

ORG  
PSY

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ  
ПСИХОЛИНГВИСТИКА

ЭЛЕКТРОННОЕ  
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ  
ИЗДАНИЕ

№1 (21)

2023



АГЕНТСТВО СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ  
ПСИХОЛИНГВИСТИКА

*научный журнал*

№1 (21)

Москва, 2023

УДК 81'23(050)  
ББК 87.228.1  
О-64

ISSN 2619-0273

Учредитель журнала  
**Общество с ограниченной ответственностью**  
**«Агентство социально-гуманитарных технологий»**

Организационная психолингвистика [Электронный ресурс]: электрон. науч. журнал / гл. ред. С.В. Мыскин. – Вып. № 1 (21). – Электрон, текстовые дан. (5,0 МВ). М.: ООО «Агентство социально-гуманитарных технологий», 2023. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Электронный научный журнал «Организационная психолингвистика» является результатом научного сотрудничества ведущих специалистов в области психолингвистики и психологии. Издание включает публикации результатов теоретических и прикладных исследований, а также другую информацию научного характера. Периодичность выхода журнала 4 раза в год. Журнал учрежден в 2017 г.

Для специалистов в области психолингвистики и психологии, преподавателей, аспирантов и студентов.

Авторы статей несут полную ответственность за точность приведённых сведений, данных и дат. При перепечатке материалов ссылка на журнал «Организационная психолингвистика» обязательна.

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС77-71113 от 22.09.2017 г.

Журнал выпускается на электронном носителе (CD-R).

Архив номеров доступен  
<http://www.psycholinguistic.ru>

Издатель:  
ООО «Агентство социально-гуманитарных технологий»  
115162, г. Москва, ул. Лестева, д. 24  
Тел. +7(926)384-02-69  
e-mail: [orgpsyling@yandex.ru](mailto:orgpsyling@yandex.ru)  
<http://www.psycholinguistic.ru>

Минимальные системные требования:  
Pentium 4.2 ГГц; 512 MB RAM; Не менее 4 MB свободного места на винчестере; Windows 2000, XP, Windows 7, 8, 10; CD-ROM; Программа для чтения PDF-файлов.

## **РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

Главный редактор – **Мышкин Сергей Владимирович**, доктор филологических наук, кандидат психологических наук, профессор Московского городского педагогического университета (Россия)

Зам. главного редактора – **Тарасов Евгений Фёдорович**, доктор филологических наук, профессор Московского городского педагогического университета (Россия)

## **ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ**

**Журавлёв Игнатий Владимирович**, кандидат психологических наук, старший преподаватель Московской Международной Академии (Россия)

**Ильина Виолетта Александровна**, профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики перевода Российского нового университета (Россия)

**Исаев Евгений Иванович**, профессор, доктор психологических наук, профессор кафедры педагогической психологии им. В.А. Гуружапова Московского психолого-педагогического университета (Россия)

**Кудрявцев Владимир Товиевич**, доктор психологических наук, профессор Дирекции образовательных программ Московского городского педагогического университета (Россия)

**Радченко Олег Анатольевич**, доктор филологических наук, профессор, заслуженный работник высшего образования, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, Почетный гражданин штата Оклахома (США), член Научного сообщества по истории языкознания (Мюнстер, ФРГ), член Общества немецкого языка (ФРГ), профессор кафедры общего и сравнительного языкознания Московского государственного лингвистического университета (Канада)

## **РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ**

**Алефиренко Николай Фёдорович**, доктор филологических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры русского языка и русской литературы Белгородского государственного национального исследовательского университета (Россия)

**Богоявленская Диана Борисовна**, профессор, доктор психологических наук, главный научный сотрудник Психологического института Российской академии образования, профессор кафедры психологической антропологии Московского педагогического государственного университета (Россия)

**Бойко Борис Леонидович**, профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры германских языков Военного университета МО РФ (Россия)

**Булгаков Александр Владимирович**, профессор, доктор психологических наук, профессор кафедры юридической психологии Московского университета МВД России имени В.Я. Кикотя (Россия)

**Вашунина Ирина Владимировна**, доцент, доктор филологических наук, профессор; профессор, заведующий кафедрой романо-германских языков Всероссийской академии внешней торговли Минэкономразвития РФ (Россия)

**Григорьев Андрей Александрович**, доктор филологических наук, доцент, главный научный сотрудник лаборатории психологии и психофизиологии творчества Института психологии РАН РФ (Россия)

**Дугарова Туяна Цыреновна**, доктор психологических наук, доцент, профессор Московского педагогического государственного университета (Россия)

**Иванов Николай Викторович**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой романских языков Московского государственного института международных отношений (Университет) МИД РФ (Россия)

**Каминская Маргарита Владимировна**, доктор психологических наук, кандидат педагогических наук (Россия)

**Клюканов Игорь Энгелевич**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой культурологии и социокультурных коммуникаций Российского нового университета, профессор Eastern Washington University (Чини, США)

**Комалова Лилия Ряшитовна**, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник отделом языкознания Института научной информации по общественным наукам РАН РФ (Россия)

**Корытова Галина Степановна**, доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой психологии развития личности Института психологии и педагогики Томского государственного педагогического университета (Россия)

**Кремнёв Евгений Владимирович**, доцент, кандидат социологических наук, заведующий кафедрой китаеведения института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации Иркутского государственного университета (Россия)

**Кыштымова Ирина Михайловна**, профессор, доктор психологических наук, профессор кафедры психологии образования и развития личности Педагогического института Иркутского государственного университета (Россия)

**Лельчицкий Игорь Давыдович**, член-корреспондент Российской академии образования, доктор педагогических наук, профессор, заместитель председателя Экспертного совета по педагогике и психологии ВАК Министерства образования и науки РФ, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, лауреат премии Правительства РФ в

области образования, директор Института педагогического образования, заведующий кафедрой социальной работы и педагогики Тверского государственного университета (Россия)

**Маслова Валентина Авраамовна**, доктор филологических наук, профессор, Член Президиума ВАК Республики Беларусь, профессор кафедры германской филологии Витебского государственного университета (Беларусь)

**Попова Татьяна Георгиевна**, профессор, доктор филологических наук, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, профессор кафедры английского языка (второго) Военного университета им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации (Россия)

**Приступа Елена Николаевна**, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой социальной и семейной педагогики Института педагогики и психологии Московского педагогического государственного университета (Россия)

**Романов Алексей Аркадьевич**, доктор филологических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Почётный работник высшего профессионального образования РФ, академик Международной академии психологических наук, академик Академии гуманитарных и социальных наук, член Российского психологического общества, директор Института прикладной лингвистики и массовых коммуникаций, заведующий кафедрой теории языка и межкультурной коммуникации Тверской государственной сельскохозяйственной академии (Россия)

**Рябова Марина Эдуардовна**, профессор, доктор философских наук, профессор кафедры германистики и лингводидактики Московского городского педагогического университета (Россия)

**Сигал Кирилл Яковлевич**, доктор филологических наук, главный научный сотрудник, заведующий отделом экспериментальных исследований речи Института языкознания РАН РФ (Россия)

**Синячкин Владимир Павлович**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и межкультурной коммуникации факультета гуманитарных и социальных наук Российского университета дружбы народов (Россия)

**Слободчиков Виктор Иванович**, профессор, доктор психологических наук, член-корреспондент Российской академии образования, главный научный сотрудник Института изучения детства, семьи и воспитания Российской академии образования (Россия)

**Степанов Валентин Николаевич**, доктор филологических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ, проректор по управлению знаниями, заведующий кафедрой массовых коммуникаций Международной академии бизнеса и новых технологий (Россия)

**Харченко Елена Владимировна**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка как иностранного Южно-Уральского государственного университета (Россия)

**Цзюй Юньшэн**, доктор филологических наук Хэйлунцзянского университета Китая, ведущий научный сотрудник центра исследования русской лингвистики, литературы и культуры Хэйлунцзянского университета (Китай)

**Шляхов Владимир Иванович**, профессор, доктор педагогических наук, профессор Российского университета дружбы народов (Россия)



# СОДЕРЖАНИЕ

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛИНГВИСТИКИ

*Алефиренко Н.Ф., Алефиренко А.Т.* Нейропсихические механизмы порождения дискурса как коммуникативного события: пролегомены..... 10

## ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАЛЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУППАХ, ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ, ОРГАНИЗАЦИЯХ

*Чозгиян О.П.* Формирование коммуникативной компетентности будущего учителя в контексте профессиональной практической подготовки..... 42

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ И ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛИНГВИСТИКИ

*Майба В.В., Маруневич О.В.* Манипулятивный потенциал эвфемизмов и дисфемизмов в политических текстах российских СМИ..... 57

*Малышева Е.В., Афанасьева К.В.* Цифровая дипломатия в современном коммуникативном обществе..... 81

*Рябова М.Э., Эльясов А.А.* Виды современной интернет-рекламы и ее роль в принятии решений..... 96

**ОБ АВТОРАХ..... 108**

**ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ..... 109**

# CONTENTS

## CONCEPTUAL ISSUE OF ORGANISATIONAL PSYCHOLINGUISTICS

|  |    |
|--|----|
| <i>Alefirenko N.F., Alefirenko A.T.</i> Neuropsychic mechanisms of discourse generation as a communicative event: prolegomena..... | 10 |
|--|----|

## EXPERIMENTAL STUDIES IN SMALL PROFESSIONAL GROUPS, LABOR COLLECTIVES, ORGANIZATIONS

|   |    |
|---|----|
| <i>Choziyan O.P.</i> Formation of the communicative competence of the future teacher in the context of the vocational training..... | 42 |
|---|----|

## DOMESTIC AND FOREIGN PRACTICE OF ORGANIZATIONAL PSYCHOLINGUISTICS

|   |    |
|---|----|
| <i>Maiba V.V., Marunevich O.V.</i> Manipulative potential of euphemisms and dysphemisms in political texts of the contemporary russian media..... | 57 |
|---|----|

|  |    |
|--|----|
| <i>Afanaseva K.V., Malysheva E.V.</i> Digital diplomacy in the modern communicative society..... | 81 |
|--|----|

|   |    |
|---|----|
| <i>Ryabova M.E., Elyasov A.A.</i> Types of modern internet advertising and its role in decision-making..... | 96 |
|---|----|

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| <b>ABOUT AUTHORS</b> ..... | 108 |
|----------------------------|-----|

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| <b>INFORMATION FOR AUTHORS</b> ..... | 109 |
|--------------------------------------|-----|

# КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛИНГВИСТИКИ/CONCEPTUAL ISSUE OF ORGANISATIONAL PSYCHOLINGUISTICS

5.9.8:5.12.3

УДК 004.81; 159.9.072; 81'33

**Н.Ф. Алефиренко**

Белгородский государственный национальный университет  
308015, Победы, 85  
Белгород, Россия  
alefirenko@bsu.edu.ru

**А.Т. Алефиренко**

Полтавский государственный медицинский университет  
36011, Шевченко, 23  
Полтава, Украина  
alefirenko7777@gmail.com

## НЕЙРОПСИХИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПОРОЖДЕНИЯ ДИСКУРСА КАК КОММУНИКАТИВНОГО СОБЫТИЯ: ПРОЛЕГОМЕНЫ

*Аннотация.* Рассматриваются проблемы взаимодействия лингвистических и нейropsихических факторов дискурсопорождения как предречевого процесса. Центральным понятием является дискурс в его когнитивистском понимании. Определены источники генезиса дискурса. Обоснованы нейрофизиологические основы порождения дискурса как коммуникативно значимого события с точки зрения сотрудничества левого и правого полушарий головного мозга. Спроецированы нейropsихические механизмы по преобразованию синергийного (нелинейного) дискурсивного мышления в линейную речевую деятельность, порождающую высказывание/текст. Показана зависимость линейного построения текстовых элементов от предречевых факторов: мотива, замысла (следов всего накопленного коммуникантом языкового и экстралингвистического опыта, предварительной оценки дискурсивной ситуации, интенций и целей коммуникативного акта, предполагаемых способов воздействия на реципиента), работы дискурсивного сознания (фреймовой организации представления о коммуникативном событии в слотах фрейма, заполнение которых является основой номинации). Единицами внутреннего кодирования являются «смыслы», которые представляют отражённые в дискурсивном сознании элементы коммуникативного события и проецируют такие компоненты высказывания как субъект, предикат и объект. Психические механизмы дискурсопорождения работают в двухуровневом режиме. На первом уровне осуществляется поиск в коре мозга следов словесных сигналов вместе с впечатлениями от референтных образов, отобранных для именованя слов. Совмещённое представление звуковых и предметных образов формирует структурированную сетку временных отношений, которые служат

субстратом внутренней речи. Затем, на втором уровне дискурсопорождения, генерируется новая сеть связей между субстратными элементами коммуникативного события, образуя тем самым «вербально-семантическую сеть».

*Ключевые слова:* дискурсопорождение, нейропсихические механизмы, фрейм, ментальный лексикон, предикаты актанта, синергия, линейаризация речемышления.

**N. Alefirenko**

**A. Alefirenko**

### **NEUROPSYCHIC MECHANISMS OF DISCOURSE GENERATION AS A COMMUNICATIVE EVENT: PROLEGOMENA**

*Abstract.* The problems of interaction between linguistic and neuropsychological factors of discourse formation as a pre-speech process are considered. The central concept is discourse in its cognitivist understanding. The sources of discourse genesis are defined. The neurophysiological basis of discourse generation as a communicatively significant event from the point of view of cooperation between the left and right cerebral hemispheres is substantiated. Neuropsychological mechanisms for transformation of synergetic (nonlinear) discursive thinking into linear speech activity generating statement/text are projected. It shows the dependence of linear construction of textual elements on the pre-speech factors: motive, intention (traces of all accumulated by the communicant linguistic and extralinguistic experience, preliminary assessment of the discursive situation, intents and goals of the communicative act, the intended ways of influence on the recipient), the work of discursive consciousness (frame organization of the representation of the communicative event in the frame slots, filling which is the basis of nomination). The units of internal coding are "meanings", which represent elements of the communicative event reflected in the discursive consciousness and project such components of the utterance as subject, predicate and object. Mental mechanisms of discourse formation operate in a two-level mode. At the first level, the brain cortex searches for traces of verbal signals together with impressions of the referent images of the words selected for naming. The combined representation of sound and object images forms a structured grid of temporal relations, which serves as a substrate of inner speech. Then, at the second level of discourse formation, a new network of connections between the substrate elements of the communicative event is generated, thus forming a "verbal-semantic network".

*Keywords:* discoursoporation, neuropsychic mechanisms, frame, mental lexicon, predicate actants, synergy, linearization of speechmaking.

### **Введение. Постановка проблемы**

Несмотря на повышенное внимание гуманитариев к дискурсу, его толкования как когнитивной категории практически в науке отсутствует. Основной причиной сложившегося положения дел следует признать инертность в осмыслении нейролингвистических факторов порождения дискурса как когнитивной категории, как коммуникативного события в

процессах предречевой деятельности человека. Нейролингвистическое исследование данного явления на стыке лингвистики, неврологии и нейропсихологии направлено на междисциплинарное осмысление речемыслительной деятельности через выявление мозговых механизмов преобразования интенций коммуниканта во внутреннюю программу речепорождения.

Язык – наиболее совершенная семиотическая система репрезентации результатов восприятия действительности. Он позволяет проникать в сокровенный мыслекод коммуниканта, в котором хранятся и интерпретируются объекты коммуникативно значимого события с целью их объективации в речи. Поэтому целью данной работы – исследовать мыслительные процессы, направленные на моделирование речепорождающего дискурса, является весьма актуальной, поскольку открывает путь к пониманию механизмов транспонирования коммуникативного замысла в речевое высказывание. Достижению поставленной цели подчинены частные задачи исследования: 1) выявить пути и способы нейролингвистического программирования дискурса; 2) эксплицировать источники порождения дискурса; 3) осмыслить нейрофизиологические основания репрезентации в дискурсе коммуникативно значимого события; 4) показать сопряжённую работу нейропсихических структур левого и правого полушарий, позволяющих преодолевать их функциональную асимметрию; 5) через постижение нейрофизиологической природы предречевой дискурсивной деятельности раскрыть сущность мысленного прототипа высказывания; 6) показать работу механизмов внутреннего программирования, служащих развёртыванию интенционально сформированной мысли (её перекодированию с ментального языка на лингвосемиотические ресурсы коммуникации).

Предпосылки такого исследования были созданы российской психолингвистикой. А.А. Леонтьев и Т.В. Ахунина-Рябова разработали схему порождения речи. Зарубежными учёными заложены основы нейролингвистического программирования высказывания (Р. Бэндлер, Д. Гриндер), нейролингвистического моделирования (Р. Дилтс), практической методики нейролингвистического программирования (Я. Макларен). И всё равно, поскольку нейропсихические механизмы порождения дискурса предполагают широкий диапазон междисциплинарных исследований с использованием данных современной лингвокогнитивистики и нейрофизиологии, актуальной остаётся проблема осмысления предречевой (дискурсивной) стадии порождения речи.

Материалом и инструментарием нашего исследования служат следующие методы: а) дискурс-анализ; б) метод прямого наблюдения для ретроспективного проецирования речевых нарушений (афазий) в мозговой структуре коммуникантов на понимание генезиса дискурса; в) нейрофизиологический метод, позволяющий проникнуть в работу микроструктур мозга, ответственных за порождение дискурса; г) методы нейропсихологии, ориентированные на понимание закономерностей порождения речи при вербализации мысли; д) метод нейролингвистики, интегрирующий приёмы и методики исследования речемышления.

## **Дискуссия и обсуждение**

### **Нейрофизиологические основы порождения дискурса как коммуникативного события**

Как известно, в процессе эволюции человеческий мозг сформировал специализированные зоны, называемыми в честь их открывателей – П. Брока и К. Вернике, для осмысления и обработки соответствующих

стимулов дискурсопорождения в соответствии с веками выработанными механизмами порождения языковых знаков. Зона Брока предназначена для речепроизводства. Зона Вернике обращена к восприятию семантического содержания речевых построений. Однако, как доказал известный колумбийский психиатр Альфонсо Кайседо (2012), обе зоны способны не только подвергать обработке звуковые импульсы, но и те, которые содержат визуальные пространственные образы, объективируемые лингвосемиотическими структурами. Полученные А. Кайседо сведения позволяют углубить разработанные российскими психолингвистами схемы порождения речи (А.А. Леонтьев, Т.В. Ахунина-Рябова и др.) с целью выявления нейролингвистических механизмов генезиса дискурса. При этом порождение дискурса (модели мыслительного построения коммуникативного события) как прототекстового пространства, позволяет вскрыть имплицитные актуализаторы не только собственно лингвистических навыков по сочетаемости слов и линейного построения высказываний, их архитектонике, но и сопряжённые с ними экстралингвистические факторы – познавательные, психические, социокультурные и этнографические знания. Более того, внеязыковые факторы обычно предвосхищают выбор речемыслительных средств речепорождения [12, с. 50].

Если следовать теории А.А. Леонтьева и Т.В. Ахуниной-Рябовой, то в порождении дискурса можно выделить пять моментов: мотив, замысел, внутреннее программирование, номинацию и синтаксическое конструирование, предназначением которого является линейное размещение словоформ в соответствии со смысловой схемой предполагаемого высказывания.

Источниками дискурса служат различные языковые и экстралингвистические факторы (Рис. 1).



Рис. 1. Источники дискурсопорождения

Языковыми факторами выступают знания, накопленные человеком в процессе его бытования в той или иной лингвокультуре. Это ранее сформированное у коммуникантов языковое и дискурсивное сознание. Языковое сознание хранит вербальный лексикон и грамматикон<sup>1</sup> дискурсопорождающего субъекта, а дискурсивное сознание – прагматикон<sup>2</sup> и схемы речевого поведения в определённых коммуникативных ситуациях. Экстралингвистические факторы: ментальные, событийные и не-событийные знания. К ментальным относятся знание объективной действительности, мнения,

<sup>1</sup> Грамматикон (названный так по аналогии с лексиконом) тесно связан с последним и растворен в нем в силу лексикализации определенной части грамматических явлений, распространённой гораздо шире, чем это принято думать [Караулов, 1985; Караулов, 1987].

<sup>2</sup> Прагматикон включает в себя собственно коммуникативные компетенции: знания, умения и навыки. Он содержит также набор коммуникативных стратегий и тактик.



аксиологические ориентации личности, предопределяющие вектор восприятия и характер интерпретации коммуникативного события.

Событийными являются сами излагаемые события, участники этих событий, перформативная информация. «Не-события (обстоятельства, сопровождающие события, фон, оценка участников события и т. п.) служат теми элементами дискурса, которые в процессе их переживания и осмысления коммуникантами становятся когнитивным субстратом тех самых элементарных смыслов, из которых в процессе их концептуализации формируется концептосфера порождаемого дискурса.

Генезис дискурса представляет собой путь, по которому ментальные импульсы, перестраиваясь и преобразовываясь, превращаются в речевую деятельность, т. е. последовательные этапы репрезентации в речевых актах коммуникативно значимого события. Поскольку предречевые фазы синергетичны, квинтэссенцией такого рода метаморфоз является механизм преобразования нелинейного мышления в линейное изложение авторского понимания протекания коммуникативного события. Прямой перенос схемы речепорождения А.А. Леонтьева и Т.В. Ахуниной-Рябовой на дискурсопорождение как раз может быть некорректным, поскольку их модель совмещает синергийные и линейные факторы порождения речи. Это, как нам представляется, разные по сути своей фазы речегенезиса – нелинейная и линейная. При этом, заметим, линейное построение элементов во многом зависит от предречевых факторов. Одним из них выступает мотивация дискурсопорождения.

