusnaja lingvistika i grammatika rechi [Corpus linguistics and speech grammar]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 9. Filologija, 2,* 46-62.

Goroshko, E.I. (2007). Teoreticheskij analiz internet-zhanrov: k opisaniju problemnoj oblasti [Theoretical analysis of Internet genres: towards description of problematic area]. *Zhanry rechi. Saratov: IC «Nauka», 5*, 370-389.

Herring, S. (2017). Computer-mediated discourse. *The Handbook of Discourse Analysis. Oxford: Blackwell Publishing, 2001*. Retrieved from: http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmd.pdf (accessed: 08.09.2017).

Ivanov, L.Ju. (2017). Jazyk Interneta: zametki lingvista [Internet language: notes by a linguists]. Retrieved from: http://www.faq-www.ru/lingv.htm (accessed: 10.09.2017).

Kharkovskaya, A.A. (2016). Transformacija anglojazychnogo kommunikativnogo prostranstva v jepohu medijnyh tehnologicheskih innovacij [Transformation of English communicative space in the epoch of medium technological innovations]. *Jevoljucija i transformacija diskursov. Sbornik nauchnyh statej. Samara: Samarskij gosudarstvennyj universitet*, 137-144.

Ledeneva, S.N. (2017). Funkcional'no-pragmaticheskie svojstva jazykovyh sredstv reklamnogo diskursa [Functional and pragmatic properties of advertising discourse verbal means]. Vestnik *Brjanskogo gosudarstvennogo universiteta [The Bryansk State University Herald], 1,* 306-312.

Ledenyova, S.N. (2014). Shkola prepodavanija anglijskogo jazyka biznesa i delovogo administrirovanija [School of English for Business Administration]. *Vestnik MGIMO Universiteta, 2014, 5 (38),* 209-211.

Malahova, V.L. (2014). Ispol'zovanie interaktivnyh tehnologij pri obuchenii inostrannym jazykam kak neobhodimyj faktor obrazovatel'nogo processa [The use of interactive techniques in teaching foreign languages as a necessary factor of educational process]. *Vestnik Belgorodskogo juridicheskogo instituta MVD Rossii. Belgorod: Belgorodskij juridicheskij institut MVD Rossii, 2,* 41-43.

Malyuga, E.N. (2009). K voprosu ob obuchenii inostrannym

iazykam s ispol'zovaniem novykh informatsionnykh tekhnologii. [On the issue of teaching foreign languages using new information technologies]. *Voprosy prikladnoi lingvistiki* [Issues of applied linguistics], *1,* 91-95.

Meadowcroft, B. (2017). The Impact of Information Technology on Work and Society. Retrieved from: http://www.benmeadowcroft.com/reports/impact/ (accessed: 06.09.2017).

Poljakova, N.V., & Ivanova, A.G. (2014). Interaktivnyj metod - veb kvest - v professional'no orientirovannom obuchenii v nelingvisticheskih vuzah [The interactive method of web-quest in professionally orie ntated teaching in non-linguistic universities]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki, 15-16,* 90-95.

Ponomarenko, E.V. (2012). O pragmaticheskoj jeffektivnosti rechi i zadachah lingvodidaktiki delovogo obshhenija [On pragmatic effectiveness of speech and the tasks of business communication linguodidactics]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki, 7,* 61-70.

Raickaya, L.K. (2010). Internet kak informacionno-obrazovatel'naja sreda razvmvajushhego obrazovanija [Internet as informative and educational medium of personality developing education]. *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija), 25,* 112-115.

Raickaya, L.K. (2013). Optimizacija uchebno-poznavatel'noj dejatel'nosti studentov v internet-srede [Optimizing Learning and Cognitive Activities of University Students in the Internet Environment]. *Vestnik MGIMO Universiteta, 1 (28),* 18-21.

Sarajkina, Ju.S. (2017). Sovremennye tendencii v anglojazychnom obrazovatel'nom diskurse (na materiale serii uchebnyh posobij “OUTCOMES”): Avtoreferat dissertacii … kandidata filologicheskih nauk [Modern trends in English educational discourse (based on the “OUTCOMES” course series): Author’s abstract of Cand. Sc. thesis]. Samara.

Smirnov, F.O. (2004). Nacional'no-kul'turnye osobennosti jelektronnoj kommunikacii na anglijskom i russkom jazykah:

Avtoref. dis. … kand. filol. nauk [National and cultural features of e-communication in English and Russian: Author's abstract of Cand. Sc. thesis]. Jaroslavl'.

УДК 81'42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.06
Я.Ю. Хлопотунов
Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого

РЕЧЕВАЯ ТАКТИКА ДИСКРЕДИТАЦИИ В АМЕРИКАНСКОМ ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассматривается дискредитация как один из распространенных тактических приемов реализации коммуникативной стратегии соперничества современного американского предвыборного дискурса в условиях функционально-прагматической эволюции политической коммуникации. В качестве предвыборного дискурса рассматривается особый вид политического дискурса, в котором субъектами речевой деятельности являются участники политических выборов. Он может быть выражен в форме политических дебатов, пресс-конференций, встреч с избирателями, интернет-блогов, комментариев и интервью в СМИ. Главной целью предвыборного дискурса служит борьба за власть, поэтому дискредитацию можно назвать одним из эффективных тактических речевых средств коммуникативной стратегии конфронтации. С помощью функционально-лингвистического анализа дискредитирующих высказываний американских политиков автор приходит к выводу о том, что создание негативного образа политического оппонента реализуется с помощью различного спектра риторических приемов, в том числе содержащих прагма-семантические компоненты грубости, ненависти, сексизма и аморальности

и активно активизирующих их гендерные роли. Через дискредитационные выражения коммуниканты пытаются показать себя более подходящими кандидатами, чем их соперники, для получения необходимой им политической должности. При этом интенсивность использования дискредитации в качестве коммуникативной тактики предвыборного дискурса усиливает риторику ненависти внутри самого общества. Данная негативная тенденция впоследствии может выразиться в физическом противостоянии отдельных слоев населения друг с другом и стать катализатором для появления серьезных проблем внутри страны. Следует более серьезно изучить особенности влияния речевых тактик конфронтации на формирование дискурса вражды внутри общества и разрушение устойчивых норм межличностных отношений.