2.1. Мотив является первичным экстралингвистическим импульсом к порождению речевого акта изначально в виде намерения коммуниканта. Его интенция направляет сознание, волю и чувства на предмет коммуникативной деятельности, вызывающий у него активную потребность выразить (вербализовать) личностное отношение к

взволновавшему его событию [14]. Хотя мотив, по большому счёту, не является элементом собственно речепорождения, без обсуждения его стимулирующей роли невозможно представить структуру речевого поведения [6, с. 43] в начальных истоках, побуждающих к высказыванию. Он является стартовым моментом порождения речи, включающим его в целостный механизм генерирования речевого акта. Важнейшим пусковым элементом в построении высказывания служит продуцируемый потребностью<sup>3</sup> замысел, который, учитывая фиксируемые сознанием последующие смыслогенерирующие шаги в архитектуре высказывания, реализуется его внутренней программой. Без предвидения перспективы речепорождения невозможно конструировать начальное предложение порождаемого текста.

Данный этап всецело опирается на предвосхищение, или как завуалированно выразился Дж. Миллер, на «образ результата». Иначе говоря, коммуникант «видит» конечный продукт еще не состоявшегося речевого акта, но пока ещё не имеет алгоритма его получения. Мотив, таким образом, хотя и находится в зоне не актуализированного языкового сознания, выступает тем побуждающим фактором, который служит стартовым моментом речепорождения.

Реальные контуры темы проявятся позже, на этапе замысла. А здесь образ, будучи опредмеченным мотивом, порождает мысль, выступающую внутренним мотивом дискурсопорождения [5]. Внутренний мотив не всегда осознаваем, но даже в этом случае он служит пусковым механизмом коммуникативной деятельности. Происходит мотивационное возбуждение рецептивного поля подкорковых структур, служащее неким импульсом для

---

<sup>3</sup> Потребность тесно связана с мотивацией, стремлением выразить через высказывание некое смысловое содержание.

вовлечения левого и правого полушария КГМ в работу по семиозису дискурса.

Стало общепринятым считать, что за производство высказывания отвечает левое полушарие, а правое – за его восприятие. Левое полушарие, будучи связанным с активирующими зонами мозга, служит *производящим* речевой акт механизмом и содержит центробежные векторы, моторные рычаги речепроизводства, а правое, как традиционно утверждалось, выполняет *перцептивные*, *аудитивные*, *сенсорные* функции интегрирующая единицы речевого акта в смысловую схему.

Психофизиологическая асимметрия левого и правого полушарий КГМ вызывается несовпадающей активностью и теми физиологическими процессами, которые их сопровождают.

В.Л. Бианки обосновал три основных принципа деятельности мозга, работающего в режиме сопряжения двух полушарий: асимметрию, комплиментарность, взаимодополнение (это обеспечивает более полную ориентировку во внешнем мире) и доминантность (способность выполнять главенствующую роль в выполнении специфических для каждого полушария задач). При этом различаются векторы восприятия коммуникативно значимого события. Правое полушарие использует метод индукции, когда событие сначала воспринимается холистически, а затем производит его анализ, членение на составляющие. Левое полушарие работает методом дедукции (сначала анализирует (членит) действительность, а затем её синтезирует).

Однако, несмотря на функциональную асимметрию, благодаря особым нейропсихическим отделам ЛП и ПП в порождении дискурса тесно взаимодействуют. Рассмотрим нейропсихические механизмы, обеспечивающие дискурсопорождающее сотрудничество двух полушарий. Прежде всего, отметим их репрезентирующее своеобразие.

Соединяющиеся комиссурами полушария обладают функциональной специализацией: левое полушарие обрабатывает ту информацию, которая поступает в мозг последовательно; правое полушарие производит обработку информации одновременно и холистически (целостно). Отсюда речепорождающая специализация левого полушария, предназначенного для последовательного соединения фонем, морфем, слов и отдельных высказываний в тексте. Правое же полушарие специализируется на обработке информации, которая последовательно восприниматься не может. Его функциональное своеобразие состоит (а) в эмоциональном восприятии коммуникативно значимого события и (б) способности проецировать косвенные речевые акты.

Названные аспекты функциональной специализации обеспечиваются имеющимися в КГМ нейропсихическими механизмами. Как известно, между полушариями КГМ проходит продольная борозда, на глубинном ярусе которой и расположены нейропсихические механизмы (свод и мозолистое тело). Состоят нейропсихические субстанции из белого вещества, включающие покрытые миелином аксоны трёх типов: (1) ассоциативные, которые выполняют связующую функцию между разными сегментами в пределах одного полушария; (2) комиссуральные, предназначение которых соединять между собой разные полушария; (3) проекционные, служащие проводящими путями анализаторов [10].

Главенствующую роль при порождении конкретного дискурса играют комиссуры при участии мозолистого тела, гиппокампа и четверохолмии (Рис. 2).

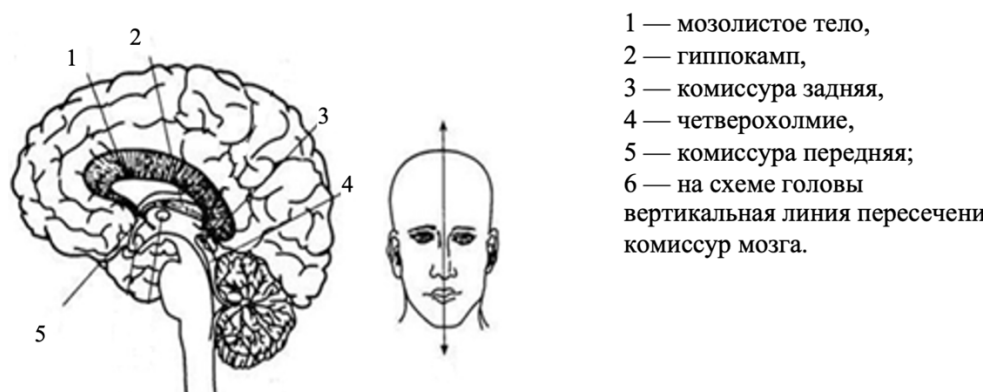


Рис. 2. Отделы КГМ, участвующие в порождении дискурса

К о м и с с у р ы образуются пучками спаечных волокон, которые соединяют два полушария. Нервные волокна комиссур образуются белым веществом (большого количества нервных волокон, образующих проводящие пути конечного мозга). Расположены они между серым веществом КГМ и базальными ядрами, соединяя серое вещество, представляющее собой совокупность тел нервных клеток, одного полушария с другим. При этом образуются мозолистое тело – наиболее значимый в порождении дискурса отдел КГМ.

М о з о л и с т о е т е л о – являет собой пересекающий оба полушария пласт нейронов, выходящих в клетки каждого из двух полушарий. Такие сенсорные входы в каждое полушарие обеспечивают синхронизацию их работы [18]. В современной нейрофизиологии мозолистое тело, как, впрочем, и другие комиссуры, рассматривается в функции проводника. Следует отметить, что пучки волокон, из которых оно состоит, дискурсивной деятельностью управлять не способны. Они, осуществляя обмен информацией, лишь синхронизируют работу правого и левого полушария. В целом мозолистое тело обеспечивает информационные входы в каждое полушарие. Осуществляется это дендритами – короткими ветвящимися отростками нейрона, по которым нервными импульсами передаётся информация между полушариями в

виде некого гештальта. Поэтому мозолистое тело служит своеобразным сенсорным «окном», через которое формируется целостный образ всего коммуникативно значимого события [13] – того когнитивного основания, на базе которого порождается схема речепорождающего дискурса.

**Ч е т в е р о х о л м и е** – спайка свода среднего мозга – состоит из двух верхних холмиков – зрительных анализаторов и двух нижних – слуховых анализаторов и интерпретаторов звуковой речи. Здесь располагаются центры двигательных рефлексорных реакций на звуковые сигналы. Благодаря им четверохолмия является рефлексорным механизмом различных движений, которые актуализируются в основном зрительными и слуховыми раздражителями.

**Г и п п о к а м п** – начальный пункт конвергенции безусловных и условных стимулов, отвечающий за долговременную память и усвоение новой информации. Обладая способностью к хронотопному восприятию событий и ассоциативной памятью, он служит нейрофизиологическим механизмом кодирования [18] речемыслительными средствами внутренней речи предметных смыслов коммуникативно значимого события. Здесь мотивационные стимулы, исходящие из гипоталамуса, сопоставляются со смысловым восприятием коммуникативно значимого события. Гиппокамп выполняет две основные функции: а) фильтра, производящего отбор информации, необходимой для порождения дискурса и её хранения в долговременной памяти; б) экспликатора из языковой памяти тех энграмм, которые под влиянием мотивационного возбуждения соотносимы с актуальными образами коммуникативного события. Уточним, что находится гиппокамп в височной доле КГМ, отвечающей за фиксацию и хранение ассоциативно-образной информации. Поэтому с его помощью происходит образное восприятие дискурсивного контекста, а в процессе внутреннего

программирования – возбуждение словесных ассоциаций, а также их аналитико-синтетическая обработка, крайне важная для порождения дискурса. Доказательством этому служат нейропсихические наблюдения над пациентами, когда повреждение гиппокампа приводит к нарушению языковой памяти, потере речевых навыков и восприятия высказываний.

Нейропсихические акты мозолистого тела, гиппокампа и четверохолмии выполняются в зависимости от доминантной специализации каждого полушария в свойственной только ему форме деятельности в сфере порождения дискурса. Левое полушарие обрабатывает все элементы коммуникативно значимого события симультанно (одновременно), и поэтому быстрее, чем правое полушарие. Если же образ события воспринимается холастично (целостно), то более быстро обрабатывается правым полушарием.

Поскольку левое полушарие из всего обилия реальных и потенциальных связей работает с внутренне согласующимися связями, то оно формирует высказывания с однозначно понимаемым смысловым содержанием. Оно обычно формирует научные дискурсы с внутренне непротиворечивыми связями. А правое полушарие воспринимает коммуникативно значимое событие во всей его противоречивости и многозначности, формируя метафорический дискурс, порождающий уже с участием левого полушария линиарные художественные тексты.

Уже поэтому нельзя недооценивать в генезисе дискурса роль правого полушария. Долгое время его значимость в дискурсивной организации производства высказывания оставалась не выясненной. Считалось, что оно предназначено лишь для мозгового обеспечения процессов смыслового восприятия и воспроизведения уже готового высказывания. Однако, в нашем представлении, на этапе мотивации дискурсопорождения первостепенную роль (и в этом смысле, производящую) играет именно

правое полушарие. Левое полушарие, как известно, управляет процессами абстрактного обобщения. Для выполнения этой столь важно левополушарной задачи мозгу необходимо осуществить ориентировку в дискурсивной ситуации путём анализа конкретных предметно-образных составляющих коммуникативное событие элементов. Иными словами, здесь через конкретное предметно-образное мышление создаётся прелюдия, фаза мыслительной аранжировки, предшествующей непосредственному построению высказывания. Самое главное, в правом полушарии формируется тема речевого высказывания. Иначе говоря, правое полушарие в дискурсопорождении выполняет роль пускового устройства, активизирующего затем левое полушарие. В этом плане правое полушарие является «опережающим», получающим экстралингвистическую информацию о коммуникативно значимом событии раньше левого [3]. Здесь осуществляется обработка сведений о коммуникативном событии в образах и символах [15], необходимых для анализа многоканальной, синергической (нелинейной) информации, на которой, собственно, и происходит дискурсопорождение. В правом полушарии коммуниканта устанавливаются ассоциативные связи между объектами интерпретируемого коммуникативного события – предметными, образными и ситуативными. На их основе в дискурсивном сознании возникает коммуникативный замысел.

2.2 Замысел, генерируясь речемышлительным мотивом, есть основа для возникновения обобщённой схемы задуманного речевого произведения. Это, разумеется, довербальное образование.

На этапе замысла в сознании дискурсопорождающего субъекта существует некое нерасчленённое целое, предвосхищаемый «образ результата», смутное предположение о конечной цели высказывания и о своем отношении к нему. Этим объясняется тот факт, что замысел касается



не начальных структур текста, а всего коммуникативного акта<sup>4</sup> [5]. Более того, здесь происходит проецирование смыслового членения и конструирования будущего высказывания. Другими словами, на этом этапе целостный (синкретический) смысл членится на разного рода предикаты, намечается в соответствии с общим замыслом перспектива построения РА, выбирается фрейм («рамка»), остров высказывания, коррелирующий с соответствующими пропозициями. Видимо, это можно соотнести с глубинной синтаксической структурой в генеративной грамматике Н. Хомского.

При этом смысловое структурирование осуществляется в контексте дискурсивной ситуации, где выделяется «данное», обладающее минимальной коммуникативной нагрузкой, и «новое», несущее максимальную смысловую нагрузку. Вот почему А.А. Леонтьев полагал, что на данном этапе впервые проявляются контуры темы порождаемого высказывания. В контурах темы содержится свёрнутое смысловое содержание ещё не оформленного текста. Такая свёртка служит, своего рода, внутренней формой порождаемого дискурса.

Наряду с мотивом, замысел является начальным мыслегенерирующим этапом порождения дискурса. В нём задействуются:

- следы всего накопленного коммуникантом опыта (языкового и экстралингвистического),
- предварительная оценка дискурсивной ситуации,
- интенции и цели коммуникативного акта,
- предполагаемые способы воздействия на реципиента.

---

<sup>4</sup> Коммуникативный акт, в отличие от речевого акта (целенаправленного осуществления общения в соответствии с существующими в этнолингвокультуре правилами языкового поведения), представляет собой психологическую деятельность коммуникантов, направленную на кодирование и декодирование информации языковыми средствами.

На этапе замысла коммуниканты используют, разумеется, дословесные знаки, фиксирующие во внутренней речи личностные смыслы. Ретроспективное осмысление этого процесса в своём собственном сознании оставил гениальный Альберт Эйнштейн. «Слова языка, в той форме, в которой они пишутся или произносятся, не играют, как мне кажется, никакой роли в механизме моего мышления. Психические сущности, которые, по-видимому, служат элементами мысли, являются некими знаками или более или менее явными образами, которые могут «произвольно» воспроизводиться и комбинироваться» [11]. И далее: «Упомянутые выше элементы существуют для меня в визуальной, а некоторые в двигательной форме. Конвенциональные слова или иные знаки тщательно подыскиваются уже на второй стадии...» [Там же]. Данную ретроспекцию гениального мыслителя можно соотнести с этапом внутреннего программирования, где происходит развёртывание замысла в смыслообразующую схему предполагаемого высказывания.

Мы называем эту стадию дискурсопродукции предречевой дискурсивной деятельностью.

2.3. Предречевая дискурсивная деятельность. На уровне предречевых дискурсивных актов ведущую роль играет фреймовая организация мысли. Дело в том, что дискурсивный опыт коммуникантов хранится в нашей памяти в виде фрейма, структура которого коррелирует с различными элементами коммуникативного события и их экзистенциальными ассоциациями [16]. Участие фреймов в номинативной деятельности обуславливается его когнитивным предназначением – структурировать в ментальном лексиконе признаки коммуникативного события и отношения между ними. Ментальный лексикон обладает необходимой для этих целей ассоциативно-вербальной структурой, которую, как утверждает профессор когнитивной неврологии Джеймс Ллойд Макклелланд (Стэнфордский

университет), образуют узлы и межузловые связи [18]. Расположены они, как установила Т.В. Ахутина, в заднелобных отделах коры левого полушария. Их роль в подготовке акта номинации заключается в том, что они для предстоящего речепорождения выстраивают остров из слотовой структуры фрейма.

Исходя их теории фреймов, разработанной М. Минским [1979], можно предположить, что с помощью дискурсопорождающего фрейма (мысленного прототипа высказывания) в сознании коммуниканта упорядочивается и структурируется представление о коммуникативном событии. Изначально, как известно, слоты представляют собой незаполненные подструктуры фрейма. Их заполнению, и м е н о в а н и ю, в процессе порождения высказывания предшествует соотнесение данного фрейма той дискурсивной ситуации, в рамках которой вербализуется данное коммуникативное событие. Как нейропсихический механизм номинации, фрейм представляет собой не только зафиксированный в нашем сознании образ статической, типичной модели речевого поведения, но и *динамическую* цепочку (последовательность) действий. Динамическая система семантического фрейма, категоризирующая дискурсивные смыслы, отображает сценарный образ мышления, проецирующий актаны схемы внутреннего программирования высказывания, слоты-актанты, требующие (на этапе подключения речедвигательного механизма) номинативного заполнения. Благодаря своей динамической сущности фрейм, откликаясь на определённые раздражители, актуализирует в ментальном лексиконе знаки, коррелирующие с лингвосемиотическими единицами при заполнении слот, соответствующих обстоятельствам и признакам элементов коммуникативного события.

Объективировать (понять) коммуникативно значимое событие – значит обозначить его, дать всем его элементам имя, поскольку единицы мыслекода (как ресурс мышления) находятся в глубинном ярусе дискурсивного сознания. Они представляют собой так называемые «внутренние слова», с помощью которых мысль упорядочивается. Внутренние слова являются некими аудиально-визуальными феноменами. Внутреннее слово, как видим, – гибридный конструкт, слово-образ. Проще говоря, внутренние слова в процессе дискурсопорождения, с одной стороны, слышимы лишь самим воспринимающим коммуникативно значимое событие субъектом, а с другой, видимые им внутренние образы, вызывающие у него те или иные чувства. По сути своей слово-образ предшествует слову-логосу. Как единица мыслекода слово-образ синергично и в силу этого способно порождать разные смыслы, тогда как слово-логос сосредоточено на одном из них, соответствующим конкретной дискурсивной ситуации<sup>5</sup>. Слово-образ оформляет мысль, выстраивая смысловую схему предполагаемого высказывания, а слово-логос, будучи направленным на знак, предназначено для коммуникации, для общения с другим.

В свете когнитивно-дискурсивной методологии весьма ценными оказываются философские рассуждения богослова Аврелия Августина, пытавшегося выстроить основы духовной гносеологии связующей между собой проблемы слова внутреннего, имени и слова внешнего. Отталкиваясь от античных учений о знаках (Платона, Оригена и каппадокийцев), Августин обосновывает духовную сущность *verbum interius* (внутреннего слова). Она заключена, по его мнению, в том, что в более поздних трактатах он назовет *verbum imaginabile* (имагинативным словом) – мысленным

---

<sup>5</sup> Этим объясняется, кстати, наша потребность перечитывать известные художественные произведения: поиск в них новых смыслов, всплывающих в новых дискурсивных обстоятельствах.

представлением, прежде чем оно будет объективировано артикулированными звукосочетаниями или внешними словами.

Внутреннее слово, полагал Августин, – это *conceptio* (обыденное понятие) о предмете мысли. Оно соотносится с элементами универсального предметного кода (УПК) в схеме порождения речи, разработанной А.А. Леонтьевым. Оно универсально, поскольку не связано с какой-либо естественной семиотической системой языка.

Внутреннее слово имеет две ипостаси: *символическую* и *образную*. Как полагал Вяч. Иванов, в первой ипостаси внутреннее слово «живёт» в слове внешнем. Это слово с затаённым эффектом иносмысла. Во второй ипостаси внутреннее слово служит дискурсивному сознанию, с его помощью осуществляется творческое мышление. Иначе говоря, если внешнее слово обладает знаковой сущностью, то внутреннее слово является неким образным конструктом, логосом (знаком мысли), устремлённым к знаковой оболочке слова внешнего. Преобразовавшись из слово-образа в слово-логос (*verbum interius*), оно объективируется с помощью внешнего слова той или иной этноязыковой системы. Данные суждения, восходящие к учению Августина, напрямую связаны с современными психолингвистическими представлениями о внутренней речи, реализующей через внутреннее программирование исходный замысел. Хотя внутренняя речь и довербальна, она является когнитивным основанием для дискурсивного порождения номинативного акта.

Внутренняя речь располагает средствами УПК (образные коды, предметные значения и схемы). Согласно концепции А.А. Леонтьева, она представляет собой подготовленное к внутреннему программированию речевое действие [6]. Исследователи физиологических механизмов РД представили трёхярусный механизм иерархической организации внутренней речи [9]. На первом ярусе осуществляется поиск в коре мозга

следов словесных сигналов вместе с впечатлениями от референтных образов, отобранных для именованя слов. Совмещённое представление звуковых и предметных образов формирует структурированную сетку временных отношений, которые служат субстратом внутренней речи. Затем, на втором ярусе дискурсопорождения, генерируется новая сеть связей между субстратными элементами коммуникативного события, образуя тем самым «вербально-семантическую сеть» – некие материализованные в знаках элементы семантического поля. Состоит такая сеть из отдельных словесных знаков в разнообразных смысловых, лексических, грамматических и ассоциативных связях.

В вербально-семантической сети материализуется приобретённый ранее дискурсивный опыт человека. Им, собственно, и пользуется субъект дискурсивной деятельности, поскольку связи и отношения между единицами вербально-семантической сети сохраняются у человека на протяжении всей его жизни. Осуществляется такая объективация путём физиологической координации следов возбуждаемых лексических сигналов в коре головного мозга. Данный процесс подтверждает изначальную гипотезу А.Я. Фёдорова о том, что смысловая согласованность словообразов совпадает с их следами в эндокринной системе. Правомерность перевода данной гипотезы в объективную закономерность подтверждается многими эмпирическими опытами отечественных и зарубежных физиологов [1, с. 17-18]. При этом оставалась невыясненной природа таких словообразов.

Т.Н. Ушакова считает, что единицами вербально-семантической сети являются лексемы, несущие основную смысловую нагрузку в РД. В психолингвистике они называются *ключевыми словами*. В долговременной памяти они актуализируют ассоциирующиеся с ними образно представляемые смыслы. Поэтому ключевые слова в

речемыслительном акте становятся отчётливо и явственно проявленными. Причём благодаря психическому механизму ассоциации в вербально-семантической сети «появляются слова, значение которых определяется не через связь с непосредственными впечатлениями, а через связь с другими словами» [9]. Функциональной основой вербально-семантической сети служат, таким образом, лингвокогнитивные отношения между мыслекодowymi единицами и фонетическими словами [16]. Происходит это с помощью возбуждения словообразом соответствующего узла вербальной сети (естественной матрицы дискурсивного сознания). Такое нейропсихическое возбуждение служит стимулом к внутреннему программированию, под которым понимается процесс нейронного оформления коммуникативного замысла.

Единицами внутреннего программирования являются не «значения», а «смыслы» под которыми понимаются отражённые в дискурсивном сознании элементы коммуникативного события, из таких смысловых вех проецируются такие компоненты высказывания как субъект, предикат и объект. Эти компоненты необходимы для актуального членения высказывания на этапе внешней речи при переводе субъективной смысловой программы на узуальный код, содержащий семантические признаки слов. Благодаря их ассоциативно-смысловому полю детерминируется выбор того или иного слова в единстве его звучания и значения. В этом процессе активизируются механизмы категоризации КГМ, расположенные в задней части левого полушария (затылочная, теменная и височная доли) за зоной Вернике. Здесь сосредоточены тематические блоки, антонимико-синонимические группировки слов, а также их оценочно-образные связи, через которые осуществляется словесно-художественная номинация. Ж.Н. Маслова, рассматривая сущность творческого языкового сознания, обнаружила, что, «оценка влияет не

только на возможные ассоциации, но и на видение ключевых для поэтического сознания, экзистенциальных ситуаций» [7]. Оценочная модальность во многом определяет характер осуществления соединения предметов мысли (концептов) в их определённую последовательность (цепь). В этом процессе ведущую роль играют передние (синтагматические) доли КГМ, отвечающие за сцепление слов. Они, как известно, расположены в лобной доле левого полушария – спереди от зоны Брока. Однако в процессах художественной номинации ведущую роль играет правое, «творческое» полушарие коры головного мозга, без участия которого было бы невозможно беллетристическая, наполненная образными эмоциями репрезентация коммуникативного события. Так, концепт «осенняя грусть» побудил И.А. Бунина обратиться к номинациям метафорических образов. В самом начале художественной репрезентации коммуникативного события в стихотворении «Листопад» образ леса репрезентируется автором через его сопоставление со сказочным теремом («точно терем расписной, лиловый, золотой, багряный»):

*«Лес, точно **терем** расписной,  
Лиловый, золотой, багряный,  
Веселой, пестрою стеной  
Стоит над светлою поляной».*

Данный образ дополняется номинативными ассоциациями поляны с живописным двором, а леса с резным теремом, оконцами которого служат просветы неба в листве. Образное восприятие осеннего пейзажа передаётся с помощью колористических номинаций:

*«Березы **желтою** резьбой  
Блестят в лазури голубой,  
Как вышки, елочки **темнеют**,  
А между кленами **синеют***



*То там, то здесь в листве сквозной*

*Просветы в небо, что оконца».*

Под номинациями *пёстрой стены красок золотой осени* завуалированы имплицитные обозначения осенней грусти. Проникновенные коннотации ассоциативно поддерживаются второй частью стихотворения, где картина осени предстаёт в ключевом олицетворении образа вдовствующей осени, входящей в свой лесной терем: «*Осень тихую вдовой / Вступает в пестрый терем свой*». Однако за реализации своего замысла (мотива перерождения) автору необходимы косвенные метонимические номинации, заложенные в строке «*Засеребрится мертвый край*» – предвестник неминуемого перерождения: осенний лес погибнет, но вместо него появится лес зимний.

Процессы словесно-художественной номинации тесно сопряжены с осмыслением объектов коммуникативного события, с их отражением в художественных концептах.

Выбор грамматической конструкции высказывания осуществляется в соответствии с уже сформированной его смысловой схемой. В дискурсивном сознании коммуникантов имеются эталонные структуры, наработанные вековой дискурсивной практикой данного языкового сообщества. Определяются позиции субъекта и предиката будущего РА. Затем происходит действие, напоминающее конструктор LEGO: каждый элемент обретает нужную для данного речевого построения форму установления линейной, формально-грамматической связи предыдущего дискурсивного элемента с последующим. Такая формально-грамматическая связь речепорождающих элементов направлена на достижения **к о г е р е н т н о с т и** всего высказывания, его целостности, обеспечения смыслового сцепления выстраиваемых в последовательную цепочку номинантов в структуре коммуникативного

события. Завершается процесс лексико-грамматического конструирования перекодированием личностных смыслов их смысловой схемы, полученной в результате внутреннего программирования речевого произведения, в усюальные (общепринятые) значения соответствующих лексических номинантов высказывания.

Таким образом, в результате сопряжения процессов категоризации и предикации осуществляется номинация и линеаризация всех элементов коммуникативного события. Главную роль в этом играет внутреннее конструирование задуманного речения с помощью, так называемой, фреймовой семантики, опирающейся на падежные механизмы<sup>6</sup> связывания смыслов. В теории фреймовой семантики падеж выражает глубинное семантико-синтаксическое отношение [15], которое устанавливается путём лексического наполнения зависимого члена синтагмы. В процессе фреймовой интеграции процессов *категоризации*, предполагающую акты именованя, и процессов *предикации*, ведущей к линеаризации мысли, мобилизуются внутренние речевые действия через «неосознаваемое построение некоторой схемы, на основе которой в дальнейшем порождается речевое высказывание» [6]. Посредством фреймового продуцирования происходит внутреннее кодирование номинативных актов. Предшественниками фреймовой теории внутреннего программирования являются американские психоллингвисты Дж. Миллер, Е. Галантер и К. Прибрам. Они выдвинули гипотезу о том, что субъект дискурсопорождения, прежде чем преобразовать свою мысль в речевую структуру, программирует номинативный акт в виде некой обобщённой конструкции с пустыми

---

<sup>6</sup> Под падежом здесь понимается не словоизменительная категория, а категория, выражающая его отношение существительного к другим словам.

структурными ячейками. «У нас есть очень отчётливое предвосхищение того, – отмечали исследователи, – что мы собираемся сказать, и наш выбор нужных слов зависит от чего-то гораздо большего, чем предшествующие элементы нашего высказывания. У нас есть план предложения, и, когда мы формулируем его, мы имеем относительно ясное представление о том, что собираемся сказать. План предложения должен в общем определиться, по-видимому, до того, как можно выделить слова, которые мы собираемся высказать» [8]. Преодолевая ограничения бихевиоризма, отождествлявшие речь и мышление, они утверждали, что у коммуниканта непосредственно перед порождением высказывания возникает образ соответствующего замысла, к которому постоянно стремится в процессе моделирования речевого акта. В интерпретации российских учёных внутреннее программирование служит опосредствующим звеном между замыслом и развёртыванием мысли с помощью её перекодирования с мыслекода на код лингвосемиотический. Данное перекодирование, по мнению А.А. Леонтьева, представляет собой процесс конструирования некой смысловой схемы [6] – когнитивной платформы эмерджентного порождения речевого высказывания [17].

С помощью внутреннего программирования происходит, согласно теории А.А. Леонтьева, двухэтапное развёртывание ранее «свёрнутого» высказывания (тем самым уточняется целостная схема А.Р. Лурии): а) смысловая организация высказывания в виде внутренней речи и б) формально-грамматическая в виде внешней речи. Результат внутреннего программирования отображается в «порядке слов».

Линейный этап порождения художественного текста состоит в кардинальном преобразовании регистра построения коммуникативного акта, в перестройке самого принципа его производства: из синергийного на линейное распределение его тезауруса. Это требование основного закона

дискурсивного семиозиса: сформированный на этапе категоризации полный набор номинативных средств не способен организовать речевой акт. Таким организатором выступает синтаксическая номинация. Она призвана выстроить отобранные номинативы в последовательный ряд, который бы отображал основной дискурсивный принцип превращения мысли в речевой знак: **к о н ц е п т ы**, содержащие образы коммуникативного события, → **л е к с е м ы** (канонический прототип функционального слова) → **с л о в о ф о р м ы** (необходимые для когезии парадигмальные формы лексем) (Рис. 3).

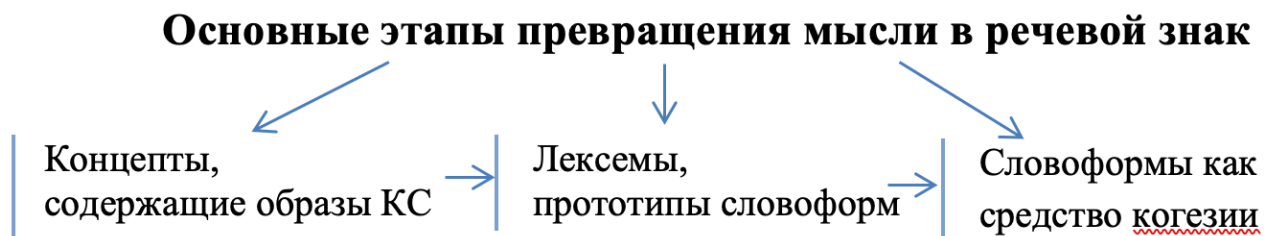


Рис. 3. От концептуализации к вербализации мысли

При этом происходит преобразование внутреннего слова, т. е. слова-образа, в слово внешнее [2]. Чтобы убедиться, что данная метаморфоза соответствует изначальному дискурсивному замыслу на этапе перевода синергийных (нелинейных) каналов информации в линейный, собственно речевой, необходимы некоторые контрольные действия: сопоставление высказывания с внутренней программой и его смысловой схемы с дискурсивной ситуацией.

Чтобы убедиться, что данная метаморфоза соответствует изначальному дискурсивному замыслу на этапе перевода синергийных (нелинейных) каналов информации в линейный, собственно речевой, необходимы некоторые контрольные действия. В полушариях коры головного мозга производится сличение двух предречевых моментов (а) когерентных регистров высказывания с внутренней программой

порождения дискурса и (б) соответствия подготовленной смысловой канвы РА мысленному прототипу коммуникативной ситуации, функционирующему в языковом сознании. После такого сличения включается речедвигательная программа для внешнего (видовременного и модусного) оформления конкретного высказывания.

Мысленное программирование дискурсивного речепорождения достигает своей конечной цели на этапе своего перехода в моторное построение семантико-грамматической схемы интенционально предполагаемого речевого высказывания.

### **Выводы и результаты исследования**

Дискурсопорождение как предречевой процесс осуществляется под взаимодействием лингвистических и нейропсихических факторов. В роли центрального механизма данного процесса выступает «дискурс» в его когнитивистском понимании. Источниками генезиса дискурса служат языковые и внеязыковые знания, языковое и дискурсивное сознание.

Нейрофизиологическим основанием порождения дискурса как коммуникативно значимого события служит «сотрудничество» левого и правого полушария головного мозга. Механизмы преобразования синергийного (нелинейного) дискурсивного мышления в линейную речевую деятельность, порождающую высказывание/текст проецируются нейропсихической энергетикой комиссур при участии мозолистого тела, гиппокампа и четверохолмия. Линейное построение текстовых элементов зависит от предречевых факторов: мотива, замысла (следов всего накопленного коммуникантом языкового и экстралингвистического опыта, предварительной оценки дискурсивной ситуации, интенций и целей коммуникативного акта, предполагаемых способов воздействия на реципиента). Ведущая роль в этом принадлежит дискурсивному сознанию

(фреймовой организации представления о коммуникативном событии в слотах фрейма, заполнение которых является основой номинации). При заполнении слот семантического фрейма под воздействием соответствующих раздражителей в ментальном лексиконе актуализируются знаки, коррелирующие с лингвосемиотическими единицами. Подготовка к именованию пропозиции – семантического остова предполагаемого высказывания – осуществляется знаками ментального лексикона и «внутренними словами», посредством которых происходит облигаторное именование предикатов и периферийное именование актантов (признаковых и обстоятельственных). В процессе фреймовой интеграции процессов *категоризации*, предполагающей акты именованья, и процессов *предикации*, ведущей к линейаризации мысли, мобилизуются внутренние речевые действия, формирующие внутреннюю программу порождения речевого высказывания. Форматами внутреннего программирования служат «смыслы», представляющие отражённые в дискурсивном сознании элементы коммуникативного события и проецирующие такие компоненты высказывания, как субъект, предикат и объект.

Единицами превращения синергийного (не линейного) в линейное речевое построение выступают концепты, содержащие образы коммуникативного события, лексемы (канонические прототипы функционального слова) и словоформы (парадигмальные формы лексем).

### *Литература*

1. Ахутина (Рябова) Т.В. Нейролингвистический анализ динамической афазии. – М.: Изд-во МГУ, 1975. – 143 с.

2. *Гиренок Ф.И.* Аутография языка и сознания. – М.: Проспект, 2017. – 256 с.
3. *Екушева Е.В., Дамулин И.В.* К вопросу о межполушарной асимметрии в условиях нормы и патологии // Журнал неврологии и психиатрии им. С.С. Корсакова. – 2014. – №3(114). – С. 92-97.
4. *Жинкин Н.И.* Избранные труды. Язык. Речь. Творчество. – М.: Лабиринт, 1998. – 364 с.
5. *Жинкин Н.И.* Речь как проводник информации. – М.: Наука, 1982. – 159 с.
6. *Леонтьев А.А., Рябова Т.В.* Фазовая структура речевого акта и природа планов // Планы и модели будущего в речи. – Тбилиси, 1970. – С. 27-32.
7. *Маслова Ж.Н.* Творческое языковое сознание. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2015. – 300 с.
8. *Миллер Дж.* Планы и структура поведения / Дж. Миллер, Е. Галантер, К. Прибрам. – М.: Прогресс, 1965. – 238 с.
9. *Ушакова Т.Н.* Проблема внутренней речи в психологии и психофизиологии // Психологический журнал. – 1980. – Т.1. – № 4. – С. 145-153.
10. *Фабри М.* Функциональная топография мозолистого тела, исследованная с помощью ДТИ и фМРТ / М. Фабри, Гл. Пьерпаоли, П. Барбарези, Г. Полонара // World J. Radiol. – 2014. – Вып. 6. – № 12. С. 895-906.
11. Хрестоматия по языкознанию / Сост. А.С. Мамонтов, П.В. Морослин. – М., 2005. – 370 с.
12. Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи / [Е.С. Кубрякова, А.М. Шахнарович, Л.В. Сахарный]; Отв. ред. Е.С. Кубрякова; АН СССР, Ин-т языкознания. – Москва: Наука, 1991. – 238 с.

13. *Alefirenko N.F.* Language imagery: discursive and modus creative // Research result. Theoretical and Applied Linguistics. – 2022. – №8(4). – P. 3-14.
14. *Bloom L., Lahey M.* Language Development and Language Disorders. – N-Y, London, 2000. – 700 p.
15. *Busse D.* Frame-semantik: Kompendium. – Berlin; Boston: de Gruyter, 2012. – 888 p.
16. *Evans V., Green M.* Cognitive Linguistics: An Introduction. – Edinburg: Publisher: Edinburgh University Press, 2006. – 830 p.
17. *McClellan J.L.* Emergence in Cognitive Science // Topics in Cognitive Science 2, 2010. – P. 751-770.
18. *McClelland J.L., Hil F.I., Maya R., Schütze H.* Placing language in an integrated understanding system: Next steps toward human-level performance in neural language models // Proceedings of the National Academy of Sciences, 2020. №117(42). Pp. 25966-25974.

### **References**

1. *Ahutina (Rjabova) T.V.* Nejrolingvisticheskiy analiz dinamicheskoy afazii. – M.: Izd-vo MGU, 1975. – 143 s.
2. *Girenok F.I.* Autografija jazyka i soznaniya. – M.: Prospekt, 2017. – 256 s.
3. *Ekusheva E.V., Damulin I.V.* K voprosu o mezhpolusharnoj asimmetrii v uslovijah normy i patologii // Zhurnal nevrologii i psixiatrii im. S.S. Korsakova. – 2014. – №3(114). – S. 92-97.
4. *Zhinkin N.I.* Izbrannye trudy. Jazyk. Rech'. Tvorchestvo. – M.: Labirint, 1998. – 364 s.
5. *Zhinkin N.I.* Rech' kak provodnik informacii. – M.: Nauka, 1982. – 159 s.



6. *Leont'ev A.A., Rjabova T.V.* Fazovaja struktura rechevogo akta i priroda planov // Plany i modeli budushhego v rechi. – Tbilisi, 1970. – S. 27-32.
7. *Maslova Zh.N.* Tvorcheskoe jazykovoe soznanie. – Tambov: Izdatel'skij dom TGU im. G.R. Derzhavina, 2015. – 300 s.
8. *Miller Dzh.* Plany i struktura povedenija / Dzh. Miller, E. Galanter, K. Pribram. – M.: Progress, 1965. – 238 s.
9. *Ushakova T.N.* Problema vnutrennej rechi v psihologii i psihofiziologii // Psihologicheskij zhurnal. – 1980. – T.1. – № 4. – S. 145-153.
10. *Fabri M.* Funkcional'naja topografija mozolistogo tela, issledovannaja s pomoshh'ju DTI i fMRT / M. Fabri, Gl. P'erpaoli, P. Barbarezi, G. Polonara // World J. Radiol. – 2014. – Vyp. 6. – № 12. S. 895-906.
11. Hrestomatija po jazykoznaniju / Sost. A.S. Mamontov, P.V. Moroslin. – M., 2005. – 370 s.
12. Chelovecheskij faktor v jazyke. Jazyk i porozhdenie rechi / [E.S. Kubrjakova, A.M. Shahnarovich, L.V. Saharnyj]; Otv. red. E.S. Kubrjakova; AN SSSR, In-t jazykoznanija. – Moskva: Nauka, 1991. – 238 s.
13. *Alefirenko N.F.* Language imagery: discursive and modus creative // Research result. Theoretical and Applied Linguistics. – 2022. – №8(4). – P. 3-14.
14. *Bloom L., Lahey M.* Language Development and Language Disorders. – N-Y, London, 2000. – 700 p.
15. *Busse D.* Frame-semantik: Kompendium. – Berlin; Boston: de Gruyter, 2012. – 888 p.
16. *Evans V., Green M.* Cognitive Linguistics: An Introduction. – Edinburg: Publisher: Edinburgh University Press, 2006. – 830 p.
17. *McClellan J.L.* Emergence in Cognitive Science // Topics in Cognitive Science 2, 2010. – P. 751-770.
18. *McClelland J.L., Hil F.I., Maya R., Schütze H.* Placing language in an integrated understanding system: Next steps toward human-level performance in

neural language models // Proceedings of the National Academy of Sciences, 2020. №117(42). Pp. 25966-25974.

**ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАЛЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
ГРУППАХ, ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ, ОРГАНИЗАЦИЯХ/ EXPERIMENTAL  
STUDIES IN SMALL PROFESSIONAL GROUPS, LABOR COLLECTIVES,  
ORGANIZATIONS**

**5.3.4**

**УДК 37.015.31**

**О.П. Чозгиян**

Московский городской педагогический университет

129226, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4

Москва, Россия

ChozgiyanOP@mgrpu.ru

**ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ  
БУДУЩЕГО УЧИТЕЛЯ В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ**

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению основных направлений и выявлению характерных особенностей процесса формирования коммуникативной компетентности будущего учителя в контексте профессиональной практической подготовки. Подчеркивается, что компетентностно-деятельностный подход лежит в основе целенаправленного и поэтапного формирования профессионально-коммуникативной компетентности студента-будущего учителя. Автор приводит примеры ситуаций педагогического общения и комплекса заданий по практике, целью которых является формирование коммуникативной компетентности и речевых способностей студентов. Также обращается внимание на тот факт, что осознанная субъектная позиция будущего учителя в освоении профессиональных компетенций по профилю специальности – важнейший критерий сформированности его профессиональной готовности.

*Ключевые слова:* компетентность, коммуникативная компетентность, практика, педагогическое взаимодействие, профессиональная готовность, профессиональная подготовка.

**O. Chozgiyan**

**FORMATION OF THE COMMUNICATIVE COMPETENCE OF THE FUTURE TEACHER IN THE  
CONTEXT OF THE VOCATIONAL TRAINING**

*Abstract.* The article deals with the main directions in forming communicative competences of the future teacher during the vocational training. The author highlights that the competence-based approach is the basis of the systematic guidance of the future teacher communicative competence. Teaching cases and a system of practical tasks that are aimed to form students' communicative competence and verbal skills are given in the article. Moreover, the author mentions that the most important criterion for professional readiness is the consciousness subjective position of the future teacher.

*Keywords:* competence, communicative competence, vocational training, professional cooperation, professional readiness, professional training.

Современные тенденции обновления подходов к профессиональной теоретической и практической подготовке будущих учителей начальных классов определяют целевые ориентиры трансформации содержания образования в освоении образовательной программы уровня среднего профессионального образования по специальности 44.02.02 Преподавание в начальных классах, а также позволяют выявить аспекты обоснования вопроса проектирования и реализации траектории личностного и профессионального становления и развития студента.

Одной из приоритетных задач освоения студентами образовательной программы профессиональной подготовки является последовательное и системное формирование комплекса общих и профессиональных компетенций по профилю специальности, где компетенции, связанные по смысловому содержанию с профессионально-речевыми и коммуникативными умениями, навыками и опытом, занимают ведущую позицию.

В Федеральном государственном образовательном стандарте среднего профессионального образования по специальности 44.02.02 Преподавание в начальных классах определены профессионально-коммуникативные компетенции, отраженные как в группе общих, так и в группе профессиональных компетенций, например: осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами (ОК 6); анализировать уроки (ПК 1.4); анализировать процесс и результаты внеурочной деятельности и отдельных занятий (ПК 2.4); анализировать процесс и результаты проведения внеклассных мероприятий (ПК 3.4) и др. [6]. Таким образом, коммуникативная компетентность студента-будущего учителя уровня

начального общего образования представлена во ФГОС СПО по профилю специальности и раскрывается в контексте педагогической способности и профессиональной готовности субъекта к речевой коммуникации и педагогическому общению.