Ключевые слова: предвыборный дискурс, дискредитация, коммуникативные стратегии, речевая тактика, конфронтация, прагматика, риторика, функциональная лингвистика.

UDC 81'42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.06
Ya.Yu. Khlopotunov
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University

SPEECH TACTICS OF DISCREDIT IN AMERICAM PREELECTORAL DISCOURSE

This article is devoted to discredit as a widely-spread tactical means of fulfilling communicative strategy of rivalry in modern American preelectoral discourse, while political communication is characterized with functional-pragmatic evolution. Preelectoral discourse is regarded as a special type of political discourse, when the subjects of speech activity are participants of elections. This discursive type manifests itself in the form of

political debates, press-conferences, meetings with voters, blogging, commentaries and interviews in mass media. The main goal of preelectoral discourse is the struggle for power, that is why discredit can be called one of the most efficient tactical means of the strategy of confrontation. The author uses functional-linguistic analysis to determine that creating a negative image of one's political opponent is achieved through a spectrum of rhetorical means including those that have pragma-semantic components of rudeness, hatred, sexism, amorality and others that activate gender roles of interlocutors. Using discrediting phrases, speakers try to present themselves as worthier candidates and gain new positions. Intensity of discredit as a communicative tactics in preelectoral discourse leads to escalation of hatred in the society. This malicious tendency can be later noticed in physical opposition of different social groups and may catalyze serious domestic problems. It is necessary to thoroughly research all the peculiarities of using confrontational tactics and its influence on the formation of the discourse of hatred and deviations from standardized norms of social relations.

Key words: preelectoral discourse, discredit, communicative strategy, speech tactics, confrontation, pragmatics, rhetoric, functional linguistics.

Введение

Современный американский предвыборный дискурс характеризуется обширным использованием коммуникативных стратегий и тактик, направленных на реализацию всего многообразия интенций участников общения. Одним из таких активно используемых тактических приёмов конфронтации в американском предвыборном дискурсе является дискредитация оппонента. Сегодня все больше исследователей уделяют внимание изучению данной речевой тактики как проявления конфликтной коммуникации (Егорова, 2015; Пономаренко,

2015; Хлопотунов, 2017; Чернышова, 2014; Храмченко, 2010; Храмченко, 2014; Храмченко, 2017), так как она является одним из наиболее эффективных средств прагматического воздействия на реципиентов. Дискредитация в предвыборном дискурсе позволяет перестроить сознание избирателей, повлиять на их решение при голосовании.

Материалы и методы

Представляется необходимым исследовать языковые приемы дискредитации и изучить их функционально-прагматические особенности. Анализ лингвистических средств реализации данной тактики в американском предвыборном дискурсе позволяет проследить особенности и методы ее актуализации и функциональной нагрузки.

Результаты и обсуждение

Предвыборный дискурс можно рассматривать как разновидность политического дискурса, где в качестве субъектов речевой деятельности выступают участники политических выборов. К жанрам политического дискурса относят сложные речевые события, которые направлены на достижение электорального преимущества (Халатян, 2011). Это политические дебаты, пресс-конференции, встречи с избирателями, интернет-блоги, комментарии и интервью в СМИ.

Основной целью дискредитации является создание негативного образа оппонента. Она реализуется в конфликтных и соперническихситуациях и задействует обширный арсенал языковых средств. При этом предвыборная кампания США 2016 года актуальна еще и тем, что позволяет проследить зависимость выбора тех или иных риторических приемов дискредитации от актуализации гендерных ролей кандидатов Хиллари Клинтон и Дональда Трампа (Gabets, 2016). Значительную часть своей предвыборной кампании Клинтон посветила дискредитации образа Трампа в глазах женской части избирательниц. Так, один из ее агитационных роликов включал перечисление

ряда оскорбительных оценочных высказываний будущего президента США по отношению к противоположному полу. На предвыборных дебатах Клинтон, критикуя своего оппонента, уделяет значительное внимательное некорректному поведению Трампа:

We have seen him insult women. We've seen him rate women on their appearance, ranking them from one to ten. We've seen him embarrass women on TV and on Twitter. We saw him after the first debate spend nearly a week denigrating a former Miss Universe in the harshest, most personal terms. So, yes, this is who Donald Trump is.

Клинтон с помощью синтаксического параллелизма в доступной форме перечисляет оскорбительные действия своего оппонента по отношению к женщинам. В первых трех предложениях в качестве временной формы Хиллари использует Present Perfect, что позволяет ей актуализировать совершенные в прошлом действия Трампа и подчеркнуть их значимость для конкретной речевой ситуации. Далее Клинтон характеризует речевые средства, применяемые ее соперником для оскорбления женщин, с помощью прилагательных в превосходной степени *(the harshest, most personal)*, тем самым обвиняя Трампа не только в сексизме *(insult/embarrass women)* и объективизации женщин *(ranking them from one to ten),* но и в женоненавистничестве. Обобщающее предложение в конце высказывания позволяет в целом создать негативный портрет Дональда Трампа как кандидата в президента. По мнению Клинтон, именно его поступки по отношению к женщинам говорят о том, кто он на самом деле.

В свою очередь Трамп ответным высказыванием пытается дискредитировать образ семьи Клинтон:

If you look at Bill Clinton, far worse. Mine are words, and his was action. His was what he's done to women. There's never been anybody in the history of politics in this nation that's been so abusive to women. So you can say any way you want to say it,

but Bill Clinton was abusive to women (Transcript of the Second Debate, 2017).

Трамп тоже в качестве риторической фигуры выбирает синтаксический параллелизм, но использует его уже для сравнения своих поступков с действиями бывшего президента Билла Клинтона. Здесь он активизирует концепт *words/action*, подчеркивая тем самым, что его высказывания по отношению к женщинам не имели физического выражения в отличие от Клинтона. С помощью лимитирующей конструкции *there's never been anybody in the history of politics in this nation* и усилительного наречия *so* в сочетании с прилагательным *abusive* Трамп создает негативный образ бывшего президента как главного сексуального абьюзера в истории американской политики. Можно также отметить, что Хиллари Клинтон, говоря о Трампе, использует обобщающее местоимение *we*, с помощью которого соотносит себя с избирателями. Будущий президент США, наоборот, отвечая своим обвинителям, использует местоимение *you* и тем самым отстраняется от них. В заключительном предложении Трамп прямо указывает на необъективность по отношению к нему сторонников Хиллари Клинтон *(you can say any way you want to say it)* и повторно использует в отношении ее мужа негативный эпитет *abusive*, который часто встречается в феминистических сообществах в качестве характеристики сексуальных насильников и домашних тиранов. Таким образом, Трамп, обвиняя Клинтона в еще более оскорбительном и даже преступном отношении к женщинам, пытается вернуть себе голоса избирательниц.

Выводы

В проанализированных выше фрагментах коммуникативная тактика дискредитации достигается с помощью различного спектра риторических приемов, инкорпорирующих в смысловое пространство дискурса прагма-семантические компоненты грубости, ненависти,

сексизма и аморальности. В свою очередь данное речевое поведение активизирует коммуникативную стратегию соперничества, поскольку действия обоих коммуникантов направлены на то, чтобы показать себя более подходящим кандидатом для поста президента. Так, Трамп пытается выставить мужа своего политического противника еще большим женоненавистником, чем он сам, и, соответственно, обвинить Клинтон в необъективности и ханжестве. При этом стоит обратить внимание на результаты последних американских выборов, которые показывают, что главным негативным последствием интенсивного использования дискредитации в качестве коммуникативной тактики предвыборного дискурса является усиление риторики ненависти (hate speech) внутри самого общества, которое впоследствии эксплицируется в физическое противостояние отдельных слоев населения друг с другом и вызывает серьезные внутриполитические проблемы. Поэтому следует более серьезно изучить особенности влияния речевых тактик конфронтации на формирование дискурса вражды внутри общества и разрушение устойчивых норм межличностных отношений.

Литература

1. Егорова Э.Н. Речевая агрессия и стратегия дискредитации (на примере анализа газетных публикаций) // Язык и текст. – 2015. - Т.2. - №3. - С. 69-75.

2. Пономаренко Е.В. Функциональная перспектива дискурса как объект лингвистики и лингводидактики // Лингвострановедение: методы анализа, технология обучения. - 2015. – Ч. I. - С. 36-47.

3. Халатян А.Б. Жанровая организация предвыборного дискурса. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2011. - № 2 (9). - С. 177-182.

4. Хлопотунов Я.Ю. Конфронтационные стратегии американского политического дискурса // Язык и

репрезентация культурных кодов: материалы и доклады. - 2017. – Ч. I. - С. 48-53.

5. Храмченко Д.С. Динамика коммуникативной нормы в современном англоязычном дискурсе политики и бизнеса // Вопросы прикладной лингвистики. – М.: РУДН. – №26. – 2017. – С. 58-69.

6. Храмченко Д.С. Ирония в английском деловом дискурсе (функционально-синергетический подход): автореф. дисс. … канд.филол.наук/ Д.С. Храмченко. – М., 2010.

7. Храмченко Д.С. Функционально-прагматическая эволюция английского делового дискурса: автореферат дисс. …д-ра филол. наук/ Д.С. Храмченко. – М., 2014.

8. Чернышова Т.В. Типологические признаки речевого жанра дискредитации в медиадискурсе. // Филология и человек. - 2014. - № 1. - С. 31-39.

9. Gabets A.A. Actualization of gender roles in American politicians' election speeches. // В сборнике: Академическая наука - проблемы и достижения материалы IX международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 108-113.

10. Transcript of the Second Debate. The New York Times [Электронный ресурс]. URL: http://www.nytimes.com/2016/10/10/us/politics/transcript-second-debate.html (дата обращения 24.06.2017)

References

Chernyshova, T.V. (2014). Tipologicheskiye priznaki rechevogo zhanra diskreditatsii v mediadiskurse [The typological features of the speech genre in media discourse]. *The Philology and a Person Academic Journal, 1*, 31-39.

Egorova, E.N. (2015). Rechevaya agressiya i strategiya diskreditatsii (na primere analiza gazetnykh publikatsiy) [The verbal aggression and the strategy of discrediting

(analysis of newspaper publications)]. *Language and Text, 3(2),* 69-75.

Gabets, A.A. (2016). Actualization of gender roles in American politicians' election speeches. In *Academic science - problems and achievements IX: Proceedings of the Conference,* (pp. 108-113).

Khalatyan, A.B. (2011). Zhanrovaya organizatsiya predvybornogo diskursa [Election discourse genre organization]. *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice, 2(9),* 177-182.

Khlopotunov, Y.Y. (2017). Konfrontatsionnyye strategii amerikanskogo politicheskogo diskursa [The confrontation strategies of American political discourse]. *Language and representation of cultural codes: Abstracts and reports, I,* 48-53.

Khramchenko, D.S. (2017). Dinamika kommunikativnoj normi v sovremennom anglojazichnom diskurse politiki i biznessa [Dynamics of a communicative norm in modern English discourse of business and politics]. *Issues of Applied Linguistics, 26,* 58-69.

Khramchenko, D.S. (2010). *Ironija v anglijskom delovom diskurse (funktsionalno-sinergeticheskij podkhod) [Irony in business English discourse (functional-synergetic approach)].* (Candidate thesis abstract, MGIMO, Moscow, Russia).

Khramchenko, D.S. (2014). Funktsionalno-pragmaticheskaya evolutsia anglijskogo delovogo diskursa [Functional-pragmatic evolution of English business discourse], (Doctoral thesis abstract, MGIMO, Moscow, Russia).