Понятие коммуникативной компетентности на этапе профессиональной педагогической подготовки специалистов в своем смысловом содержании является содержательным обобщением подходов различных авторов в лингводидактике, о чем свидетельствует наличие различных дефиниций рассматриваемой категории.

По мнению М.Р. Львова, одним из компонентов сформированности коммуникативной компетенции является когнитивный компонент, который раскрывается в знании основ языка и культуры речи, владение средствами и механизмами речи, в том числе в сфере реализации профессиональных потребностей личности [1].

В структуре коммуникативной компетентности педагога особое значение имеет такой компонент, как информационный, включающий сформированные умения и освоенный опыт в области формулировки и высказывания четко, грамотно и лаконично собственных мыслей, чувств путем использования речевых (вербальных) и неречевых средств общения [2].

Неотъемлемым структурным компонентом коммуникативной компетентности является организационно-деятельный компонент, существенную характеристику которого составляет деятельностный аспект, включение педагога, в том числе на этапе его личностного и профессионального становления и формирования субъектной профессиональной позиции, в сотрудничество и общение с субъектами образовательного процесса [4-5].

Таким образом, для организации процесса личностного и профессионального становления будущего учителя особую актуальность и практическую значимость на этапе формирования теоретической и практической готовности к профессиональной деятельности приобретает целенаправленное и последовательное формирование профессионально-коммуникативной компетентности специалиста, включающей языковую, предметную, лингвистическую, речевую составляющие, объединенные совокупностью компонентов, в том числе знаниевого, информационного, организационно-деятельностного и др. [3].

Необходимо отметить тот факт, что обновленный образовательный стандарт по профилю рассматриваемой в статье специальности также акцентирует внимание на требованиях к коммуникативной и речевой компетентности будущего учителя. Так, в стандарте указаны такие компетенции, как: осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста (ОК 05); Анализировать процесс и результаты применения различных форм деятельности в образовательном процессе (ПК 1.4; ПК 2.3; ПК 3.2) [7]. В этой связи необходимо подчеркнуть важность реализации на этапе профессиональной подготовки студентов компетентностно-деятельностного подхода, где последовательное и обоснованное формирование профессионально-коммуникативной компетентности будущего учителя совершенно очевидно приобретает особый характер.

Для достижения поставленной цели формирования и совершенствования профессионально-коммуникативной и речевой компетентности студентов-будущих учителей на этапе теоретической и практической подготовки специалиста особое внимание обращено на готовность к формированию языковой личности ребенка младшего

школьного возраста как значимого другого, реализующего потенциал речевой коммуникации и участия в установлении межличностных контактов и продуктивного диалога, а также на осознанное восприятие ценностной установки и принятие того факта, что результативность профессиональной деятельности во многом зависит от уровня проявления коммуникативных педагогических способностей.

Т.Б. Михеева [2] обращает внимание на тот факт, что коммуникативная профессиональная компетентность педагога включает в себя совокупность сформированных профессиональных знаний в области коммуникативных дисциплин, а также коммуникативных и организаторских умений, способностей к самоконтролю, эмпатии, культуры вербального и невербального взаимодействия [Там же, с. 19].

Обобщая вышеизложенное, необходимо отметить, что профессионально-коммуникативная компетентность будущего учителя включает сформированную готовность (теоретическую и практическую) к организации общения и взаимодействия с субъектами образовательного процесса, к осуществлению речевой коммуникации в педагогическом общении, спроектированном и организованном на основе системы профессиональных знаний в области психолого-педагогических дисциплин, частных методик, лингвистических, коммуникативных и других учебных дисциплин и учебных модулей [5].

Формирование профессионально-коммуникативной компетентности будущего учителя представляет собой сложный, длительный, непрерывный и последовательный процесс. Решение комплекса поставленных задач осуществляется на учебных занятиях в ходе освоения междисциплинарных курсов в контексте видов профессиональной деятельности, где особое место отводится практике.

Так, при выполнении заданий на практике по виду профессиональной деятельности, – преподавание по программам начального общего образования, студенты осуществляют проектирование и проведение модельного урока, где в том числе планируют и организуют с целевой аудиторией детей младшего школьного возраста монолог на этапе объяснения нового материала, эвристическую беседу как метод проблемного обучения, обобщающую речь в качестве закрепления возникших у обучающихся временных связей в восприятии и осмыслении учебного материала и др. Разработка содержательных аспектов технологической карты пробного урока представляет собой продукт интеллектуально-речевой деятельности студента-будущего учителя и включает: поиск информации, отбор в соответствии с требованиями стандарта и образовательной программы, а также на основе учета возрастных особенностей обучающихся, учебного материала, поэтапное наполнение содержания деятельности учителя и обучающихся, определение четких указаний-инструкций, сообщения дополнительных сведений, организацию учебного материала, осуществление поиска и отбора методов и приемов работы, и т. д.

Моделирование урока студентами с перспективой анализа процесса деятельности и полученных результатов включает в себя выполнение типовых действий, стимулирующих проявление профессионально-коммуникативной компетентности, в том числе по работе с текстами и выстраивания педагогического общения [9]:

– формулировка цели урока на основе типа и темы урока (особое внимание обращается на то, что формулировка начинается с отглагольного существительного: формирование..., знакомство..., ознакомление, закрепление..., обобщение и систематизация ..., контроль ..., коррекция..., т.к. цель – это предвосхищение конечного результата, а на уроке



осуществляется процесс совместной деятельности для достижения этого результата);

- разработка содержания урока, где действия учителя связаны с предъявлением заданий, а действия обучающихся – с выполнением заданий, с ответами, которые должны прописываться полностью (предполагаемые идеальные ответы - эталон);

- выяснение, какие сведения, понятия, правила будут необходимы обучающимся для усвоения нового материала, что уже изучено по данной теме ранее, определите, какие темы будут являться продолжением изучения данной теме в перспективе;

- проведение анализа изучаемого материала в соответствии с темой урока: определение главного и второстепенного;

- проведение анализа заданий, предложенных авторами учебника по данной теме, и выяснение таких вопросов, как: предлагаются ли задания на актуализацию имеющихся знаний; представлены ли задания, позволяющие реализовать идею проблемного обучения; насколько полно представлена информация по новой теме; позволяет ли материал учебника сделать выводы и обобщения по изучаемой теме; насколько представленная в учебнике система упражнений позволяет реализовать дифференцированный подход, спланировать парные и групповые формы работы на уроке; содержит ли учебник дополнительную информацию для расширения ученического кругозора по данной теме.

Студентам дают следующие рекомендации:

- работая над конспектом урока, обратите внимание на формулировки вопросов и заданий, подумайте, насколько они позволяют усилить познавательную активность учащихся;

– спланируйте подведение микроитогов каждого этапа урока. Продумайте, какие приёмы рефлексивной деятельности целесообразно применить при подведении микроитогов и общего итога урока;

– изучите материал учебника по теме урока, проанализируйте предложенные упражнения и определите:

1) какую дополнительную информацию по теме урока необходимо предусмотреть;

2) каким образом при выполнении различных заданий могут быть сформулированы проблемные вопросы, побуждающие к размышлению, обозначены выводы и обобщения, подведены мини-итоги;

3) определите систему упражнений по теме урока (в том числе продумайте, интерактивные формы взаимодействия);

– определите, какие понятия темы урока будут раскрыты, закреплены, актуализированы;

– представьте краткий анализ изучаемого на уроке учебного материала (определения понятий, правила и т.п.). Определите существенное, второстепенное, а также трудности, связанные с изучением материала, и каким образом можно предупредить их возникновение.

При освоении междисциплинарных курсов и выполнении заданий по практике по видам деятельности выявляются и анализируются условия педагогического общения, моделируются педагогические ситуации, где особый акцент делается на определении целевых ориентиров, содержания, особенностей взаимодействия субъектов образовательного процесса [8]. Определяется коммуникативный аспект ситуаций общения и взаимодействия субъектов в образовательном процессе, выявляются и анализируются формы межличностной коммуникации и применяемые речевые средства, устанавливается педагогическая целесообразность и

обоснованность их применения в конкретных условиях реальной образовательной практики.

Будущему учителю важно научиться грамотно определять и формулировать коммуникативные задачи в педагогическом общении (сообщение учебного материала, формулировка побуждающих к размышлению вопросов проблемного характера, доказательность позиции в объяснении, убеждение как метод и аргументированность суждений, умение привести пример, одобрение в оценочном суждении, понимание и запоминание информации, формулировка и аргументированность выводов и обобщений, а также ответа на поставленный вопрос и др.) с позиции участников образовательного процесса (на уроке, внеурочном занятии, воспитательном мероприятии и др.) в двустороннем характере взаимодействия субъектов в ходе передачи и восприятия информации.

В проектировании и реализации задач различных форм организации образовательного процесса будущий учитель делает акцент на отбор заданий, стимулирующих у обучающихся готовность к высказыванию развернутых и аргументированных суждений, формулировке полного и содержательного ответа с использованием общепринятой терминологии, прогнозируются действия учителя по применению речевых приемов в ситуации неверных ответов обучающихся.

Ситуации педагогического общения нацеливают студента-будущего учителя на продумывание содержания учебного диалога, формулировок приветствия на этапе организационного начала, инструкций в ходе открытия обучающимися нового знания и стимулирования эмоционального отклика на сотрудничество, целесообразного применения приемов проведения педагогической оценки и т.п. Речевые способности в педагогическом общении проявляются студентом в момент объяснения учебного материала на практике в реальных условиях образовательного

процесса, когда объяснительная адаптированная к пониманию речь студента построена на основе соответствия принципам дидактики (научности, доступности и развивающего характера, прочности усвоения знаний, сознательности и активности и пр.), учитывает особенности восприятия информации обучающимися младшего школьного возраста, уровень их образованности и индивидуально-типологические черты.

Особое значение в формировании профессионально-коммуникативной компетентности будущего учителя занимает анализ и самоанализ процесса и результата деятельности, организуемый в диалоге с наставником, одноклассниками с перспективой представления на итоговой конференции по практике. Основными рекомендациями студенту по аспектам анализа в контексте рассматриваемой проблемы являются:

1. Избегайте использования в анализе эмоциональной и общей оценочной лексики (*Урок прошел хорошо; Мне очень понравилось занятие; Учащиеся были рады* и т. д.).

2. В тексте анализа и самоанализа должны преобладать сложные, распространенные предложения. Любой тезис, высказанный в анализе, должен иметь своё подтверждение (*Дисциплина на уроке поддерживалась за счет ...; Учащиеся проявляли познавательную активность потому что... и т.д.*).

3. В анализе должны использоваться профессиональные термины, стиль текста научный.

4. Если в анализе указаны использованные ИКТ, недостаточно просто сообщить, что использовалась слайдовая презентация или интерактивное упражнение, необходимо указать, на каких этапах и для каких целей.

5. Отметьте уровень педагогической монологической речи и мастерства построения диалога при объяснении нового материала, при

опросах на уроке. Обратите внимание на выразительность, дикцию, интонирование, образность, эмоциональность, доброжелательность и грамотность речи учителя на уроке. На ваш взгляд, удалось ли и насколько продемонстрировать умение разъяснять учебную информацию и перефразировать ее доступным языком для полного понимания учащимися.

6. В конце анализа подводится итог урока, даются общие заключения.

7. Оптимальная степень воздействия урока на развитие учащихся (укажите, что и в какой степени способствовало их развитию). Например, типы упражнений, дополнительная информация (работа со словарем, толкование значений слов), работа по развитию речи, расширение кругозора учащихся.

8. Оптимальный уровень обратной связи со всеми учащимися в ходе урока. Учебная информация преподносится детям посредством применения элементов современных педагогических технологий.

Необходимо отметить, что процесс поэтапного формирования коммуникативной компетентности будущего учителя сопровождает преподаватель, выступающий в качестве наставника. Степень сопровождения изменяется в зависимости от достижений и успехов студента в освоении профессиональных компетенций и движения по персонально-ориентированной траектории развития: от сопровождения-обучения через оказание методической помощи и психологической поддержки к сопровождению-консультированию и оценочному сопровождению.

Таким образом, в целях последовательного и целенаправленного формирования коммуникативной компетентности и профессионально необходимых коммуникативных умений у будущих учителей уровня

начального общего образования в ходе профессиональной подготовки предлагается система заданий на учебных занятиях в рамках освоения междисциплинарных курсов, а также на практике, включающая: наблюдение за коммуникативной деятельностью учителя и обучающихся в начальной школе с последующим анализом основ профессиональной деятельности, ведение дневника по практике с фиксацией и проговариванием во внешней речи анализа и самоанализа профессиональной деятельности в письменной и устной форме; проектирование и реализации технологической карты различных форм деятельности в образовательном процессе: грамотный подход к формулировке цели, задач и планируемых результатов; отработка содержания; моделирование кейс-ситуаций в контексте педагогического общения; формулировка четких указаний-инструкций на различных этапах общения и взаимодействия и т. д. Так, в контексте профессиональной деятельности в рамках решения педагогических ситуаций и коммуникативных задач последовательно организуется работа по формированию коммуникативной компетентности будущих учителей.

### *Литература*

1. *Львов М.Р.* Словарь-справочник по методике преподавания русского языка: пособие для студентов педагогических вузов и колледжей / М. Р. Львов. – М.: Академия; Высшая школа, 1999. – 272 с.
2. *Михеева Т.Б.* Совершенствование профессиональной компетентности учителя русского языка полиэтнической школы: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02 / Т.Б. Михеева; Моск. пед. гос. ун-т – М., 2009. – 45 с.

3. Мыскин С.В. Психологические особенности организационной культуры образовательного учреждения: дис. ... канд. псих. наук: 19.00.07/ С.В. Мыскин; Моск. гор. пед. ун-т. – М., 2005. – 213 с. – EDN NNMFVF.

4. Мыскин С.В. Обобщение в профессиональном общении: условия, инварианты, средства, результаты / С.В. Мыскин // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2020. – № 62. – С. 156-172.

5. Мыскин С.В. Особенности восприятия социальной жизни субъектами совместной профессиональной деятельности / С. В. Мыскин // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. – 2014. – № 4(30). – С. 132-139.

6. Приказ Минобрнауки России от 27.10.2014 № 1353 (ред. от 13.07.2021) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 44.02.02 Преподавание в начальных классах» (Зарегистрировано в Минюсте России 24.11.2014 № 34864)

7. Приказ Минпросвещения России от 17.08.2022 № 742 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 44.02.02 Преподавание в начальных классах» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.09.2022 № 70193)

8. Чозгиян О.П. Организационно-педагогические условия формирования субъектной профессиональной позиции будущих учителей / О.П. Чозгиян // К.Д. Ушинский и национальное образование: исторические уроки, идеи и современность: материалы XXV Межрегиональных педагогических чтений, посвященных великому русскому педагогу К.Д. Ушинскому, Москва, 25 марта 2021 года. М.: Московский городской педагогический университет. – 2021. – С. 72-74.

9. Чозгиян О.П. Формирование субъектной профессиональной позиции у студентов педагогического колледжа: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / О.П. Чозгиян; Моск. гор. пед. ун-т. – М., 2014. – 22 с.

### *References*

1. L'vov M.R. Slovar'-spravochnik po metodike prepodavanija russkogo jazyka: posobie dlja studentov pedagogicheskikh vuzov i kolledzhej / M. R. L'vov. – М.: Akademija; Vysshaja shkola, 1999. – 272 s.

2. Miheeva T.B. Sovershenstvovanie professional'noj kompetentnosti uchitelja russkogo jazyka polijetnicheskoi shkoly: avtoref. dis. ... d-ra ped. nauk: 13.00.02: zashhishhena 15.06.2009 / Miheeva Tat'jana Borisovna; Mosk. ped. gos. un-t – М., 2009. – 45 s.

3. Myskin S.V. Psihologicheskie osobennosti organizacionnoj kul'tury obrazovatel'nogo uchrezhdenija: dis. ... kand. psih. nauk: 19.00.07: zashhishhena 30.11.2005 / Myskin Sergej Vladimirovich; Mosk. gor. ped. un-t. – М., 2005. – 213 s. – EDN NNMFVF.

4. Myskin S.V. Obobshhenie v professional'nom obshhenii: uslovija, invarianty, sredstva, rezul'taty / S.V. Myskin // Mir lingvistiki i kommunikacii: jelektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2020. – № 62. – S. 156-172.

5. Myskin S.V. Osobennosti vosprijatija social'noj zhizni sub#ektami sovmestnoj professional'noj dejatel'nosti / S. V. Myskin // Vestnik Krasnojarskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V.P. Astaf'eva. – 2014. – № 4(30). – S. 132-139.

6. Prikaz Minobrnauki Rossii ot 27.10.2014 № 1353 (red. ot 13.07.2021) «Ob utverzhdenii federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta srednego professional'nogo obrazovanija po special'nosti 44.02.02 Prepodavanie v nachal'nyh klassah» (Zaregistrirvano v Minjuste Rossii 24.11.2014 № 34864)



7. Приказ Минпросвещения России от 17.08.2022 № 742 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 44.02.02 Преподавание в начальных классах» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.09.2022 № 70193)

8. *Chozgijan O.P.* Organizacionno-pedagogicheskie uslovija formirovanija sub#ektnoj professional'noj pozicii budushhih uchitelej / O.P. Chozgijan // K.D. Ushinskij i nacional'noe obrazovanie: istoricheskie uroki, idei i sovremennost': materialy XXV Mezhregional'nyh pedagogicheskikh chtenij, posvjashhennyh velikomu russkomu pedagogu K.D. Ushinskomu, Moskva, 25 marta 2021 goda. M.: Moskovskij gorodskoj pedagogicheskij universitet. – 2021. – S. 72-74.

9. *Chozgijan O.P.* Formirovanie sub#ektnoj professional'noj pozicii u studentov pedagogicheskogo kolledzha: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk: 13.00.08 / Chozgijan Ol'ga Petrovna; Mosk. gor. ped. un-t. – M., 2014. – 22 s.

# ОТЕЧЕСТВЕННАЯ И ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛИНГВИСТИКИ/ DOMESTIC AND FOREIGN PRACTICE OF ORGANIZATIONAL PSYCHOLINGUISTICS

5.9.8

УДК 811.161.1

**В.В. Майба**

Ростовский государственный университет путей сообщения  
344038, пл. Ростовского Стрелкового Полка Народного Ополчения, 2,  
Ростов-на-Дону, Россия  
vita.maiba@yandex.ru

**О.В. Маруневич**

Московский физико-технический институт  
(национальный исследовательский университет)  
141701, Московская область, г. Долгопрудный, Институтский переулок, 9.  
oks.marunevich@mail.ru

## МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭВФЕМИЗМОВ И ДИСФЕМИЗОВ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ РОССИЙСКИХ СМИ

*Аннотация.* Данная статья посвящена лингвистическому анализу текстов современных российских СМИ, реализующих свой манипулятивный потенциал путем использования различных техник и приемов. Нами было доказано, что одним из наиболее популярных средств воздействия на реципиента является эвфемизация и дисфемизация описываемых журналистами событий и явлений. В зависимости от интенции автора замена слов осуществляется для переноса акцента с чего-то негативного на нейтральное и наоборот. При этом, данный прием позволяет журналисту не выдавать за правду явную ложь, а лишь исказить информацию за счет сокрытия истинного значения слова/выражения. Наряду с определением приоритетных тем, подвергающихся эвфемизации и дисфемизации, нами также была выявлена зависимость использования данных троп от политической направленности издания.

*Ключевые слова:* медиадискурс, СМИ, манипуляция, речевое воздействие, эвфемизм, дисфемизм, реципиент

V. Maiba  
O. Marunovich

## MANIPULATIVE POTENTIAL OF EUPHEMISMS AND DYSPHEMISMS IN POLITICAL TEXTS OF THE CONTEMPORARY RUSSIAN MEDIA

*Abstract.* The given paper is focused on the linguistic analysis of the present-day Russian media texts that realize their manipulative potential using a wide array of methods and techniques. We have managed to prove that one of the most popular means of influencing the recipient is euphemization and dysphemization of events and phenomena described by journalists. Depending on the author's intention, the replacement of words is carried out to shift the emphasis from something negative to neutral and vice versa. At the same time, this technique allows the journalists to distort information and tell a lie without being caught by hiding the true meaning of the word / expression. Along with specifying the priority topics that are subject to euphemization and dysphemization, we have also revealed the dependence of the use of these tropes on the media political orientation.

*Keywords:* media discourse, mass media, manipulation, speech influence, euphemism, dysphemism, recipient

Конец XX – начало XXI в. ознаменовали собой повышенный интерес как российского общества в целом, так и представителей отдельных профессий (политтехнологи, журналисты, маркетологи, PR-менеджеры, рекламисты и т.д.) к способам воздействия на сознание широких масс. По справедливому замечанию И.А. Стернина, развитие демократии в стране сделало умение убедить в чем-то неоднородные по уровню образования, культуры, достатка и т.д. слои населения крайне важным: «в демократических государствах стало необходимо убеждать при выборах, в условиях плюрализма мнений и политической жизни, в условиях политической борьбы – политикам стало необходимо учиться убеждать людей в своей правоте» [28, с. 58].

В первую очередь, об этом свидетельствует массив научных работ, посвященных исследованию механизмов и методов манипуляции, принципов психологической защиты от манипуляции. Вместе с тем, следует отметить, что данные работы были написаны в русле психологии [2; 3; 6; 21], политологии [8; 9; 17; 23; 24; 31], социологии [11] и даже философии [20]. Собственно лингвистические исследования появляются

чуть позже. Однако данное явление стало настолько активно изучаться [5; 15; 16; 19; 28; 29; 34], что в настоящее время можно говорить о существовании самостоятельной отрасли знания, именуемой теорией речевого воздействия. Как отмечает И.А.Стернин, теория речевого воздействия – это наука «о выборе подходящего, адекватного способа речевого воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, об умении правильно сочетать различные способы речевого воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения для достижения наибольшего эффекта» [28, с. 61].

Ключевым признаком манипулятивного воздействия является его скрытый характер, иными словами, – сам факт воздействия не должен быть замечен объектом манипуляции. Одно из классических определений манипуляции звучит следующим образом: «скрытое управление человеком против его воли, приносящее инициатору односторонние преимущества» [33, с. 3]. Аналогичным образом трактуется и речевая манипуляция, под которой понимается «разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» [12, с. 24].

Основными видами речевой манипуляции в современных российских СМИ, освещающих политические события в стране и за рубежом, являются навешивание ярлыков, использование антитезы «свой – чужой», умалчивание источников информации, частичное освещение событий, ссылки на авторитетное мнение и ссылки на непосредственных очевидцев событий, обращение к историческим фактам и др. Все они нацелены на репрезентацию неполной или недостоверной информации, позволяющей создать у читателя представление о действительности, которое необходимо изданию в зависимости от его ориентации (провластное или

оппозиционное). Также следует отметить, что, для современного российского медиадискурса характерна тенденция развития в двух диаметрально противоположных направлениях: намеренное, иногда даже нарочитое огрубление и, наоборот, смягчение тона повествования путем использования дисфемизмов и эвфемизмов соответственно.

Традиционно под дисфемизмом понимается «замена эмоционально и стилистически нейтрального слова более грубым, пренебрежительным» [13, с. 407], например, *морда* вместо *лицо*, *баба* – *женщина*, *мент* – *полицейский*, *зоомбоящик* – *телевизор*. Эвфемизмом называется «замена любого нежелательного в данной ситуации слова или выражения при помощи нейтрально или положительно коннотированного обозначения с целью избежать конфликта в общении и/или скрыть неприятные явления действительности» [1, с. 7], например, *физическое устранение* вместо *убийство*, *хирургическое вмешательство* – *операция*, *клининг-менеджер* – *уборщица*, *лицо с ограниченными возможностями* – *инвалид* и т.д. Таким образом, эвфемизмы и дисфемизмы находятся на противоположных полюсах на оси оценочного варьирования денотата [32, с. 178].

Цель настоящей статьи заключается в рассмотрении особенностей использования эвфемизмов и дисфемизмов современными российскими медиа для формирования общественного мнения. Материалом исследования послужили тексты официальных («Российская газета», РИА Новости, Интерфакс), независимых («Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Известия», «Коммерсантъ», Regnum) и оппозиционных сетевых изданий («Новая газета»), а также зарубежных СМИ (Forbes, Washington Post, УНИАН) за период с 2017 по 2022 гг.

Говоря об эвфемизмах, следует подчеркнуть, что они используются СМИ не только ради тактичности:

На 92-м году жизни **скончался** Михаил Горбачев, первый президент и последний руководитель СССР (РИА Новости, 31.08.2022).

В возрасте 96 лет **скончалась** королева Великобритании Елизавета II. Она **ушла из жизни** в замке Балморал в Шотландии в окружении семьи (Известия, 08.09.2022).

13 июня в Париже на 95-м году жизни **скончался** французский актер, режиссер и сценарист голландского происхождения Анри Гарсен. Об этом передают СМИ страны со ссылкой на агента артиста. Гарсен **мирно почил во сне**. Причина пока не названа (Российская газета, 14.06.2022).

Как видим, в данных примерах слово *умереть*, имеющее отрицательную эмоциональную коннотацию, было заменено более нейтральными синонимами – *скончаться, уйти из жизни, мирно почить*. Использование указанных эвфемизмов психологически и эстетически смягчает негативное восприятие смерти.

В связи с тем, что эвфемизмы, как правило, смещают акценты с негативных сторон действительности на нейтральные, они активно используются журналистами для речевого воздействия на реципиента. Согласно А.М. Кацеву, способность эвфемизмов манипулировать сознанием адресата детерминировано несколькими факторами:

- эвфемизмы вуалируют истинную сущность события или явления путем создания нейтральной или положительной коннотации;
- «информационный шум» затрудняет ориентацию адресата в языковом материале и мешает его критическому осмыслению;
- незначительное количество людей знакомо с данным тропом, что, в свою очередь, мешает реципиенту идентифицировать и сам эвфемизм, и табуируемый денотат [10, с. 47].

С точки зрения Л.П. Крысина, эвфемизация медиатекстов преследует следующие цели:

– стремление избежать коммуникативного дискомфорта и конфликта. Так, в СМИ часто используют слово *незрячий* вместо *слепой* или *слабослышащий* вместо *глухой*:

*В Орле планируют создать диспетчерский пункт для **слабослышащих** людей. Он будет работать на базе комплексного центра социального обслуживания населения в Заводском районе (Известия, 28.11.2019).*

*Что чувствуют **незрячие** люди, которым каждый день приходится ходить по городу? Как они переходят дорогу, как ездят в автобусах? Зрячий человек, к счастью, не может этого понять (Московский комсомолец, 20.08.2017).*

- вуалирование существа явления, кроющаяся в «общей лживости системы и обслуживающего ее идеологического аппарата, в боязни огласки неблагоприятной или антигуманной деятельности» [13, с. 390]. Например, *тюрьма* часто называется *исправительным учреждением* или аббревиатурой *МЛС* (места лишения свободы):

*Еще 1 ноября 2019 года полицейское ведомство предложило ФСИН, ФСБ и Роскомнадзору поработать совместно и до 30 июля 2020 года выработать план действий для ликвидации нелегальных call-центров, львиная доля которых работает на территории **исправительных учреждений** (Новая газета, 05.10.2020).*

При этом замена многих слов и выражений эвфемизмами настолько типична, что уже стала своеобразным клише. Например, во многих статьях, описывающих текущую демографическую ситуацию в стране, словосочетание *смертность населения* заменяется термином *естественная убыль населения*:

*В России за первые 11 месяцев 2021 года **естественная убыль населения** выросла на 64% в годовом измерении и составила 945,1 тысячи*

человек против 574,9 тысячи человек годом ранее, сообщил Росстат (Интерфакс, 30.12.2021).

Особенно сильно прошлый год [2021] ударил по Центральной России. Рекорды **естественной убыли** поставили Рязанская, Новгородская, Тульская области (Новая газета, 03.02.2022).

Несмотря на то, что уже несколько лет в России наблюдается превышение смертности над рождаемостью, в том числе спровоцированное эпидемией коронавируса, формулировка *убыль населения* преподносит это как вполне естественный процесс – людям свойственно рождаться и умирать. Тем самым у читателей создается положительное представление о демографической ситуации в стране.

Типичным является и эвфемизация лексем, обозначающих военные действия. Так, участие России в гражданской войне в Сирии именовалось в отечественных СМИ как *военная операция, сирийская кампания*:

30 сентября 2015 года **Россия начала военную операцию в Сирии**. Согласно заявлению министра обороны Сергея Шойгу, за пять лет с помощью российской армии на Ближнем Востоке были ликвидированы 865 «главарей бандформирований» и более 133 тыс. боевиков, в том числе 4,5 тыс. из РФ и СНГ (Коммерсантъ, 30.09.2020).

**Есть мнение, что вся сирийская кампания вообще была для Кремля поводом для торга с Западом вокруг Украины. Что на самом деле выиграла Москва по итогам проведенной в Сирии операции? (Forbes, 13.12.2017).**

Боевые действия в августе 2008 г. между Грузией и союзными войсками Южной Осетии и России в западной и прозападной прессе называется *русско-грузинской войной*:

**Georgia marks 10<sup>th</sup> anniversary of painful war with Russia and 10 years after Russian troops invaded the former Soviet republic, Georgia's 3.9 million**



*inhabitants still live in fear of their giant northern neighbor* (Washington Post, 31.07.2018).

7 серпня 2008 року **Росія напала на Грузію**. Хоча росіяни воліють називати іншу дату – 8 серпня, **війна** почалась все-таки напередодні. Чому така розбіжність в датах? Бо офіційна версія Кремля полягає в тому, що спочатку грузини почали “каральну” операцію проти сепаратистів Південної Осетії та Абхазії, а вже потім **росіяни ввели до Грузії свої війська**, щоб “примусити до миру” Тбілісі (УНІАН, 08.08.2022) (Украинское издание).

8 августа 2008 года считается официальной датой начала **российско-грузинской войны**. ... Запад был целиком на стороне Грузии. Но очень скоро отношение западной бюрократии стало меняться. Российские деньги, российские агенты влияния и просто нежелание ссориться с Россией начали делать свое дело. Западные политики проглядели **войну** и теперь искали способ снять с себя ответственность (Новая газета, 07.08.2018) (по решению Роскомнадзора лицензия аннулирована).

Однако в официальных российских СМИ данные события именуется **конфликтом**:

В ночь на 8 августа 2008 года **Грузия совершила вооруженное нападение на Южную Осетию**, разрушив часть ее столицы. **Российская Федерация, защищая жителей республики, ввела войска** и вытеснила грузинских военных. **Конфликт** длился пять дней, в результате погибли более 1 тыс. человек (Известия, 08.08.2022).

Это связано с тем, что лексема **война** всегда ассоциируется с вооруженным столкновением, гибелью огромного количества людей, гуманитарной катастрофой и т.д., в то время как слово **конфликт** вызывает менее негативные эмоции, т.к. согласно толковому словарю, конфликт – это серьезное разногласие, столкновение противоположных сторон, мнений,

сил [27]. Таким образом, заменяя лексему *война* более нейтральным словом *конфликт*, журналисты тем самым искажают представление аудитории о реальной ситуации в зоне боевых действий.

Примечательно, что такая практика свойственна не только российским СМИ. Как свидетельствует П.С. Казарин, после неудач во Вьетнамской войне американскими военными теоретиками было выдвинуто предложение, поддержанное высшим руководством страны, запретить использовать слово *война* в медийном дискурсе, чтобы не подвергаться резкой критике избирателей за развязанные военные действия, а вместо этого употреблять словосочетания «конфликт низкой интенсивности», «конфликт средней интенсивности» и «конфликт высокой интенсивности» [7].

Говоря о процессе эвфемизации, следует помнить, что это многоаспектный феномен, включающий, помимо языкового, еще и социальный и психологический компоненты и отражающий ключевые ценностные установки нравственной и духовной культуры, особенности мышления и мировоззрения как отдельной личности, так и социума в целом [35, с. 201]. Иными словами, выбор говорящим (в нашем случае – журналистом) эвфемизма детерминирован не только наличием у исходной лексики разветвленного синонимического гнезда (например, *толстый* – *полный, с избыточным весом, рубенсовских форм, корпулентный, пышный, солидная комплекция, приятной полноты, крупный, богатырь* и т.д.), но также описываемой ситуацией, статусом говорящего и даже его половой принадлежностью. Подтверждение данной мысли находим у Л.П. Крысина: «Обращаясь к теме “эвфемизмы”, исследователь вынужден привлекать к анализу не только сами эвфемистические выражения, но и тот социально-культурный и языковой фон, на котором возникает нужда в эвфемизмах» [14, с. 82].

В настоящее время выделяют два типа социальной вариативности языка – стратификационную и ситуативную. Первая зависит от принадлежности говорящего к тому или иному социальному классу, вторая – от речевой ситуации, в которую вовлечен говорящий. В качестве примера стратификационной вариативности Н.М. Потапова приводит отрывки из произведений классиков русской литературы, склонных к обращаться к темам, требующим эвфемизации, и противопоставляет им писателей первой четверти – середины XX в., требующих «называть вещи своими именами». По мнению исследователя, данный факт детерминирован тем, что после революции 1917 г. язык стал одним из средств классовой борьбы, поэтому литературный язык пополнился множеством просторечий и диалектизмов, неологизмами, отвечавшими духу времени (*продразверстка, партком, рабфак* и др.), тогда как эвфемизмы, до этого считавшиеся признаком образованности и воспитанности, воспринимались пролетариатом как наследие царского режима [22]. Как отмечал Б.А. Ларин, «характерным для социалистической эпохи является именно разоблачение эвфемизмов и предпочтение прямых, иногда резких и грубоватых выражений, что наблюдаем в возрастающей пропорции не только в разговорном языке, но даже в ... ораторской речи» [цит. по: 22, с. 43].

Следует подчеркнуть, что, несмотря на отсутствие официального разделения современного российского общества на страты, слои, сословия и т.д., стратификационная вариативность языка наблюдается в различии языковых единиц, выбираемых индивидами для вербализации своего коммуникативного намерения в зависимости от происхождения, возраста и уровня образования. Так, В.П. Москвин справедливо указывает, что у маргинальных и полумаргинальных личностей практически отсутствуют лексические и тематические табу, поэтому они считают использование

эвфемизмов коммуникативно нецелесообразным [18]. С другой стороны, учителя как люди с высшим образованием и высоким уровнем коммуникативной культуры склонны использовать большое количество эвфемизмов в своей профессиональной деятельности. Например, в русском языке для номинации отстающих учеников используются эвфемизмы *ребенок со специальными образовательными потребностями* и *слабоуспевающий*, в английском языке – *underachiever* и *academically subnormal* [30].

Что касается ситуативной вариативности, то выбор языковых средств зависит от целого ряда факторов, включая саму речевую ситуацию, уместность того или иного слова в этой ситуации, статус и коммуникативную интенцию собеседников. В частности, выбор языковых средств будет значительно отличаться в симметричной (неформальная беседа двух друзей) и ассиметричной (разговор между начальником и подчиненным) ситуации. Так, в своей работе В.И. Жельвис отмечает, что для инвективной речи как выхода из эмоционального напряжения характерно исключительно движение «сверху вниз». Автор объясняет свою позицию тем, что в ситуации «начальник – подчиненный» индивид, обладающий более высоким статусом, может позволить себе большую свободу слова и не думать о смягчении своих высказываний посредством их эвфемизации [4]. Однако, проанализировав бизнес-дискурс, В.В. Рябкова пришла к выводу, что в настоящее время движение «сверху вниз» становится все более характерным и для эвфемизмов. Исследователь подчеркивает, что руководители прибегают к эвфемизации для вуалирования той или иной неприятной ситуации. Например, они используют слова *рост без развития, нулевые темпы роста, коррекция вниз* для замены слова *кризис, оптимизация кадров, снятие с должности* – для *увольнения* и т.д. [25].

Однако все вышесказанное справедливо для ситуаций непосредственного речевого взаимодействия между собеседниками, тогда как медиа являются средством косвенного общения, затрудняющим или отдаляющим во времени получение обратной связи между участниками общения. В свою очередь, это подводит нас к проблеме восприятия журналистского текста читателями с разным уровнем языковой подготовки. Так, зачастую термин *естественная убыль населения*, под которым понимается превышение смертности над рождаемостью, многими ошибочно интерпретируется как эвфемизм слова *смертность* – количество умерших за год.

Некоторые эвфемизмы являются калькой с английского языка и могут быть не понятны рядовому россиянину. Сообщая о смерти неофициального символа мэрии Невинномысска кота Кипиша, журналист написал следующее: *Главкот Невинномысска Кипиш 25 октября ушел на радугу* (МК, 26.10.2022). Фраза *уйти на радугу* – это калька выражения *to go to the Rainbow Bridge*, появившегося в английском языке в конце XX в. и обозначающего мифический загробный мир, где домашние питомцы могут встретиться со своими хозяевами. Данное выражение является весьма популярным среди любителей домашних животных в американской и британской лингвокультурах, однако мало известно россиянам старше 35 лет.

С другой стороны, существуют эвфемизмы, значение которых поймет только старшее поколение. Так, статья в газете «Комсомольская правда», посвященная энергетическому комплексу страны, озаглавлена *Антиконкурентный сговор и заоблачные цены на топливо: чем грозит либерализация цен на энергетическом рынке* (КП, 24.05.2017). Ключевой компонент данного заголовка – нейтральный экономический термин *либерализация цен*, под которым обычно понимается один из основных

элементов рыночной экономики, обеспечивающий баланс спроса и предложения путем освобождения цен от административного регулирования. Однако в данном случае это эвфемистическая замена выражения *резкое повышение цен*, являющаяся аллюзией на указ Бориса Ельцина «О мерах по либерализации цен» от 2 января 1992 г., отменявшего государственное ценообразование на почти 90% товаров в стране. Результатом этого указа стал резкий рост цен в более, чем 25 раз, сокращение доходов населения на 47 % и падение ВВП на 19%.

Таким образом, основной целью употребления эвфемизмов в современных российских СМИ можно назвать нейтрализацию истинного смысла прямых номинаций, нежелательных по политическим, религиозным, этическим или иным причинам. Однако понимание подобных лексем читателями является неоднозначным. Огромную роль в этом играет неоднородность читательской аудитории, отличающейся возрастом, половой принадлежностью, уровнем образования, социальным статусом и т.д.

Что касается дисфемизации, то, в качестве дисфемизмов, традиционно используются разговорные слова и выражения, имеющие негативную коннотацию, а также сленг и жаргонизмы, употребление которых направлено на формирование у реципиента неприязни или отвращения к описываемому объекту, событию или явлению:

*Полицейские устроили неспешный **шмон** по полной, отбирая даже воду в пластике – это вам не официальный «Бессмертный полк» (Московский комсомолец, 11.03.2019).*

Описывая состоявшийся 10 марта 2019 г. митинг против законопроекта о суверенном Интернете, выдвинутом Клишасом, Боковым и Луговым, и против пакета онлайн цензуры, журналист вместо слова *осмотр*, обозначающего обыкновенную проверку карманов, сумок,

рюкзаков граждан на наличие колюще-режущего, холодного и огнестрельного оружия, взрывчатых веществ и т.д., запрещенных для проноса на общественно-массовые мероприятия для безопасности других граждан, использует криминальный жаргонизм *шмон*. Данное слово имеет схожее значение, однако сфера его употребления вызывает ассоциации с зоной, беспределом силовых структур, бесправным положением заключенных, беспардонным вмешательством в личное пространство. От этого читатель начинает чувствовать злобу по отношению к полицейским, просто выполняющим свою работу по охране правопорядка.

Во многих статьях оппозиционных СМИ телевизор называется *зомбоящиком*. Впервые зафиксированное в качестве окказионализма в «Живом журнале» в 2001 г. слово быстро стало популярным среди пользователей Рунета. Онлайн словарь молодежного сленга трактует его как «вещательный предмет, по которому зомбируются люди при помощи купленных новостей, реалити-шоу и других развлекательных программ» [26].

*То, что мы сейчас имеем – и безудержная поддержка власти, и нежелание видеть промахи руководства страны, и безмерное доверие зомбоящику – есть следствие нашей культуры, определяющей менталитет среднестатистического россиянина* (Новая газета, 21.10.2017) (по решению Роскомнадзора лицензия аннулирована).

*Этот закон – попытка превратить интернет в телевизор. Превратить рассредоточенную одноуровневую сеть, в которой каждый может быть и творцом, и потребителем информации, – в сетевой аналог зомбоящика, в котором чиновники решают, что можно смотреть и чего думать* (Новая газета, 13.02.2019) (по решению Роскомнадзора лицензия аннулирована).

Таким образом, телевидение характеризуется не как способ получения своевременной информации о текущих событиях в политической, социально-экономической и культурной жизни страны, а как способ массового зомбирования людей, в результате чего они лишаются способности критически думать и принимать самостоятельные решения. С другой стороны, отрицательный образ современного телевидения спровоцирован самой сеткой вещания. На центральных каналах не хватает хороших развлекательных программ, научно-просветительских программ для детей и подростков, фильмов, зато в избытке программы, где звезды и полумаргинальные личности «полощут свое грязное белье»:

*Что нам показывают по ящику? ... Почему подавляющее большинство передач и сериалов несут лишь пошлость, глупость и грязь? ... Можно, при большом желании, найти что-то годное, но если просто включить телевизор, то скорее всего, попадешь на очередную передачу о любовниках «поющих трусов», политическое шоу с горлопанами всех мастей или примитивный сериальчик. ... Одни и те же лица, надоевшие и замыленные, копаются в грязном белье, бездарно поют и играют. Всё это подаётся с пафосом, гламуром и, опять-таки, пошлостью... Складывается такое ощущение, что есть конкретная цель – **дебилизировать** нацию (Комсомольска правда, 28.11.2018).*

Задаваясь вопросом о том, почему телевидение превратилось в «яд» для нашего сознания, автор намеренно использует грубую сниженную лексику (*ящик, поющие трусы, горлопаны, дебилизировать*). Ее наличие в медиатексте свидетельствует о том, что освещение данной проблемы вышло за рамки беспристрастности, хотя журналистская этика предписывает соблюдение принципа объективности подачи информации, что, в свою очередь, подразумевает отсутствие агрессии, негативных



эмоции по отношению к освещаемому явлению, навязывания свой точки зрения.