Pomomarenko, E.V. (2015). Funktsionalnaya perspektiva diskursa kak obyekt lingvistiki i lingvodidaktiki [Functional perspective of discourse as object of linguistics and linguodidactics]. *Linguacultural Studies: Methods of Analysis and Educational Technology, I,* 36-47.

Transcript of the Second Debate. (2016). *The New York Times*. Retrieved from http://www.nytimes.com/2016/10/10/us/politics/transcript-second-debate.html

УДК 81'42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.07
Д.С. Храмченко
Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого

КООПЕРАТИВНЫЙ ЭФФЕКТ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛИЙСКОМ ДИСКУРСЕ МАСС-МЕДИА

Настоящая статья посвящена рассмотрению кооперативного эффекта взаимодействия дискурсивных элементов как основы формирования эффективного функционального пространства персуазивных текстов англоязычных средств массовой информации. Автор отмечает роль функционально-лингвистического анализа в получении целостной и объемной картины прагма-смыслового пространства дискурса. Подобный анализ позволяет проследить сложную паутину функциональных связей и отношений, которые возникают между речевыми элементами в процессе комплексного совместного порождения воздействующего прагматического эффекта. Следовательно, актуальность приобретает изучение кооперативного эффекта персуазивной риторики с точки зрения проникновения в глубинные дискурсивные механизмы англоязычной коммуникации и совершенствования подходов к преподаванию иностранного языка делового и профессионального общения. Дискурс масс-медиа представляет собой особое интердискурсивное функционально-прагматическое пространство, сочетающее в себе специфические особенности языка современных

британских и американских СМИ, а также тексты деловой, экономической и политической направленности, часто содержащие в себе эксплицитный либо, наоборот, завуалированный оценочный компонент. Одной из ведущих целей продуцентов английского дискурса масс-медиа служит создание особого прагматического эффекта, реализующего когнитивные предпосылки для прямого и косвенного воздействия на интеллектуальную, волевую и эмоциональную стороны адресатов при помощи всего арсенала доступных авторам языковых приемов и средств. Анализ эмпирического материала позволяет автору наглядно продемонстрировать, как различные функциональные элементы дискурса кооперируют, порождая многоярусное комплексное пространство, оказывающее воздействие на адресатов. В данном случае результатом прагматического воздействия является изменение отношения читателя к некоторому объекту/ явлению действительности, модификация его общего эмоционального настроя и интенций, перестройка категориальной структуры индивидуального сознания адресата и введение в него новых категорий, активизация необходимых адресанту фреймов и сценариев.

Ключевые слова: функциональная лингвистика, прагматика, риторика, дискурс масс-медиа, речевое манипулирование, дискурс.

UDC 81'42
https://doi.org/10.25076/vpl.27.07
D.S. Khramchenko
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University

COOPERATIVE EFFECT OF PRAGMATIC IMPACT IN ENGLISH DISCOURSE OF MASS MEDIA

This article is devoted to the study of the cooperative effect that takes place in the process of interaction among multiple discursive elements. The cooperative effect serves as a basis for the formation of an efficient functional field of persuasive texts published in English-speaking mass media. The author highlights the role of functional-linguistic analysis in acquiring a holistic view of the pragma-semantic discursive field. Such analysis gives an opportunity to see the complex web of functional relations which are formed among speech elements while the effect of complex pragmatic impact is being generated. That is why it is important to carry out research into the cooperative effect of persuasive rhetoric from the viewpoint of getting into the hidden discursive mechanisms of communication in English and improvement of existing approaches to teaching Business English and ESP. The discourse of mass media is a special interdiscursive functional-pragmatic field which combines specific linguistic features of modern British and American mass media as well as texts on business, political and economical topics. Often these texts have either an explicit or veiled evaluative component. One of the goals of the authors of English discourse of mass media is to create a unique pragmatic impact on people's intellectual, emotional and volitional spheres with the help of all accessible linguistic means. Analysis of empiric material allows the author of the article to show how various functional elements cooperate to generate multilayered complex field that has an impact on readers. The result of the pragmatic impact is a change in the attitude to a particular phenomenon, modification of an emotional state and intentions, transformation of categorial structures in the recipients' consciousness and introduction of new categories, activation of particular cognitive frames.

Key words: functional linguistics, pragmatics, speech manipulation, mass media discourse, rhetoric, discourse.

Введение

Одним из приоритетных направлений подготовки будущих специалистов в области межкультурной коммуникации, делового и профессионального межнационального общения, является развитие умений осуществлять правильную рецепцию всей полноты прагма-семантического спектра англоязычных высказываний, определять и в ряде ситуаций нивелировать используемые оппонентами приемы речевого манипулирования как в устном, так и письменном общении (Малюга, 2010). Подобного рода компетенция формируется благодаря внедрению в образовательный процесс элементов функционально-лингвистического анализа, позволяющего реципиенту получить целостную и объемную картину смыслового пространства дискурса, проследив сложную паутину функциональных связей и отношений, которые возникают между речевыми элементами в процессе комплексного совместного порождения воздействующего прагматического эффекта. Актуальность приобретает исследование кооперативного эффекта персуазивной риторики с точки зрения проникновения в глубинные дискурсивные механизмы англоязычной коммуникации и совершенствования подходов к преподаванию иностранного языка.

Материалы и методы

Выбор в качестве эмпирического материала интердискурсивной сферы, сочетающей в себе специфические особенности языка современных британских и американских СМИ, а также тексты деловой, экономической и политической направленности, обусловлен естественной потребностью миллионов специалистов самых разнообразных профессий в ежедневном приобщении к глобальному информационному полю и получении новых сведений, часто содержащих в себе эксплицитный либо, наоборот, завуалированный оценочный компонент. Одной из

ведущих целей продуцентов английского дискурса масс-медиа служит создание особого прагматического эффекта, реализующего когнитивные предпосылки для прямого и косвенного воздействия на интеллектуальную, волевую и эмоциональную стороны адресатов при помощи всего арсенала доступных авторам языковых приемов и средств.

Результаты и обсуждение

Речевое манипулирование, традиционно порицавшееся в различных видах общественно-политического дискурса и, журналистике, серьезных уважаемых средствах массовой информации, сегодня становится всё более востребованным инструментом в силу объективно прослеживающихся эволюционных изменений функционального пространства коммуникации.

Г.А. Копнина определяет речевое (языковое) манипулирование как «разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» (Копнина, 2007, с. 25). Реализация функции воздействия является одной из наиболее важных задач, стоящих перед адресантами современного английского дискурса масс-медиа. Исходя из поставленных целей, автор комбинирует разнообразные языковые средства и риторические приёмы, выстраивая их в определённой последовательности, оказывающей прагматическое воздействие на адресата. Под прагматическим воздействием, как правило, понимается изменение отношения адресата к некоторому объекту/ явлению действительности, модификация его общего эмоционального настроя и интенций, перестройка категориальной структуры индивидуального сознания адресата и введение в него новых категорий, активизация необходимых адресанту фреймов и сценариев (Малюга, 2011)..

Рассмотрим в качестве примера фрагмент статьи «Defy

John Whittingdale And A Dominatrix Will Whip You Into Line», которую колумнист The Guardian Стюарт Ли посвятил критике министра британского правительства Джона Уиттингдейла:

Today, if I worked as a cartoonist for a tabloid newspaper, I could simply hand in a hurried scrawl of heaven, where Victoria Wood now plays the piano alongside Prince on guitar and John Whittingdale's political credibility on slap bass. But instead, I must write.

Текст статьи открывается достаточно неформальным для солидного и серьезного издания пассажем автора о трудности описания сложившейся вокруг Уиттингдейла ситуации. Упоминание имен скоропостижно скончавшихся знаменитостей – комедийной актрисы Виктории Вуд и певца Принса – согласуется с использованной автором лексемой *heaven*, однако введение в дискурс элемента *John Whittingdale's political credibility* диссонирует с остальными речесмысловыми компонентами высказывания. Авторитет Уиттингдейла как политика не является чем-либо одушевленным и, конечно же, не может принимать участие в «райском» концерте на правах музыканта. Сочетание несочетаемых в функциональном плане дискурсивных элементов порождает второй прагма-семантический план анализируемого фрагмента – министр не заслуживает доверия общества. Отдельное внимание стоит уделить самому заголовку статьи, содержащему вынесенные в сильную позицию лексемы *dominatrix* и *whip*, создающие в сознании читателей образы, имеющие мало общего с политической деятельностью. Возникающий иронический эффект усиливает прагматическое воздействие на аудиторию газеты, повышая общую убедительность излагаемых далее конкретных доводов и обеспечивая максимальную рецепцию авторской точки зрения. Таким образом, разноплановые дискурсивные элементы кооперируют, реализуя совместную функциональную нагрузку, которая заключается в создании

персуазивного прагматического эффекта.

Кооперативный характер прагматического воздействия активно изучается в рамках синергетических исследований языка и речи (Храмченко, 2014; Ponomarenko, 2016). Термин «синергия», дословно означающий слияние энергий, удачно подходит для обозначения процесса объединения функциональных потенциалов разноуровневых конституентов дискурса масс-медиа: компонентов звукового поля, включая фонематику и просодическое оформление высказываний, специфических особенностей лексического наполнения и синтаксического выстраивания, образующихся семантико-прагматических значений на разных уровнях дискурса, контекстуального окружения, экстралингвистических явлений.

Так в статье “Men, Beware Of That Bulging Belly”, опубликованной в The Sunday Independent, рассказывается о вреде мужского пивного алкоголизма:

THERE it is – bulging out in all its glory. It probably took years to grow – round, soft – and probably brings some measure of pride.

Well – you shouldn’t be so proud of your beer bellies, gents, they could be a precursor to other serious illnesses.

According to the Centre for Disease Control (CDC), men are more likely than women to drink excessively. Excessive drinking is associated with significant increases in short-term risks to health and safety, and the risk increases as the amount of drinking increases.

Автор формирует многоярусное комплексное воздействующее функционально-прагматическое пространство благодаря синергии разноуровневых языковых приемов и средств: аллитерации (*bulging, all, glory, probably; grow, round, brings, pride; be, beer, bellies*), гиперболизированного выражения *in all its glory*, иронично-разговорной лексемы *gents*, имитации неформального общения с читателями (*there it is, well, gents*), намеренного

обособления эпитетов с явно положительной коннотацией (*round, soft*) в контексте описания нездоровой ситуации, многократной номинации ключевых для замысла статьи слов *to drink/ drinking, risk, increases*. Кооперативный характер взаимодействия дискурсивных элементов генерирует нужный автору прагматический эффект неодобрения и осуждения описываемого явления.

Выводы

Синергийность воздействующей риторики современных англоязычных СМИ является базовым свойством, определяющим успешность реализации персуазивного компонента данного типа дискурса. Умение видеть и осмысленно использовать для реализации своих коммуникативных целей кооперативный потенциал разнообразных языковых средств формирования функциональной перспективы является залогом достижения необходимого уровня профессиональной компетенции будущих специалистов как продуцентов и реципиентов вербализованного медийного контента.