В целом, следует подчеркнуть, что использование дисфемизмов характерно для статей, затрагивающих социальные проблемы и вызывающих общественный резонанс. При этом зачастую авторы прибегают к словам с «осуждающей» семантикой:

*Нельзя отрицать наличие в России «пятой колонны», за деньги спонсоров участвующей в подготовке «хаотизации». Конечно, главной ее опорой являются наши отечественные **коррупционеры во власти**, те самые **«жулики и воры»**, от которых нужно избавляться, опираясь на честные кадры. Разумеется, эти **коррупционеры не хотят уходить от кормушки** (Известия, 06.05.2017).*

*Госдуме назвали цинизмом предложение Минстроя запретить гражданам выбирать управляющую компанию (УК). **«Жилищно-коммунальная мафия** и ее лоббисты в Минстрое придумали очередной способ **грабежа** граждан. Чем хуже качество ЖКУ, тем больше денег вынуждены платить жильцы в **пользу алчных дармоедов** из сферы ЖКХ», – отметил депутат Госдумы Алексей Журавлёв (ЛДПР) (Regnum, 14.10.2021).*

*Люди нередко покидают театр с чувством отвращения, даже ругаются вслух. **Алкоголичка, нимфоманка** — такие дамы, конечно, есть. Но – не шекспировская Гертруда. В пьесе полно указаний на то, что Гертруда была безупречной женой и матерью. А эта, потаповская, – **пьяная потаскуха**, забрела в спектакль прямо из **борделя** «Трёхгрошовой оперы» Брехта (Московский комсомолец, 25.04.2019).*

Проведенное исследование позволило заключить следующее. Как эвфемизмы, так и дисфемизмы активно используются журналистами в манипулятивных целях. Популярность анализируемых фигур речи в

современном российском медиадискурсе объясняется самой природой эвфемизмов и дисфемизмов, изначально обладающих определенным манипулятивным потенциалом. Например, замена слова или выражения вариантом с нейтральной и тем более положительной коннотацией приведет к изменению отношения аудитории к описываемому событию или явлению в лучшую сторону, даже если в статье идет речь о чем-то негативном. И, наоборот, использование дисфемизмов смещает акценты с нейтральных событий жизни социума на негативные. Нами также была выявлена связь между типом политической ангажированности издания и особенностью употребления эвфемизмов и дисфемизмов. Так, для «Российской газеты» – официального печатного органа Правительства Российской Федерации характерно включение в текст эвфемизмов, тогда как оппозиционная «Новая газета» (по решению Роскомнадзора лицензия аннулирована) изобилует дисфемизмами. Независимым изданиям («Московский комсомолец», «Известия» и «Комсомольская правда») в равной мере свойственна манипуляция информацией путем ее искажения посредством эвфемизации, и дисфемизации.

### *Литература*

1. Баскова Ю.С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ. – Краснодар, 2006. – 24 с.
2. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – М.: Алгоритм, 2002. – 408 с.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997. – 344 с.

4. Жельвис В.И. Психолингвистическая интерпретация инвективного воздействия: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / В.И. Жельвис; Ин-т языкознания. – М., 1992. – 51 с.
5. Иссерс О.С. Речевое воздействие. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 224 с.
6. Кабаченко Т.С. Методы психологического воздействия. – М.: Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.
7. Казарин П.С. О соотношении понятий «война» и «вооруженный конфликт» // Вестник военного образования: электрон. журнал. – 2018. №5(14). С. 89-94. – URL: <https://vvo.ric.mil.ru/stati/item/155699/>. Дата обращения: 28.10.2022.
8. Кара-Мурза С.Г. Краткий курс манипуляции сознанием. – М.: Алгоритм. Эксмо, 2002. – 288 с.
9. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2004. 528 с.
10. Кацев А.М. Языковое табу и эвфемия. – Л.: ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1988. – 80 с.
11. Комова С.В. Манипулятивные технологии как стратегии виртуального моделирования и программирования реального мира / С.В. Комова // Культурная жизнь юга России. – 2005. – № 3. – С. 16-20.
12. Копнина Г.А. Речевое манипулирование. – М.: Флинта, 2012. – 170 с.
13. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л.П. Крысин // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 384-407.
14. Крысин Л.П. Эвфемистические способы выражения в современном русском языке / Л.П. Крысин // Русский язык в школе. – 1994. – № 5. – С. 76-82.

15. *Майба В.В.* Язык в контексте современного российского политического дискурса / В.В. Майба // Современный ученый. – 2020. – № 4. – С. 210-215.

16. *Маруневич О.В.* К вопросу о прагматике инвективных этнонимов в современном политическом дискурсе России и США / О.В. Маруневич // На пересечении языков и культур. – 2021. – № 2. – С. 59-63.

17. *Михалёва О.Л.* Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / О.Л. Михалева; Иркутский гос. ун-т. – Иркутск, 2004. – 224 с.

18. *Москвин В.П.* Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. – М.: УРСС Эдиториал, 2017. – 262 с.

19. *Одарюк И.В.* Анализ новейших технологий современной рекламы, применяемых для воздействия на целевую аудиторию // Актуальные проблемы и перспективы развития транспорта, промышленности и экономики России: сб. науч. тр. конф., 01-02 марта 2018 г. – Ростов-на-Дону: Рос. гос. ун-т. путей и сообщ., 2018. – С. 184-188.

20. *Павлова Е.Д.* Скрытое воздействие средств массовой информации на массовое сознание как социально-философская проблема: дис. ... канд. философ. наук: 09.00.11 / Е.Д. Павлова; Рос. гос. гум. ун-т. – М., 2005. – 154 с.

21. *Панкратов В.Н.* Психотехнология управления людьми: практическое руководство. – М.: Издательство Института Психотерапии, 2001. – 324 с.

22. *Потапова Н.М.* Влияние социальных факторов на употребление эвфемизма // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2009. – Вып. 39. – С. 41-49.

23. *Почепцов Г.Г.* Информационные войны. Новый инструмент политики. – М.: Алгоритм, 2003. – 256 с.

24. Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны. Атака на подсознание. – М.: Синтег, 1999. – 408 с.
25. Рябкова В.В. Эвфемизмы в деловом дискурсе // Молодая наука – 2016: сб. мат. рег. межвуз. научн.-практ. конф.: 23-24 октября 2016 г. – Пятигорск: ПГУ, 2016. – С. 55-58.
26. Словарь молодежного сленга [Электронный ресурс]. URL: [www.slang.ru](http://www.slang.ru). Дата обращения: 01.09.2022.
27. Современный толковый словарь русского языка / Сост. Т.Ф. Ефремова [Электронный ресурс]. URL: <http://rus-uz.niv.ru/doc/dictionary-efremova/index.htm>. Дата обращения: 05.09.2022.
28. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж: Истоки, 2001. – 252 с.
29. Стернин И.А. Основы речевого воздействия. – Воронеж: Истоки, 2012. – 178 с.
30. Тишина Н.В. Национально-культурные особенности эвфемии в современном английском и русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Н.В. Тишина; Мос. гос. лингв. ун-т. – М., 2006. – 28 с.
31. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А.А. Филинский; Твер. гос. ун-т. – Тверь, 2002. – 144 с.
32. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
33. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком. – Минск: АСТ, Харвест, 2008. – 816 с.
34. Maiba V. Fake discourse in the space of mass media and media linguistic practices // E3S Web of Conferences. 14th International Scientific and Practical Conference on State and Prospects for the Development of Agribusiness, INTERAGROMASH 2021. – Rostov-on-Don, 2021. – 11033 p.

35. *Neaman J.S., Silver C.G.* The Wordsworth Book of Euphemism. – London: Wordsworth Editions LTD, 1995. – 310 p.

### **References**

1. *Baskova Ju.S.* Jevfemizmy kak sredstvo manipulirovanija v jazyke SMI. – Krasnodar, 2006. – 24 s.
2. *Grachev G.V., Mel'nik I.K.* Manipulirovanie lichnost'ju: organizacija, sposoby i tehnologii informacionno-psihologicheskogo vozdejstvija. – M.: Algoritm, 2002. – 408 s.
3. *Docenko E.L.* Psihologija manipuljarii: fenomeny, mehanizmy i zashhita. – M.: CheRo, Izd-vo MGU, 1997. – 344 s.
4. *Zhel'vis V.I.* Psiholingvisticheskaja interpretacija invektivnogo vozdejstvija: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.19: zashhishhena 17.04.1992 / V.I. Zhel'vis; In-t jazykoznanija. – M., 1992. – 51 s.
5. *Issers O.S.* Rechevoe vozdejstvie. – M.: Flinta: Nauka, 2009. – 224 s.
6. *Kabachenko T.S.* Metody psihologicheskogo vozdejstvija. – M.: Pedagogicheskoe obshhestvo Rossii, 2000. – 544 s.
7. *Kazarin P.S.* O sootnoshenii ponjatij «vojna» i «vooruzhennyj konflikt» // Vestnik voennogo obrazovanija: jelektron. zhurnal. – 2018. №5(14). S. 89-94. – URL: <https://vvo.ric.mil.ru/stati/item/155699/>. Data obrashhenija: 28.10.2022.
8. *Kara-Murza S.G.* Kratkij kurs manipuljarii soznaniem. – M.: Algoritm. Jeksmo, 2002. – 288 s.
9. *Kara-Murza S.G.* Manipuljacija soznaniem. M.: Algoritm, 2004. 528 s.
10. *Kacev A.M.* Jazykovoe tabu i jevfemija. – L.: LGPI im. A. I. Gercena, 1988. – 80 s.

11. *Komova S.V.* Manipuljativnye tehnologii kak strategii virtual'nogo modelirovanija i programmirovanija real'nogo mira / S.V. Komova // Kul'turnaja zhizn' juga Rossii. – 2005. – № 3. – S. 16-20.
12. *Kopnina G.A.* Rechevoe manipulirovanie. – M.: Flinta, 2012. – 170 s.
13. *Krysin L.P.* Jevfemizmy v sovremennoj russkoj rechi / L.P. Krysin // Russkij jazyk konca HH stoletija (1985-1995). – M.: Jazyki russkoj kul'tury, 2000. – S. 384-407.
14. *Krysin L.P.* Jevfemisticheskie sposoby vyrazhenija v sovremennom russkom jazyke / L.P. Krysin // Russkij jazyk v shkole. – 1994. – № 5. – S. 76-82.
15. *Majba V.V.* Jazyk v kontekste sovremennogo rossijskogo politicheskogo diskursa/ V.V. Majba // Sovremennyj uchenyj. – 2020. – № 4. – S. 210-215.
16. *Marunovich O.V.* K voprosu o pragmatike invektivnyh jetnonimov v sovremennom politicheskom diskurse Rossii i SShA / O.V. Marunovich // Na peresechenii jazykov i kul'tur. – 2021. – № 2. – S. 59-63.
17. *Mihaljova O.L.* Politicheskij diskurs kak sfera realizacii manipuljativnogo vozdejstvija: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.01: zashhishhena 14.10.2004 / O.L. Mihaleva; Irkutskij gos. un-t. – Irkutsk, 2004. – 224 s.
18. *Moskvin V.P.* Jevfemizmy v leksicheskoj sisteme sovremennogo russkogo jazyka. – M.: URSS Jeditorial, 2017. – 262 s.
19. *Odarjuk I.V.* Analiz novejsih tehnologij sovremennoj reklamy, primenjaemyh dlja vozdejstvija na celevuju auditoriju // Aktual'nye problemy i perspektivy razvitija transporta, promyshlennosti i jekonomiki Rossii: sb. nauch. tr. konf., 01-02 marta 2018 g. – Rostov-na-Donu: Ros. gos. un-t. putej i soobshh., 2018. – S. 184-188.
20. *Pavlova E.D.* Skrytoe vozdejstvie sredstv massovoj informacii na massovoe soznanie kak social'no-filosofskaja problema: dis. ... kand. filosof. nauk:

09.00.11: zashhishhena 29.09.2004 / E.L. Pavlova; Ros. gos. gum. un-t. – M., 2005. – 154 s.

21. *Pankratov V.N.* Psihotehnologija upravljenija ljud'mi: prakticheskoe rukovodstvo. – M.: Izdatel'stvo Instituta Psihoterapii, 2001. – 324 s.

22. *Potapova N.M.* Vlijanie social'nyh faktorov na upotreblenie jevfemizma // Jazyk, soznanie, kommunikacija: sb. statej / Otv. red. V.V. Krasnyh, A.I. Izotov. – M.: MAKS Press, 2009. – Vyp. 39. – S. 41-49.

23. *Pochepcov G.G.* Informacionnye vojny. Novyj instrument politiki. – M.: Algoritm, 2003. – 256 s.

24. *Prokof'ev V.F.* Tajnoe oruzhie informacionnoj vojny. Ataka na podsoznanie. – M.: Sinteg, 1999. – 408 s.

25. *Rjabkova V.V.* Jevfemizmy v delovom diskurse // Molodaja nauka – 2016: sb. mat. reg. mezhvuz. nauchn.-prakt. konf.: 23-24 oktjabrja 2016 g. – Pjatigorsk: PGU, 2016. – S. 55-58.

26. Slovar' molodezhnogo slenga [Jelektronnyj resurs]. URL: [www.slang.ru](http://www.slang.ru). Data obrashhenija: 01.09.2022.

27. Sovremennyj tolkovyj slovar' russkogo jazyka / Sost. T.F. Efremova [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary-efremova/index.htm>. Data obrashhenija: 05.09.2022.

28. *Sternin I.A.* Vvedenie v rechevoe vozdejstvie. – Voronezh: Istoki, 2001. – 252 s.

29. *Sternin I.A.* Osnovy rechevogo vozdejstvija. – Voronezh: Istoki, 2012. – 178 s.

30. *Tishina N.V.* Nacional'no-kul'turnye osobennosti jevfemii v sovremennom anglijskom i russkom jazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.20 / N.V. Tishina; Mos. gos. lingv. un-t. – M., 2006. – 28 s.



31. *Filinskij A.A.* Kriticheskij analiz politicheskogo diskursa predvybornyh kampanij 1999-2000 gg.: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19: zashhishhena 17.02.2002 / A.A. Filinskij; Tver. gos. un-t. – Tver', 2002. – 144 s.
32. *Shejgal E.I.* Semiotika politicheskogo diskursa. – M.: Gnozis, 2004. – 326 s.
33. *Shejnov V.P.* Skrytoe upravlenie chelovekom. – Minsk: AST, Harvest, 2008. – 816 s.
34. *Maiba V.* Fake discourse in the space of mass media and media linguistic practices // E3S Web of Conferences. 14th International Scientific and Practical Conference on State and Prospects for the Development of Agribusiness, INTERAGROMASH 2021. – Rostov-on-Don, 2021. – 11033 r.
35. *Neaman J.S., Silver S.G.* The Wordsworth Book of Euphemism. – London: Wordsworth Editions LTD, 1995. – 310 p

УДК 81'23

5.9.8

**Е.В. Малышева**

Тверской государственный университет  
170026, наб. Афанасия Никитина, 32  
Тверь, Россия  
ekkmal@bk.ru

**К.В. Афанасьева**

Тверской государственный университет  
170026, наб. Афанасия Никитина, 32  
Тверь, Россия  
kseniaafanaseva38@gmail.com

## **ЦИФРОВАЯ ДИПЛОМАТИЯ В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКАТИВНОМ ОБЩЕСТВЕ**

*Аннотация.* В современном мире активное развитие социальных сетей привело к тому, что публичная дипломатия вышла на новый уровень и стала преобразовываться в цифровую дипломатию. Политические деятели многих стран начали активно создавать аккаунты в социальных сетях для более быстрого обмена информацией и высказывания своего мнения. Барак Обама является одним из первых политических деятелей, который начал использовать социальные сети в политических целях. В данной статье рассматриваются понятие, истоки возникновения, виды, преимущества и недостатки цифровой дипломатии в целом, а также цифровая дипломатия Барака Обамы.

*Ключевые слова:* цифровая дипломатия, социальные сети, Барак Обама, коммуникативное общество, коммуникация, взаимодействие.

**E. Malysheva**

**K. Afanaseva**

## **DIGITAL DIPLOMACY IN THE MODERN COMMUNICATIVE SOCIETY**

*Abstract.* In the modern world, the active development of social networks has led to the fact that public diplomacy has reached a new level and has begun to transform into digital diplomacy. Politicians in many countries have started actively creating accounts on social networks for faster exchange of information and expressing their opinions. Barack Obama is one of the first political figures who started using social networks for political purposes. This paper discusses the concept, origins, types, advantages and disadvantages of digital diplomacy in general, as well as Barack Obama's digital diplomacy.

*Keywords:* digital diplomacy, social networks, Barack Obama, communicative society, communication, interaction.

Современные технологии прочно вошли во все аспекты нашей жизни, в том числе и в области международных отношений. Цифровая дипломатия как продукт глобализации считается одним из основных направлений дипломатического общения в XXI веке. Для международных акторов возможности цифровой дипломатии являются главным инструментом продвижения своей политики и достижения целей на международной арене.

Понятие «публичная дипломатия» связано с необходимостью научной разработки и формулирования методологических основ государственной внешней политики в условиях усиления других акторов территориальной политики и перестройки иерархии в международных взаимодействиях. Поэтому следование логике развития подходов публичной дипломатии может помочь определить смысловое наполнение того, что сейчас принято называть цифровой дипломатией [3, с. 96-105.].

Цифровая дипломатия как государственный механизм воздействия на посетителей социальных сетей возникла в системе международных отношений приблизительно в 2009–2010 гг. Именно в это время государственные системы США, России, Франции, Германии, Китая и Ирана, приступили к созданию официальных аккаунтов на платформах Facebook, Twitter, YouTube (Facebook, Twitter – данные социальные сети запрещены на территории РФ) и других социальных сетях, а мировые медийные организации, в том числе Voice of America, Russia Today и PressTV, запустили первые электронные каналы вещания в социальных сетях. Социальные сети и новые цифровые технологии привлекают большое внимание. Альянс поддерживает страницу Facebook и Twitter (запрещены на территории РФ), канал YouTube, Google, Flickr и RSS, где публикует пресс-релизы, новости, фотографии, видео и другой мультимедийный контент. НАТО также предлагает цифровое приложение для iPad. Кроме того,

высокопоставленные должностные лица НАТО, таких как генеральный секретарь НАТО и помощники, имеют свои собственные сайты в социальных сетях, чтобы оставаться на связи с целевой аудиторией [12; 4, с. 27-44.].

В настоящее время действия правительства находятся под постоянным контролем общественности. Социальные сети сами по себе являются инструментом дипломатических действий. Они стремятся способствовать диалогу с отечественной и международной аудиторией. Поэтому современные дипломаты неизбежно вынуждены пользоваться социальными сетями. Это означает, что они доступны и открыты для публичной критики через цифровые платформы. Обмен социальными сетями с официальными партнёрами по диалогу и соответствующей общественностью создаёт разветвлённую сеть связей с известными и неизвестными актёрами, наблюдателями и участниками, сильными и бессильными. В то же время этот обмен должен адаптироваться к языковому и формальному характеру новых медиа.

На сегодняшний день цифровая дипломатия как понятие имеет ряд специфических характеристик, которые формируются следующими тенденциями:

– использование Твиттера (запрещен на территории РФ) как наиболее эффективного и гибкого средства коммуникации с сообществом (отсюда такие определения, как «Твиттердипломатия» и «Твиттердипломатия»);

– рассмотрение участников международных отношений не только посредством призмы традиционных достопримечательностей и глобальных типов политиков, но с точки зрения концептуального ядра массовых коммуникаций они являются современными, в соответствии с которыми субъекты политических процессов следует рассматривать в качестве сторон глобальных взаимодействия

– ориентация на использование ресурсов и других возможностей социальных сетей в контексте одобрения полномочий политических позиций с одной стороны, и потери репутации параметров противников с другой стороны, путём укрепления эффективности политических последствий;

– планирование и исполнение, в зависимости от конкретной ситуации, искусственно созданных провокаций и мероприятий, которые находят отражение в соответствующих сообщениях и отчётах с целью представления каких-либо скрытых и неявных аспектов жизненной политики, относящихся к политически соперничающим странам и партиям;

– обновление сомнительных аспектов существующей системы международных отношений и акцентирование внимания общественности на противоречивых политических темах и вопросах, обсуждение которых может вызвать проблемы, конфликтные и дестабилизирующие действия, ведущие к переоценке существующих моделей и переориентации с точки зрения нормативно-ценностных отношений;

– содействие утверждению неоднородности внешнеполитических стратегий для глобальных политических тем и уход за осуществлением запуска глобальных проектов, из-за чего возникают такие тенденции как: деформация системы международных отношений, модификация традиционных каналов и типов связи, атомизация основных компонентов высокой глобальной архитектуры глобальных политических процессов, укрепление независимости отдельных организаций и стран, что в итоге ставит под сомнение планирование общего развития, уменьшает прогнозы политических агентов и аналитических центров [1, с. 269].

Сегодня любое событие, любое общение, любой процесс, любая инициатива, проверяется на соответствие одному из ключевых критериев,

представленных сегодня и служащих основой для анализа – обеспечению цифровой трансформации. Политические вопросы, конечно, не исключение – дискуссия на тему для приведения процесса принятия политических решений в русло для нового технологического уклада и выявления конкурентных преимуществ новых информационных технологий проводится экспертами на различных носителях и платформах [9, с. 279-282; 5, с. 272; 6, с. 51-55; 8, с. 124-139; 7, с. 596-598; 14, с. 152-158 и др.]. В то же время, в источниках трудно найти определённый комплексный подход относительно формулировки концептуальных положений о цифровизации социальной и политической реальности; многие проекты с очень специфическими профилями также не выдерживают критики со стороны.

В качестве основных условий формирования цифровой дипломатии на современном этапе можно отметить следующее:

- сохранение привлекательности с точки зрения политического имиджа государства внутри страны и за рубежом;
- успешное формулирование политических позиций ключевыми политиками;
- обеспечение доверия к своим внешнеполитическим проектам;
- работа с проверенными данными и достоверной информацией, что демонстрирует готовность строить открытые доверительные отношения.

Таким образом, невозможно представить жизнь в современном обществе без социальных сетей – это структура, основанная на контактах личностей друг с другом, обмене различной информацией и обсуждении насущных проблем. Для современного человека использование социальной сети достаточно привычное явление, а для дипломатов это не форма общения с тысячами незнакомых людей, а понимание того, что происходит в стране их проживания, как граждане реагируют на решения и действия своего госдепартамента, цифровое пространство, которое можно

использовать как средство воздействия на общественное мнение, создание положительного имиджа своей страны за рубежом.

Растущая популярность цифровой дипломатии говорит о том, что эта стратегия имеет ряд серьёзных преимуществ. Одним из наиболее привлекательных аспектов цифровой дипломатии является её близость к общественности. Географическое расстояние между министерствами и посольствами имеет меньшее значение, чем когда-либо, и страны уже давно обращаются к иностранной аудитории, преследуя конкретные политические или экономические цели. Социальные сети позволяют дипломатам наблюдать за событиями, собирать информацию и т. д.