Литература

1. Копнина Г.А. Речевое манипулирование. - М.: Флинта: Наука, 2007.
2. Малюга Е.Н. Основные характеристики профессионального языка // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. – 2011. – № 1/2 (82) – С. 133-138.
3. Малюга Е.Н. Профессионально ориентированное обучение иностранным языкам на современном этапе // Вопросы прикладной лингвистики. – 2010. – № 3. – С. 83-97.
4. Пономаренко Е.В. Межнациональное деловое общение: убеждение или манипуляция? // Проблемы эффективности делового общения на иностранном

языке: Сборник научных докладов / Под редакцией Л.К. Раицкой. - М.: МГОУ, 2011. - С. 60-64.
5. Храмченко Д.С. Функционально-прагматическая эволюция английского делового дискурса: дисс. …д-ра филол. наук. – М., 2014.
6. Defy John Whittingdale and a dominatrix will whip you into line. URL: http://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/24/john-whittingdale-dominatrix-leveson
7. Men, Beware Of That Bulging Belly // The Sunday Independent. – June 25, 2017. – P. 6.
8. Ponomarenko E.V. Functional properties of English discourse in terms of linguosynergetics // 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2016, www.sgemsocial.org, SGEM2016 Conference Proceedings. – Book 1. – Vol. 3. – 2016. – Pp. 355-362.
9. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. Ironic Rhetoric in Business English Courses from Functional Linguistics Perspective // EDULEARN15: 7th International Conference on Education and New Learning Technologies (Barcelona, Spain, 6-8 July, 2015.) Conference Proceedings. IATED, 2015. – Pp. 1392-1396.

References

Defy John Whittingdale and a dominatrix will whip you into line. (2017). Retrieved from: http://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/24/john-whittingdale-dominatrix-leveson

Men, Beware Of That Bulging Belly. (2017). *The Sunday Independent*, June 25, 2017, P. 6.

Khramchenko, D.S. (2014). Funktsionalno-pragmaticheskaya evolutsia anglijskogo delovogo diskursa [Functional-pragmatic evolution of English business discourse], (Doctoral thesis abstract, MGIMO, Moscow, Russia).

Kopnina, G.A. (2007). *Retchevoje manipulirovanije [Speech manipulation]*. Moscow: Flinta-Nauka.

Malyuga E.N. (2010). Professional'no orientirovannoe obuchenie inostrannym jazykam na sovremennom etape [Professionally orientated teaching foreign languages at the present stage]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki, 3,* 83-97.

Ponomarenko, E.V. (2011). Mezhnacional'noe delovoe obshhenie: ubezhdenie ili manipuljacija? [International business communication: persuasion or manipulation?]. In *Problemy jeffektivnosti delovogo obshhenija na inostrannom jazyke: Sbornik nauchnyh dokladov,* (pp. 60-64). Moscow: MGOU.

Ponomarenko, E.V. (2016). Functional properties of English discourse in terms of linguosynergetics. *3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2016, SGEM2016 Conference Proceedings, 1 (3),* 355-362. doi: 10.5593/sgemsocial2016/B13/S03.042

Ponomarenko, E.V., & Malyuga, E.N. (2015). Ironic Rhetoric in Business English Courses from Functional Linguistics Perspective. In *EDULEARN15: 7th International Conference on Education and New Learning Technologies (Barcelona, Spain, 6-8 July, 2015.) Conference Proceedings* (pp. 1392-1396*)*. Madrid: IATED.

УДК 811.112.2
https://doi.org/10.25076/vpl.27.08
С.Н. Попова, Е.О. Червонцева
Российский университет дружбы народов

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЖАРГОН С ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

В статье рассматриваются особенности профессионального жаргона с лингвистической точки зрения, а также влияние культуры страны на использование

тех или иных жаргонизмов. Материалом для исследования являются профессиональные жаргонизмы в американском и британском вариантах английского языка. В последнее время возрос интерес к лингвокультурологическому подходу к изучению лексики. Это можно объяснить тем, что именно лексика отражает культурную особенность народов, их взгляды, убеждения и отношение к той или иной ситуации. Таким образом, любой лексический пласт должен быть проанализирован не только с лингвистической точки зрения, но и с культурологической, т.е. должны учитываться культурные особенности нации, политическая ситуация в стране и исторический период. Благодаря изучению особенностей употребления некоторых лексических единиц, можно сделать вывод о национальной специфике. Носители американского и британского вариантов языка представляют особый интерес для изучения, так как их объединяет один язык, но в то же время их менталитет, ценности и жизненные убеждения сильно отличаются. Рассматривая жаргон с лингвистической точки зрения, автор выделяет некоторые методы формирования профессионального жаргона, такие как метафора, метонимия, аббревиатура, звуковое усечение, ассимиляция, и выделяет метафору и аббревиатуру как основные способы. В результате исследования можно сделать вывод, что употребление профессионального жаргона обусловлено не только профессиональной областью или родом деятельности, но и такими экстралингвистическими факторами, как культурные особенности и менталитет.

Ключевые слова: профессиональный жаргон, жаргонизмы, образование профессионального жаргона, лингвокультурологический подход, метафорический перенос, фразеологизмы, эмоциональная окраска.

UDC 811.112.2
https://doi.org/10.25076/vpl.27.08

S.N. Popova, E.O. Chervontseva
RUDN University, Peoples' Friendship University of Russia

PROFESSIONAL JARGON FROM LINGUA-CULTURAL PERSPECTIVE

The article sheds light upon peculiarities of professional jargon from the linguistic perspective. Moreover, the influence of culture on the use of jargon is taken into account. The data are professional jargon in American and British variants of English.

Lately the interest to the lingua-cultural approach to the study of lexis has increased. This can be explained by the fact that lexis in particular reflects cultural peculiarities, people's worldview, beliefs and attitude to life. Thus, any lexical layer should be analyzed not only from the linguistic perspective, but also from the cultural one, which means that cultural peculiarities, political situation and historical period should be taken into account. Due to the lingua-cultural approach to the study, we can make conclusions about national specifics. British and American English speakers are of particular interest as they share the same language, but their mentality, values and beliefs differ substantially.

Studying jargon from the linguistic point of view the author resorts to such methods of professional jargon formation as metaphor, metonymy, abbreviation, sound clipping, assimilation and points out metaphor and abbreviation as the main means. According to the result of the research we can make conclusions that the use of professional jargon is conditioned not only by the professional area or occupation, but also such extra-linguistic factors as cultural peculiarities and mentality play a significant role.