Одним из очевидных преимуществ цифровой дипломатии является её способность быстро и эффективно общаться. Цифровые технологии чрезвычайно полезны для сбора и обработки информации о дипломатической деятельности, а также для быстрой связи в чрезвычайных ситуациях. Они позволяют правительствам анализировать возможные последствия определенных событий в разных странах мира и влияние этих событий на их страны.

Ещё одним важным преимуществом цифровой дипломатии является её низкая стоимость. Стоимость использования новых технологий быстро снижается благодаря постоянному развитию технологий. Кроме того, цифровая дипломатия не всегда требует финансовых вложений. Напротив, принцип цифровой связи часто направлен на снижение затрат.

Однако, несмотря на множество преимуществ этой новой технологии, она имеет ряд существенных недостатков, в том числе утечку информации, хакерские атаки и анонимность пользователей. Самый известный пример утечки информации – американский скандал, известный как WikiLeaks. Когда WikiLeaks обнародовал личные внешнеполитические досье, разосланные в посольства и госдепартаменты США, мир получил доступ к

откровенным заявлениям дипломатов США о других мировых лидерах и их странах. После этого инцидента многие дипломаты узнали о способности утечки внешнеполитической информации в Интернет, и люди начали сомневаться в самой идее цифровой дипломатии.

Хакерские атаки – это угроза, которая существует с момента изобретения Интернета. Справедливо, что это считается угрозой номер один для цифровой дипломатии, поскольку многие главы государств, правительств и дипломаты по всему миру стали жертвами этого, часто подвергая риску свою карьеру. Дипломатические противники, в том числе государственные и негосударственные организации, пытаются взломать правительственные системы для получения информации для конкретных целей. Когда личная информация обнародуется, это может оказать существенное влияние на глобальную среду, поскольку может быть нанесен ущерб репутации стран и их лидеров.

Ещё одна проблема цифровой дипломатии – это культура анонимности. Культура анонимности может привести к сложным кризисам из-за публикации противоречивой или преднамеренно вводящей в заблуждение информации. Широко распространённая дезинформация в Интернете может помешать лидерам реагировать на будущие кризисы. Любой может выдать себя за другого и причинить вред, а инструменты социальных сетей не всегда могут отличить поддельные/дезинформационные учётные записи от реальных.

Тем не менее, преимущества цифровой дипломатии перевешивают её недостатки. Цифровая дипломатия и интернет-активизм в целом могут существенно помочь в позиционировании внешней политики государства перед внутренней и внешней аудиторией. Поэтому цифровая дипломатия, как продукт «мягкой силы» XXI века, должна сочетаться с «умной силой», то есть максимизацией преимуществ современных и открытых технологий,



расширение возможностей политики защиты от различных цифровых угроз.

Однако то, с чем мир столкнулся весной 2020 года, удивило большинство экспертов и политиков. Пандемия COVID-19 придала новый импульс и направление трансформационным процессам. Особенность коронавирусного кризиса в том, что он затрагивает все без исключения сферы жизни человека – экономические отношения, политические взаимодействия, культурно-информационные сферы и повседневную деятельность.

Коронавирусная инфекция негативно повлияла на международные отношения. Закрытые границы, отменённые международные форумы, отложенные на неопределённый срок визиты и переговоры – это лишь некоторые из серьёзных моментов, на которые повлияла коронавирусная инфекция.

Политическое пространство стремительно адаптируется к вызовам пандемии. В информационном пространстве текущая ситуация только усиливает уже существующие вызовы. Если раньше фейковые новости могли угрожать стабильности политической системы, то в 2020–2021 гг. фейковые новости не только снижают уровень доверия к власти, но и несут потенциальный риск для здоровья граждан. Создаётся впечатление, что этот вызов не является продуктом чьей-то злой воли, а вытекает из логики самой структуры информационного пространства. В результате правительства столкнулись со сложной задачей ограничения распространения дезинформации без внесения значительных системных изменений.

До сих пор работа большинства дипломатических миссий сводилась к отслеживанию информации о распространении вируса и содействию в возвращении в родные страны застрявших за границей граждан.

Дипломаты должны научиться использовать технологическое преимущество своей страны для достижения политических и экономических целей. Информационные технологии давно стали частью современной дипломатии. С окончанием пандемии коронавируса эти атрибуты будут играть центральную роль в работе дипломата. Дипломатические протоколы становятся значительно более гибкими, и цифровая эпоха внесла сюда свои коррективы. Главы государств, участвуя в международных форумах, проходящих онлайн, подписывают документы «за границей», что необычно для протокола, но изменение получило широкое распространение на практике, например, на саммите АТЭС в 2020 году. Хотя будущее дипломатии будет полно изменений, долг всех дипломатов по-прежнему заключается в защите и продвижении интересов своей страны. Но чтобы успешно справиться с этой задачей после нынешней пандемии, дипломатам придётся гораздо быстрее адаптироваться к изменяющимся реалиям [12; 13, с. 16; 4, с. 27-44 и др.].

Самый большой риск дипломатов при использовании социальных сетей заключается в том, что они могут переориентироваться на общественное мнение по вопросам внешней политики. Необходимость быстро и эффективно общаться с различными группами населения приводит к чрезмерно упрощенным объяснениям, не способным отразить истинную сложность текущих проблем. Это чрезмерное упрощение может повлиять на реальную политику: решения могут быть приняты только для того, чтобы сделать их более понятными, что приводит к сложным этическим вопросам. Кризисное управление, пожалуй, подвергается наибольшему риску, потому что именно здесь внешнеполитические меры оказывают самое непосредственное влияние на жизнь людей. Однако социальные сети наиболее сильно влияют на формирование и оформление

внешней и внутренней политики, где опасность для доверия населения к лицам, принимающим решения, наиболее велика.

Например, в этом плане примечательна стратегия интернет-кампании Б. Обамы, которая началась с создания веб-сайта и персонализации опыта общения с кандидатом. Так, [my.barackobama.com](http://my.barackobama.com) стал основным каналом информации о кандидате и предвыборной гонке в социальных сетях. Интернет-пользователи, поддерживающие Обаму, могли создавать группы на сайте, общаться, организовывать предвыборные мероприятия или узнавать о местах предвыборной кампании. Люди, которые пользовались данным ресурсом, могли выкладывать собственные видео, фото и другие материалы в поддержку будущего президента США. В результате кампания Обамы привлекла более 5 миллионов сторонников в 15 социальных сетях. В ноябре 2008 года число подписчиков страницы Обамы в Facebook (запрещен на территории РФ) увеличилось в четыре раза и достигло 2,5 миллионов. В Twitter (запрещен на территории РФ) у Обамы 115 000 подписчиков.

Таким образом, отметим, что цифровизация сегодня оказывает значительное влияние на дипломатию. С каждым годом роль социальных сетей как инструмента цифровой дипломатии, как площадки для публикации мнений сторон в международных отношениях будет значительно возрастать. Министерствам иностранных дел и международным организациям следует обратить внимание на социальные сети для успешной цифровой дипломатии. Это важно для того, чтобы иметь возможность удовлетворять национальные и глобальные потребности. Более того, по словам министра иностранных дел России С.В. Лаврова: «...сейчас никакая профессия невозможна без социальных сетей, а дипломатия тем более. Одной из миссий дипломатии является

распространение информации, объясняющей, чем занимается та или иная страна» [10].

### *Литература*

1. *Заемский В.Ф.* Цифровая дипломатия – дипломатия будущего / В.Ф. Заемский, О.Г. Карпович // Дипломатическая служба. – 2021. – № 3. – С. 264-276.

2. *Зиновьева Е.С.* Цифровая дипломатия США: возможности и угрозы для международной безопасности / Е.С. Зиновьева // Индекс Безопасности. – 2013. – №1(104). – С. 213-229.

3. *Карпович О.Г., Троянский Г.М.* Особенности использования цифровой дипломатии иностранными внешнеполитическими ведомствами и международными организациями / О.Г. Карпович, Г.М. Троянский // Дипломатическая служба. – 2020. – № 4. – С. 96-105.

4. *Кузнецов Н.М., Цветкова Н.А.* Феномен дипломатии больших данных в мировой политике / Н.М. Кузнецов, Н.А. Цветкова // Вестник РГГУ. Сер. Политология. История. Международные отношения. – 2020. – № 4. – С. 27-44.

5. *Лебедева М.М.* Публичная дипломатия: Теория и практика: Научное издание / М.М. Лебедева. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2017. – 272 с.

6. *Малышева Е.В.* Коммуникативные маркеры медийного дискурса Д. Трампа / Е.В. Малышева. Современный дискурс-анализ // Дискурс современных масс-медиа: мат. междунард. научн.-практ. конф. – Белгород. – № 3(20). – 2018. – С. 51-55.

7. *Малышева Е.В., Афанасьева К.В.* Twitter-дипломатия как инструмент публичной политики / Е.В. Малышева, К.В. Афанасьева // Студенческая наука к юбилею вуза: сб. науч. тр. по мат. 50-ой науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых: 15-17 марта 2022 г. – Тверь: Тверской

ГСХА, 2022. – С. 596-598.

8. *Малышева Е.В., Погребисская А.Л., Резникова Л.В.* Медийная дискурсивная стилистика современного политика (на мат. выступлений представителей политических партий России) / Е.В. Малышева, А.Л. Погребисская, Л.В. Резникова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2019. – № 4. – С. 124-139.

9. *Романов А.А., Малышева Е.В.* Коммуникативные маркеры массмедийного дискурса в современном социуме (на мат. политических выступлений В. Жириновского) / А.А. Романов, Е.В. Малышева // Кросс-культурное пространство литературной и массовой коммуникации: генезис и развитие: мат. международ. науч. конф.: 27-29 сентября 2012 г., – Майкоп: Адыгейский гос. унт., 2012. – С. 279-282.

10. *Рябиченко А.* Цифровая дипломатия вчера и сегодня. [Электронный ресурс] / А. Рябиченко. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/digitaldiplomacy/tsifrovaya-diplomatiya-vchera-i-segodnya/> . Дата обращения: 20.05.2022.

11. *Цветкова Н.А.* Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения / Н. А. Цветкова // Вестник РГГУ. Сер.: Политология. История. Международные отношения. – 2020. – № 2. – С. 37-47.

12. *Цветкова Н.А.* Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США / Н.А. Цветкова // США и Канада: Экономика, политика, культура. – 2011. – № 3 (495). – С. 109-122.

13. *Чумиков А.Н.* Современные PR-технологии работ в интернете [Текст] / А.Н. Чумиков [и др.]. – Рязань: Объединённая редакция МЧС России, 2011. – С.16.

14. *Romanov A., Malysheva E.* Political language in internet communication / E. Malysheva, A. Romanov. Proceedings of the V International Academic Congress Fundamental and Applied Studies in EU and CIS Countries (United Kingdom, Cambridge, England, 14-16 October 2015). – Cambridge: Cambridge University Press. – Vol. II. – 2016. – P. 152-158.

### **References**

1. *Zaemskij V.F.* Cifrovaja diplomatija – diplomatija budushhego / V.F. Zaemskij, O.G. Karpovich // *Diplomatičeskaja služhba.* – 2021. – № 3. – S. 264-276.
2. *Zinov'eva E.S.* Cifrovaja diplomatija SShA: vozmožnosti i ugrozy dlja mezhdunarodnoj bezopasnosti / E.S. Zinov'eva // *Indeks Bezopasnosti.* – 2013. – №1(104). – S. 213-229.
3. *Karpovich O.G., Trojanskij G.M.* Osobennosti ispol'zovanija cifrovoj diplomatii inostrannymi vneshnepolitichesкими vedomstvami i mezhdunarodnymi organizacijami / O.G. Karpovich, G.M. Trojanskij // *Diplomatičeskaja služhba.* – 2020. – № 4. – S. 96-105.
4. *Kuznecov N.M., Cvetkova N.A.* Fenomen diplomatii bol'shih dannyh v mirovoj politiki / N.M. Kuznecov, N.A. Cvetkova // *Vestnik RGGU. Ser. Politologija. Istorija. Mezhdunarodnye otnoshenija.* – 2020. – № 4. – S. 27-44.
5. *Lebedeva M.M.* Publichnaja diplomatija: Teorija i praktika: Nauchnoe izdanie / M.M. Lebedeva. – M.: Izdatel'stvo «Aspekt Press», 2017. – 272 s.
6. *Malysheva E.V.* Kommunikativnye markery medijnogo diskursa D. Trampa / E.V. Malysheva. *Sovremennyj diskurs-analiz // Diskurs sovremennyh mass-media: mat. mezhdunarod. nauchn.-prakt. konf.* – Belgorod. – № 3(20). – 2018. – S. 51-55.
7. *Malysheva E.V., Afanas'eva K.V.* Twitter-diplomatija kak instrument publichnoj politiki / E.V. Malysheva, K.V. Afanas'eva // *Studenčeskaja nauka k*

jubileju vuza: sb. nauch. tr. po mat. 50-oj nauch.-prakt. konf. studentov i molodyh uchenyh: 15-17 marta 2022 g. – Tver': Tverskoj GSHA, 2022. – S. 596-598.

8. *Malysheva E.V., Pogrebisskaja A.L., Reznikova L.V.* Medijnaja diskursivnaja stilistika sovremennogo politika (na mat. vystuplenij predstavitelej politicheskikh partij Rossii) / E.V. Malysheva, A.L. Pogrebisskaja, L.V. Reznikova // Mir lingvistiki i kommunikacii: jelektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2019. – № 4. – S. 124-139.

9. *Romanov A.A., Malysheva E.V.* Kommunikativnye markery massmedijnogo diskursa v sovremennom sociume (na mat. politicheskikh vystuplenij V. Zhirinovskogo) / A.A. Romanov, E.V. Malysheva // Kross-kul'turnoe prostranstvo literaturnoj i massovoj kommunikacii: genezis i razvitie: mat. mezhdunarod. nauch. konf.: 27-29 sentjabrja 2012 g., –Majkop: Adygejskij gos. unt., 2012. – S. 279-282.

10. *Rjabichenko A.* Cifrovaja diplomatija vchera i segodnja. [Jelektronnyj resurs] / A. Rjabichenko. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/digitaldiplomacy/tsifrovaya-diplomatiya-vchera-i-segodnya/>. Data obrashhenija: 20.05.2022.

11. *Cvetkova N.A.* Fenomen cifrovoj diplomatii v mezhdunarodnyh otnoshenijah i metodologija ego izuchenija / N. A. Cvetkova // Vestnik RGGU. Ser.: Politologija. Istorija. Mezhdunarodnye otnoshenija. – 2020. – № 2. – S. 37-47.

12. *Cvetkova N.A.* Programmy Web 2.0 v publichnoj diplomatii SShA / N.A. Cvetkova // SShA i Kanada: Jekonomika, politika, kul'tura. – 2011. –№ 3 (495). – S. 109-122.

13. *Chumikov A.N.* Sovremennye PR-tehnologii rabot v internete [Tekst] / A.N. Chumikov [i dr.]. – Rjazan': Ob#edinjonnaja redakcija MChS Rossii, 2011. – S.16.

14. *Romanov A., Malysheva E.* Political language in internet communication / E. Malysheva, A. Romanov. Proceedings of the V International

Academic Congress Fundamental and Applied Studies in EU and CIS Countries (United Kingdom, Cambridge, England, 14-16 October 2015). – Cambridge: Cambridge University Press. – Vol. II. – 2016. – P. 152-158.



5.9.8  
УДК 81'23

**Рябова М.Э.**

Московский городской педагогический университет  
129226, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4  
Российский университет дружбы народов  
117198, Миклухо-Маклая, 6  
Россия, Москва  
ryabovame@mail.ru

**Эльясов А.А.**

Российский университет дружбы народов  
117198, Миклухо-Маклая, 6  
Россия, Москва  
alihan.elyasov@yandex.ru

## **ВИДЫ СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ И ЕЕ РОЛЬ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются основные виды Интернет-рекламы и их влияние на потенциального реципиента. Актуальность исследования обусловлена самим феноменом рекламного текста, который прочно и надолго вошел в жизнедеятельность современного человека, что требует постоянного изучения специфики восприятия рекламы целевой аудиторией. Выявлены основные способы реализации иллокутивных целей в англоязычной рекламной коммуникации в сети Интернет. Сделан вывод о разнообразии видов и форм рекламной деятельности, которые не имеют аналогов по силе своего воздействия в силу своей специфичности.

*Ключевые слова:* интернет, реклама, специфика коммуникации, воздействие, восприятие.

**M. Ryabova**

**A. Elyasov**

## **TYPES OF MODERN INTERNET ADVERTISING AND ITS ROLE IN DECISION-MAKING**

*Abstract.* The article considers the main types of Internet advertising and their influence on the potential recipient. The relevance of the research is determined by the advertising text phenomenon, which has firmly and permanently entered a modern person life, which requires a constant study of advertising perception specifics by the target audience. The main ways of implementing illocutionary goals in English-language advertising communication on the Internet are revealed. The conclusion is made about the types variety, advertising activities forms that have no analogues in terms of their impact due to their specificity.

*Keywords:* Internet, advertising, specifics of communication, impact, perception.

## Введение

Реклама прочно вошла в жизнедеятельность каждого человека, прямо или косвенно подвергающегося ее влиянию. Сильный воздействующий эффект рекламы связан с тем, что в ней отражаются наиболее выигрышные стороны рекламируемого продукта, стимулирующие эмоциональные аспекты человеческого сознания.

Так как реклама является неличным информационным сообщением, целевая направленность которого состоит в ангажировании максимально широкой аудитории и побуждения ее к действию, можно говорить о лингвистическом интересе к рекламной коммуникации с точки зрения ее соотнесенности с одной из наиболее востребованных сторон современной действительности. Эта идея находит свое отражение в работах отечественных ученых (В.В. Ученова, Н.В. Старых), интерпретирующих рекламу как вид массовой коммуникации. В рамках данного направления распространяются продвигающие тексты различного рода (информативно-образные, экспрессивно-суггестивные), целью которых является повлиять на мнение и поведение как человека, так и определенной группы людей [9, с. 9].

В.В. Миронов отмечает, что средства массовой информации, используя самые современные технологии, становятся реальной силой, которая формирует ценностную сферу человека [3, с. 237]. Именно средства технического прогресса превратили современное общество в постиндустриальное и преобразовали его, предоставив уникальную возможность молниеносного информационного обмена. Специфика рекламной коммуникации в электронной среде обусловила актуальность проблематики исследования. Цель статьи заключается в рассмотрении перлокутивных механизмов англоязычной Интернет-рекламы и

обобщении эффективных способов вызвать у реципиента определенные ответные действия.

### **Сущность интернет-рекламы в современном обществе**

В сегодняшнем научном сообществе обновляется парадигма научного знания, базирующегося на интеграции традиционного и нового. В социокультурной деятельности социума рекламный текст становится предметом когнитивно-прагматических исследований, а всеохватывающее проникновение компьютерных технологий в бытие каждого человека привели к включению рекламного контента в глобальную сеть Интернет.

Пройдя длинный путь от папирусных свитков до первых печатных изданий, рассказывающих о купцах, их товарах и опасностях на пути торговли, реклама сегодня трансформировалась в креолизованный текст, сочетающий вербальные и невербальные компоненты. Более того, сама реклама, как культурный феномен, предпочитает создавать историю, строить сложные нарративные конструкции, которые возможно сгенерировать только благодаря поликодовым текстам, которые предполагают сложный тип включенности в рекламное произведение. В литературе уже отмечалось, что «многогранный процесс модернизации коренным образом меняет характер социокультурной реальности. Нам необходимо поставить задачу, признающую продолжающееся включение расширенной коммуникации в культурное пространство общества» [7, с. 46].

Достижения в области технологий увеличили популярность рекламы в Интернете. Ее преимущество обусловлено сочетанием как традиционных, так и электронных черт. Интернет-реклама представляет более качественную и полную информацию о товаре и таким образом находит своего потенциального адресата. Количество информации в традиционных

СМИ ограничено, в отличие от интернет-источников, что очень важно для рекламодателей, они имеют возможность использовать больше аргументов для покупки того или иного продукта [5].

Интернет-реклама подходит для рекламы «эмоциональных» и «рациональных» товаров, и самое главное тщательно принять решение при выборе того или иного вида рекламы. Самой распространенной формой интернет-коммуникации является баннер, то есть текст, сопровождающийся баннером. Его отличие от реальных баннеров состоит в том, что в Интернет-пространстве баннеры являются динамическими и «сборными», то есть работающими в рамках конструктора, где каждую часть в любой момент можно заменить на другую.

Специфика Интернет-рекламы не позволяет включать в баннер всю информацию, но ссылки на социальные сети, содержащие все подробности, такие как цена, контакты, фотографии и т. д., направляют адресата к поиску дополнительной информации. Современная наука освещает вопрос эффективного воздействия на реципиента в конкретных коммуникативных ситуациях очень глубоко, однако материал для практических исследований, - текст интернет-рекламы, - постоянно обновляется и стимулирует новые обобщения.

### **Лингвистические особенности интернет-рекламы**

Необходимость постоянного совершенствования рекламного языка и есть тот динамизм, который лежит в основе развития этой речевой деятельности. Язык рекламы характеризуется рядом специфических черт, свойственных речевым актам. Е.С. Иванова в этой связи пишет, что особое внимание следует уделять коммуникативным стратегиям и тактикам [1, с. 91]. Авторы обращают внимание на снижение интенсивности категорических императивов, что реализуется за счет различных

экспрессивных средств языка.

Отмечая рост популярности интернет-рекламы как формы представления информации, исследователи подчеркивают в качестве отличительной черты ее интерактивность, которая позволяет работать с различными методами создания прямого креатива [4, с. 172].

И.А. Пантелеев и Г.В. Прокопьев подчеркивают, что интерактивная реклама становится «моделью взаимодействия рекламодателей и их целевой аудитории» [Там же, с. 165]. В данном определении важно отметить несколько аспектов.