Key words: professional jargon, jargon words, professional jargon formation, lingua-cultural approach, metaphoric transfer, phraseological units, emotional colouring.

Introduction

Professional jargon is an issue that is extensively covered in modern linguistics. A great number of studies have been performed to single out specific features of this lexical layer. Professional jargon implies words and expressions used by people of the same profession or occupation. They serve for naming different industrial processes, documents, material and equipment. Professional jargon does not refer to the standard vocabulary and is considered to be 'half-official' words that do not have a scientific character and certain rules of usage (Krysin, 1989). Professional jargon depends on the communication conditions. Every professional jargon has a restricted area and it becomes incomprehensible beyond these bounds. Jargon words can be classified according to the sphere of usage. Therefore, we can single out professional jargon of medical workers, sports people, pilots, drivers, journalists and etc. One of the characteristic features of professional jargon is the use of emotionally-colored words, phraseological units and metaphors. Such methods of their formation add a specific 'encoding' of the transmitted meaning. Consequently, a certain professional group of people can freely discuss something illegal and be sure that no one would understand what they are talking about. Peculiarities of jargon can be seen at different language levels: phonetic, grammar and lexical. Professional jargon should not be confused with specialized language that is characterized by specific terminology. Professional jargon is lexically and stylistically diverse, but it should be noted that it is unstable and constantly changing. In contrast to specialized vocabulary, jargon functions primarily in oral speech, but nowadays due to the democratization of modern society written forms can also take place (Malyuga, 2010). To be a professional worker is almost impossible without knowing related professional jargon. That is why specific expressions in the worker's speech show their involvement and level of professionalism.

Professional jargon is tightly connected with puns and jokes. Moreover, low colloquial lexis for some notions is typical of this layer. Professional jargon serves for the distinction between closely related notions used in the certain area. That is why professional lexis is indispensable for accurate expression of thought in specialized texts aimed at a prepared reader. However, the informative value may be lost if a non-professional reader comes across such a notion.

Analysis of professional jargon is not confined to the linguistic aspect, but lingua-cultural approach should also be taken into account. Language has always been a barrier to successful intercultural communication. Different cultures have different values and understanding what is socially appropriate and in what way job should be done. Knowing the lexical layer of professional jargon and socio-cultural factors influencing its use will help avoid mistakes and misunderstanding during cross-cultural communication.

Empiric material

It is worth mentioning means that help to form professional jargon. The most frequent are the following: metaphor, metonymy, acronyms, sound clipping and assimilation (Malyuga & Tomalin, 2014). As far as metaphoric transfer is concerned, this is a very wide-spread way of jargon formation, which serves different functions. On the basis of similarity according to different features it figuratively explains some notions and attaches emotional colouring to speech. Thus, the use of metaphor is not restricted and assumes a great number of directions and interpretations. One of the most widely-spread American jargon words are *fat cat* for naming a very rich person, *chief cook and bottle-washer* (business sphere) for a person who holds many responsibilities, a *big wheel* for an influential and important person, *angel investors* for an individual who provides capital for a business start-up.

- *“In an interview with "60 Minutes" correspondent Steve Kroft, the president went after what he called the "**fat cat** bankers on Wall Street” (CFS, 2017).*
- *“I guess you could describe the job as everything from **chief cook and bottle washer** to administrator,” Horowitz said before his 2013 retirement (Sacramento Bee, 2017).*
- *“Too late to roll out hoverboard rules says **big wheel** who got his fingers burnt” (The Sydney Morning Herald, 2017).*
- *“While many start-ups are turning to new forms of finance like crowdfunding, **angel investors** still play a critical role in Britain's economy”(Management Today, 2017).*

Metonymy is not very frequent in the professional jargon, but still there exist some interesting examples such as *suits* for influential managers (wearing suits)

- *“The **suits** in marketing departments who put this together have got something right, even if there’s a lot about the ISL that irritates traditional football fans” (LiveMint, 2017).*

Acronyms are a very popular means of professional jargon formation: *BP* for blood pressure, ***HOPEFUL* for** hard-up old person expecting full useful life, *POTUS* for the president of the US, *SCOTUS* for the Supreme Court of the US.

- *“Eating salt may not lower your **BP**, study says”(The Indian Express, 2017)*
- *“The Stay-At-Home **POTUS**: Why Trump Still Hasn't Taken A Foreign Trip” (BuzzFeedNews, 2017).*
- “No Clear Road Map in Key Jurisdiction Cases Before ***SCOTUS”*** *(National Law Journal, 2017).*

As far as sound clipping is concerned, ***webinar*** is the brightest example.

- *"In this unique* ***webinar*** *format, attendees will listen in on Worldwide experts" (YAHOO Finance).*

Assimilation is also a productive means of professional jargon formation. Thus, the most frequently used is the following example: the prefix *wiki-* that was borrowed from from Hawaiian and means 'quickly' *(Wikipedia, Wikidictionary, WikiMarkt, WikiLeaks, Wikimapia, WikiSky, Wikiroutes, Wikihow)* and ***porterage*** for the work of a carrier.

- *"Service includes cleaning and tidying of bedrooms and public areas, reception facilities,* ***porterage*** *and administration" (Independent Online, 2017).*

Thus, we analyzed the formation of professional jargon from the linguistic perspective and now it is worth mentioning cultural peculiarities of its use by the examples of American and British variants of English.

Results and discussion

According to George Bernard Shaw 'America and Britain are two nations divided by a common language', which means that though these countries speak one and the same language, they tend to be rather different than similar, especially when it comes to the cultural values and mentality. The differences in the use of professional jargon in one and the same area between two countries may be conditioned by different mentality, attitude to work and willingness to perceive new words in this sphere.

Thus, Americans tend to use non-official and non-traditional language more frequently than British people who are more reluctant to modern tendencies and adhere to the traditional language. This difference can be accounted for by flexible nature of Americans: "In America *new* is *good*. Americans are the world greatest believers in progress" (Golubina, 2002). As far as Britain is concerned, this is a country with a great history and British people are very proud of it. That is why they have a special attitude towards their traditions and newness is something they do not trust. Thus, American professional jargon would be more

diverse unlike British, where they would adhere mainly to the standard language.

Another point to single out is a different attitude to money. According to Golubina (2002) Americans admire money more openly. They see it as a measure of success, and the final guarantee of personal choice. So in American professional jargon we can observe such widely-spread words as *fat cat* and *a big wheel* that demonstrate power and money. The concept of the jargon expression *big wheel* can have another cultural background and is tightly connected with an American concept *Big Boss*. In America the more senior the executive, the larger his desk is. The concept of big size has stuck in the American mind and thus, everyone who has an influential position is associated with big size as in the cases of *fat cat* and *big wheel*.

Conclusions

To sum up, professional jargon is a very interesting lexical layer that has a great number of directions for study, from linguistic to stylistic and to lingua-cultural one. It has to be noted that professional jargon formation is still an active process, persistent but changing its direction from time to time. Apart from neutral vocabulary, a number of stylistic means can serve as a method of jargon formation. Figurative use of words attaches emotional colouring to speech, reflects attitude of the speaker to the subject and conveys emotions.

It is of importance to analyze professional jargon not only from the linguistic perspective, but also from the cultural one. Lingua-cultural approach to the use of professional jargon words takes a significant part in the investigation of the issue. The problem of interaction between language and culture is nowadays relevant in our society that experiences the growth of global problems, therefore, it is becoming essential to consider the versatility and peculiarities of behavior of different nations, their mentality and attitude to life.

Литература

1. Малюга Е.Н. Профессионально ориентированное обучение иностранным языкам на современном этапе // Вопросы прикладной лингвистики. – 2010 (а). – № 3. – С. 83-97.
2. Malyuga E., Tomalin B. English Professional Jargon in Economic Discourse // Journal of Language and Literature. – № 5(4). – 2014. – Pp. 172-181.
3. The Buzz Feed News [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: https://www.buzzfeed.com
4. The CBS News [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.cbsnews.com/news/obama-versus-the-fat-cats/
5. The Independent Online [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/letter-room-at-the-inn-1097684.html
6. The Indian express [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://indianexpress.com/article/lifestyle/health/eating-less-salt-may-not-lower-your-bp-says-study-4629229/
7. The LiveMint [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.livemint.com/Leisure/Q36bLkXW0ENENCEXYFmDnL/Aizawl-FC-have-done-their-bit-What-do-the-suits-do-now.html
8. The Management Today [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.managementtoday.co.uk/started-angel-investor/entrepreneurs/article/1430606
9. The National Law Journal [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.nationallawjournal.com/id=1202784537395/No-Clear-Road-Map-in-Key-Jurisdiction-Cases-Before-SCOTUS?slreturn=20170417094413

10. The Sacramento Bee [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.sacbee.com/sports/other-sports/article146777734.html
11. The Sydney Morning Herald [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.smh.com.au/technology/technology-news/too-late-to-roll-out-hoverboard-rules-says-big-wheel-who-got-his-fingers-burnt-20160623-gpq3va.html
12. YAHOO Finance [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: https://finance.yahoo.com/news/worldwide-clinical-trials-host-webinar-144200966.html

References

Arrington, D. (2017, April 25). California harness racing loses its best friend. *The Sacramento Bee*. Retrieved from http://www.sacbee.com/sports/other-sports/article146777734.html

Carrasquillo, A. (2017, April 21). The Stay-At-Home POTUS: Why Trump Still Hasn't Taken A Foreign Trip. *The Buzz Feed News*. Retrieved from https://www.buzzfeed.com

Ians (2017, April 26). Eating less salt may not lower your BP, says study. *The Indian express*. Retrieved from http://indianexpress.com/article/lifestyle/health/eating-less-salt-may-not-lower-your-bp-says-study-4629229/

Isaacs, R. (2000, June 2). Letter: Room at the Inn? *The Independent Online*. Retrieved from http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/letter-room-at-the-inn-1097684.html

Malyuga, E., Tomalin, B. (2014) English Professional Jargon in Economic Discourse. *Journal of Language and Literature, 5(4),* 172-181.

Malyuga, E. N. (2010). Professional'no orientirovannoe obuchenie inostrannym jazykam na sovremennom etape [Professionally orientated teaching foreign languages at the present stage]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki, 3,* 83-97.

Mannix, L. (2016, June 23). Too late to roll out hoverboard rules says big wheel who got his fingers burnt. *The Sydney Morning Herald*. Retrieved from http://www.smh.com.au/technology/technology-news/too-late-to-roll-out-hoverboard-rules-says-big-wheel-who-got-his-fingers-burnt-20160623-gpq3va.html

Mauro, T. (2017, April 25). No Clear Road Map in Key Jurisdiction Cases Before SCOTUS. *The National Law Journal.* Retrieved from http://www.nationallawjournal.com/id=1202784537395/No-Clear-Road-Map-in-Key-Jurisdiction-Cases-Before-SCOTUS?slreturn=20170417094413

Montopoli, B. (2009, December 13). Obama Versus 'Fat cats'. *The CBS News*. Retrieved from http://www.cbsnews.com/news/obama-versus-the-fat-cats/

Morrisville, N.C. (2017, April 26). Worldwide Clinical Trials to Host Webinar to Commemorate Clinical Trials Awareness Week. *YAHOO Finance*. Retrieved from https://finance.yahoo.com/news/worldwide-clinical-trials-host-webinar-144200966.html

Narayaanan, D. (2017, April 26). Aizawl FC have done their bit. What do the suits do now? *The LiveMint.* Retrieved from http://www.livemint.com/Leisure/Q36bLkXW0ENENCEXYFmDnL/Aizawl-FC-have-done-their-bit-What-do-the-suits-do-now.html

Torrance, J. (2017, April 17). How to get started as an angel investor. *The Management Today*. Retrieved from http://www.managementtoday.co.uk/started-angel-investor/entrepreneurs/article/1430606