Во-первых, реклама представлена как двухсторонняя модель коммуникации, в рамках которой происходит общение между адресантом и адресатом рекламы. Во-вторых, здесь говорится о целевой аудитории. Следовательно, целевая аудитория – это совокупность людей, отобранных среди множества по каким-то параметрам. Особенности целевой аудитории – это та специфика, благодаря которой и возможно построить рекламную конструкцию.

К специфике интерактивной рекламы можно отнести и то, что она характеризуется геймификацией рекламного процесса. Игра стала основой взросления уже не одного поколения и в будущем количество людей, вовлеченных в игры, будет только увеличиваться. Более того, сущность интерактивной рекламы связана со специфическими видами доставки данного контента пользователям.

Здесь необходимо учитывать, что идея Р. Барта о «смерти автора» или, по крайней мере, читателя как соавтора, уже не кажется чем-то необычным, так как появляется возможность создать рекламное сообщение с новым сценарием. Такие тренды становятся массовыми. Ключевым доказательством становится, например, модель «Яндекс Плюс», «СберСпасибо». Именно этот фактор позволяет приспособить игру к тем

самым динамичным реалиям, которые изменяются достаточно интенсивно.

В наши дни сайт Mail.ru является безоговорочным лидером отечественного рынка интерактивных рекламных установок, опережая своих конкурентов. Довольно актуальными видами интерактивной рекламы являются интерактивные витрины, настенные и напольные проекторы, интерактивные бары, билборды, и многое другое.

Технический прогресс цифровых технологий подгоняет и рекламу, привычные модели рекламных текстов быстро устаревают и на смену им приходит новая интерактивная среда, чье воздействие качественно отличается от первоначального. Тем самым технологии становятся драйвером рекламного развития в реальной жизни, представляя собой сплав современных достижений науки и жизнедеятельности общества. Например, в одной из реклам, продвигающих продукцию фирмы *Nikon*, представлено изображение фотоаппарата. В баннере установлены датчики движения, поэтому каждый раз на подходящего к месту рекламы «обрушивается» множество вспышек, что, безусловно, оказывает сильнейшее воздействие на реципиента.

Или другой пример от фирмы *Nikon*. Перед адресатом рекламного сообщения предстает рой фотографов, начинающих фотографировать, при первом приближении к такому рекламному посту (издаются специфические звуки затвора).

Данная реклама обладает огромными манипулятивными возможностями, так как мимо нее просто невозможно пройти. Ведь если вас внезапно начинает что-то фотографировать, то это привлечет ваше внимание. Стоит отметить, что такая реклама направлена на выделение преимуществ только камеры D 700.

Приведенные примеры показывают, что в реклама работает при

сочетании слогана, рекламного сообщения и видеофрагмента, что в совокупности привлекает внимание потенциальных потребителей.

### **Новые форматы интернет-рекламы**

Одним из новейших форматов интернет-рекламы считаются так называемые офферы, другими словами спонсорские рекламные сообщения с помощью которых они поощряют те или иные действия потребителей. Оффер представляет собой спонсорскую рекламу. Она может быть как открытой, то есть в рекламе есть упоминание того, что ту или иную публикацию проспонсировал рекламодатель. Также она может быть скрытой, то есть нативной. Из сообщения никак не понятно, что кто-то заплатил за сообщение, обычно рекламный текст выдается за мнение автора по какому-либо поводу.

Широко практикуется контекстная реклама, представляющая собой продвижение товара в текстовом или текстово-графическом формате. Такой тип рекламы отображается на любой поисковой странице сайта. Зачастую она также представляется в формате баннеров, но ее особенность в персонализации рекламного контента, направленного именно в сторону конкретного потребителя, что значительным образом увеличивает возможность манипуляции со стороны создателя рекламы в адрес реципиента.

Большую популярность набирает и таргетированная реклама, распространенная в социальных сетях с учетом демографических параметров реципиента и его интересов. Механизм работы такого типа рекламы связан с работой с цифровым следом, когда возможно проследить по запросам некие данные демографического характера. Таким образом лучше становится понятен портрет целевой аудитории, под который и «подстраивается» рекламное сообщение.

Следует отметить, что вышеуказанные виды Интернет-рекламы редко изучаются лингвистами из-за отсутствия в них выразительного текстового содержания.

Отметим, что в XXI веке существует такое понятие, как «сетевой этикет» (или, другими словами, веб-этикет или нетэтикет (от английского слова “net” сеть). Он отличается от традиционного этикета тем, что является диахроническим явлением, развивающимся во времени, в отличие от остальных видов, которые имеют устойчивые веками традиции.

Интернет-коммуникация – это явление новое, активно развивающееся и поэтому правила и нормы общения в сети все еще на стадии формирования. Вполне очевидно, что Интернет-коммуникация создает новую профессиональную картину мира, отличающуюся от привычной [6].

Кроме того, важным фактом является то, что пользователи сами могут влиять на становление правил и норм общения. Именно в сетевом пространстве появились современные аспекты коммуникации, например мода на эпистолярный жанр, сленг, смайлики, эмодзи. Даже самое популярное явление в виде мемов – тоже продукт современной Интернет-коммуникации. Следовательно, социокультурное пространство создается для того, чтобы погрузить человека в рамки виртуальной реальности и создать специальную среду, подобную физической реальности и сформировать ощущение параллельного пространства, с чем успешно справляется современная Интернет-среда. Ранее указывалось, что «постоянное соприкосновение с визуальной коммуникацией делает очевидным, что ее проблемное поле не просто значимо для общества и его воспроизводства, а затрагивает ключевые факторы человеческого существования» [8, с. 78].

Это действительно важно, так как электронные сети захватывают



пространство, которым раньше безраздельно владели традиционные СМИ.

## **Выводы**

На сегодняшний день рекламное пространство в Интернете является самым активно развивающимся. Существует большое количество возможностей продвижения, как в рамках офферов, так и в более традиционном баннерном варианте, который может реализоваться как в рамках контекстной, так и таргетинговой рекламы.

Реклама ставит совершенно открыто своей целью изменение как отношения к ценности, так и поведения, что вызывает достаточно серьезное беспокойство со стороны ученых и обычного человека, которые не хотят становиться объектом манипуляции. Но в современном обществе это невозможно, так как цифровой след сил становится ценным активом, благодаря которому можно представить различную информацию о человеке, а значит, сделать его объектом рекламной кампании, чем сегодня и пользуются различные рекламодатели. Более того, законодательство в данной сфере еще не урегулировало нормы, поэтому этические вопросы еще предстоит решать.

Исследование показало, что рекламная сфера Интернет-пространства выступает более востребованной и эффективной. Это действительно проблема, нуждающаяся в тщательном изучении, так как рекламная деятельность в электронной среде является будущим рекламной индустрии, которая все больше и больше затягивает своего потребителя в сети цифрового поля. Суггестивный подход к рекламированию, который сегодня применяется в цифровой коммуникации, предполагает новые формы участия, быструю обратную связь и возможность бытия на совершенно другом уровне.

### *Литература*

1. *Иванова Е.С.* Коммуникативно-прагматические аспекты текстов интернет-рекламы // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – СПб.: АСТ. – 2011. – С. 91-98.
2. *Копнина Г.А.* Экология языка и экология речи как разделы эколингвистики // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – №2. – С. 78-89.
3. *Миронов В.В.* Средства массовой коммуникации как зеркало поп-культуры // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие / В.В. Миронов. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 237-258.
4. *Пантелеева И.А., Прокопьева Г.Ю.* Интерактивные технологии в рекламе: особенности построения рекламной коммуникации в интернет-сегменте // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). – 2014. – № 3(144). – С. 172-178.
5. *Пирогова Ю.К., Паршин П.Б., Баранов А.Н.* Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М.: Международный институт рекламы, Издательский дом Гребенникова, 2000. – 270 с.
6. *Рябова М.Э.* Профессиональная картина мира: методологические аспекты / М.Э. Рябова // Профессиональная картина мира: Методология. Варианты. Практика. – Москва: ООО "Агентство социально-гуманитарных технологий", 2020. – С. 58-67.
7. *Рябова М.Э.* Экспрессивность медийного языка молодежи в контексте перевода // Организационная психоллингвистика [Электронный ресурс]: электрон. науч. журнал / гл. ред. С.В. Мыскин. Вып. № 3(19). М.: ООО «Агентство социально-гуманитарных технологий», 2022. С. 87-100.
8. *Рябова М.Э.* Языковая личность блогера в современной коммуникации // Организационная психоллингвистика [Электронный

ресурс]: электрон. науч. журнал / гл. ред. С.В. Мыскин. Вып. № 1(1). М.: ООО «Агентство социально-гуманитарных технологий», 2018. С. 39-53.

9. Учёнова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – СПб: Юнити-Дана, 2008. – 495 с.

### *References*

1. *Ivanova E.S.* Kommunikativno-pragmaticheskie aspekty tekstov internet-reklamy // Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gercena. – SPb.: AST. – 2011. – S. 91-98.

2. *Kopnina G.A.* Jekologija jazyka i jekologija rechi kak razdely jekolingvistiki // Jekologija jazyka i kommunikativnaja praktika. – 2014. – №2. – S. 78-89.

3. *Mironov V.V.* Sredstva massovoj kommunikacii kak zerkalo pop-kul'tury // Jazyk SMI kak ob#ekt mezhdisciplinarnogo issledovanija: ucheb. posobie / V.V. Mironov. – М.: Izd-vo MGU, 2003. – S. 237-258.

4. *Panteleeva I.A., Prokop'eva G.Ju.* Interaktivnye tehnologii v reklame: osobennosti postroenija reklamnoj kommunikacii v internet-segmente // Vestnik TGPU (TSPU Bulletin). – 2014. – № 3(144). – S. 172-178.

5. *Pirogova Ju.K., Parshin P.B., Baranov A.N.* Reklamnyj tekst: semiotika i lingvistika. М.: Mezhdunarodnyj institut reklamy, Izdatel'skij dom Grebennikova, 2000. – 270 s.

6. *Rjabova M.Je.* Professional'naja kartina mira: metodologicheskie aspekty / M.Je. Rjabova // Professional'naja kartina mira: Metodologija. Varianty. Praktika. – Moskva: ООО "Agentstvo social'no-gumanitarnyh tehnologij", 2020. – S. 58-67.

7. *Rjabova M.Je.* Jekspressivnost' medijnogo jazyka molodezhi v kontekste perevoda // Organizacionnaja psiholingvistika [jelektronnyj resurs]: jelektron. nauch. zhurnal / gl. red. S.V. Myskin. Vyp. № 3(19). М.: ООО «Агентство social'no-gumanitarnyh tehnologij», 2022. S. 87-100.

8. *Rjabova M. Je.* Jazykovaja lichnost' blogera v sovremennoj kommunikacii // Organizacionnaja psiholingvistika [Elektronnyj resurs]: jelektron. nauch. zhurnal / gl. red. S.V. Myskin. Vyp. № 1(1). M.: OOO «Agentstvo social'no-gumanitarnyh tehnologij», 2018. S. 39-53.

9. *Uchjonova V.V., Staryh N.V.* Istorija reklamy. – Spb: Juniti-Dana, 2008. – 495 s.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT AUTHORS

**Алефиренко Андрей Тарасович**, обучающийся Полтавского государственного медицинского университета (Украина)

**Алефиренко Николай Фёдорович**, доктор филологических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры русского языка и русской литературы Белгородского государственного национального исследовательского университета (Россия)

**Афанасьева Ксения Витальевна**, обучающаяся Тверского государственного университета (Россия)

**Майба Вита Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, сотрудник Ростовского государственного университета путей сообщения

**Малышева Екатерина Валерьевна**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры международных отношений Тверского государственного университета (Россия)

**Маруневич Оксана Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент; доцент Департамента иностранных языков Московского физико-технического института (Россия)

**Рябова Марина Эдуардовна**, доктор философских наук, профессор; профессор кафедры германистики и лингводидактики Московского городского педагогического университета; профессор кафедры теории и практики иностранных языков Российского университета дружбы народов (Россия)

**Эльясов Алихан**, обучающийся Российского университета дружбы народов (Россия)

**Чозгиян Ольга Петровна**, начальник департамента педагогики и методики начального общего образования института среднего профессионального образования им. К.Д. Ушинского Московского городского педагогического университета (Россия)

## Электронный научный журнал

«Организационная психолингвистика» публикует статьи, доклады и сообщения российских и зарубежных ученых, докторантов и аспирантов, молодых специалистов. К публикации принимаются также рецензии, обзоры, информация о научных проектах и др. Материалы публикуются на русском и английском языках. Журнал выходит 4 раза в год.

**Тематика журнала** в соответствии с утверждённой номенклатурой научных специальностей:

5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (Психологические науки)

5.3.4. Педагогическая психология, психодиагностика цифровых образовательных сред (Психологические науки)

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (Филологические науки)

### **Рубрики журнала:**

- Концептуальные вопросы организационной психолингвистики.
- Экспериментальные исследования в малых профессиональных группах, трудовых коллективах, организациях.
- Отечественная и зарубежная практика организационной психолингвистики.
- Труды начинающих учёных.
- Хроника, обзоры и рецензии.
- Организационная психолингвистика в лицах и дискуссиях.
- Из истории организационной психолингвистики.

### **Требования к представлению статей и рецензий**

1. К публикации принимаются только статьи, ранее не публиковавшиеся.

2. Статьи и рецензии в электронном виде необходимо выслать на электронную почту **orgpsyling@yandex.ru**

3. Объем рукописи:

— статья (без аннотаций, ключевых слов и транслитерации): до 20 тыс. знаков с пробелами. В отдельных случаях допускается до 40 тыс. знаков

— рецензия 15-20 тыс. знаков с пробелами,

— доклад, сообщение, обзор до 20 тыс. знаков с пробелами.

4. Пристатейные материалы (подаются на русском и английском языках): название статьи, ее аннотация, 5-6 ключевых слов (терминологических словосочетаний), способствующих индексированию статьи в поисковых системах.

**Важно!** Объем аннотации в соответствии с международными требованиями составляет 150-200 слов. Аннотация должна отражать краткое содержание статьи и указание на результаты исследования. Текст аннотации, а также ключевые слова, написанные на русском языке, должны соответствовать тексту аннотации и ключевым словам, написанным на английском языке (при безусловно возможном расхождении в количестве слов в аннотации на русском и английском языках).

5. Транслитерация всех источников из списка литературы (если это источники на русском языке) даётся латиницей (для транслитерации можно использовать сайт <http://www.translit.ru>);

6. Персональные сведения об авторе статьи (на русском и английском языках): фамилия, имя, отчество; ученая степень, ученое звание, должность; место работы; сфера научных интересов; электронный адрес, контактный телефон. Размещаются в соответствии с Приложением 1.

5. Для подачи рецензии

— дублирование заглавия рецензии на английском языке;

— представление персональных сведений об авторе рецензии (как при представлении статьи).

6. Статьи аспирантов и докторантов принимаются только при наличии рецензии от научного руководителя, отчет из системы «Антиплагиат ВУЗ» (оригинальность текста не менее 87%) и письменного заявления.

### **Порядок прохождения рукописи**

1. Проверка рукописи на общенаучное и техническое соответствие.

2. Анонимное рецензирование (редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения российских и/или зарубежных рецензентов).

3. В случае принятия редакционной коллегией решения о возможности публикации статьи в дистанционном режиме с автором заключается двусторонний договор (публичная оферта) на публикацию материалов в журналах.

4. После обоюдного подписания договора автору направляется уведомление, где указываются сроки публикации, а также в рабочем порядке по необходимости направляются корректуры, верстка и т.п.

### **Технические требования к рукописи**

**Файл рукописи должен быть представлен в формате Microsoft Word (иметь расширение \*.doc, \*.docx, или \*.rtf).**

Текст статьи и рецензии: поля — с каждой стороны страницы 2 см.; шрифт Times New Roman; выравнивание «по ширине», 14 кегль, полуторный интервал; отступ стандартный (автоматический — 1,25 см); порядковый номер страницы (начиная с 1-й) указывается внизу по центру.

Инициалы и фамилия автора статьи, а также аффилиация и электронный адрес — в начале работы, выравнивание «по правому краю» (Название организации должно быть приведено в полном виде без сокращений. Вместе с названием необходимо указать ее адрес: город и страну. Если над статьей трудились несколько авторов из разных организаций, необходимо указать и их данные. Названия учреждений должны быть соотнесены с фамилиями при помощи добавления цифровых индексов в верхнем регистре перед названиями учреждений и после ФИО соответствующих авторов).

Название статьи: выравнивание «по центру»; на русском языке — 14 шрифт, на английском языке — 12 шрифт.

Аннотации, ключевые слова, список литературы, транслитерация: 12 кегль, одинарный интервал.

Оформление сносок: в квадратных скобках указываются порядковый номер источника в списке литературы (источники в списке даются в алфавитном порядке; сначала на русском, а затем на других языках), далее через двоеточие — номер тома (при необходимости) и номер страницы. Например: [3, с. 108], [3: II, с. 108], [3, с. 108; 5].

Между словами всегда дается только 1 пробел, в конце абзаца никаких дополнительных пробелов быть не должно.

Выделения в тексте допустимы *курсивом* или полужирным шрифтом. Подчеркивание исключено. В файле должны содержаться все необходимые элементы статьи: изображения, таблицы, диаграммы.

Примечания в тексте статьи приводятся в постраничных ссылках и должны иметь сквозную нумерацию.

В тексте статьи и рецензии фамилию следует указывать после инициалов имени и отчества (П.С. Сидоров, С.И. Кириллов, И.П. Александров). Между инициалом(-ами) и фамилией дается пробел (только один), а инициалы идут подряд — без пробелов. Например: И.И. Иванов, И.П. Павлов, Дж.Р. Кантору, Н. Хомский.

Изъятия и лакуны в цитатах или уточнения также требуют оформления. Например, «градация способов, [...] условий», «зона развития [в терминологии Л.С. Выготского] обусловлена».

Если какое-либо выделение в тексте (курсив, разрядка, полужирный шрифт или их комбинаторика) дано в цитате самим цитируемым автором — оно дается без комментария. Если выделение (например, курсив) дается Вами, то после завершения цитаты в круглых скобках указывается: (Курсив мой. — И.И.).



**Список литературы:** Источники должны быть пронумерованы и писаться с отдельной строки. Нумерация ссылок на источники в списке литературы должна соответствовать ссылкам в тексте статьи, где их следует приводить в квадратных скобках арабскими цифрами. В списке литературы все работы перечисляются в алфавитном порядке. Допускаются только опубликованные материалы.

Для удобства авторов ниже приведены примеры оформления различных типов источников (порядок оформления упрощен за счет снятия дополнительной информации об авторе(ах) работы и тире между информационными группами библиографического описания).

Книга

Психология. Саратов: СГУ, 2015. 450 с.

Иванов А.А., Петров Б.Б. Психология. 2-е изд., доп. и перераб. (если у книги есть автор(ы) + если книга переиздавалась + если указан характер переиздания). М.: Наука, 2001. 330 с.

Иванов А.А. Психология: Вопросы методологии (если в названии книги есть уточнение, оно дается после двоеточия, с большой буквы). М.: Наука, 2010. 450 с.

Психология: Сб. науч. ст. М.: Наука, 2010. 450 с.

Иванов А.А. Возрастная психология / Отв. ред. В.В. Петрова, сост. Г.Г. Сидорова (если у книги есть составитель(и) и/или научный(е) редактор(ы)). М.: Наука, 2001. 200 с.

Иванов А.А. Психология. СПб.; М.: Наука, 2001. 530 с. (если книга издана не в одном городе, в качестве разделителя используется точка с запятой).

Если сочинение многотомное, указывается количество томов и (при конкретизации) номер тома:

Иванов А.А. Психология: В 2-х тт. Тверь: ТГУ, 2001. 220 с., 530 с.

Иванов А.А. Психология: В 2-х тт. Т. 1. СПб.; М.: Наука, 2001. 220 с.

Статья в сборнике (после знака «//» оформление книжное)

Иванов А.А. Возрастные аспекты психологии // Иванов А.А. Социальная психология. М.: Наука, 2001. С. 90-100

Иванов А.А. Возрастные аспекты психологии // Практическая психология. Калининград: КГУ, 2001. С. 90-100.

Периодические издания

Журнал

Иванов А.А. Подростковая психология // Вопросы психологии. 2001. № 1. С. 90-100.

Газета

Михайлов С.А. Езда по-европейски // Независимая газета. 2002. 17 июня.

## Таблицы, рисунки, сокращения

**Требования к таблицам:** таблицы должны помещаться в текст статьи, иметь нумерованный заголовок и быть удобными для чтения. Данные таблиц должны соответствовать цифрам текста.

Каждую таблицу в тексте вместе с нумерованным заголовком следует привести дважды - в русскоязычном и англоязычном вариантах.

**Рисунки:** автор не должен использовать слишком много иллюстраций в работе. Каждое изображение должно быть оправдано содержанием статьи. Ссылки на рисунки в тексте обязательны. Нумерованную подпись следует указать дважды — на русском и английском языке под изображением. Рисунки обязательно даются в тексте (без обтекания текстом) и обязательно дублируются отдельными файлами в графических форматах (png, gif, tiff, jpg и др.) каждый. Имена файлов, образец: "Иванов\_рис5".

Диаграммы, графики, схемы выполняются в программе Excel и присылаются отдельно от текста все в одном файле с расширением xlsx (предпочтительно) или xls; можно использовать и программу Word. Таблицы с данными включаются в файл, не следует их удалять.

Пожалуйста, не изменяйте формат, в котором изображения создавались первоначально. Например, созданная в MS Office 2007 диаграмма утрачивает часть своих свойств при сохранении в «младших» версиях пакета.

Рисунки должны иметь высокое качество и не требовать дополнительного редактирования, в том числе изменения размера (возможны искажения). Рисунки, особенно несложные, не следует делать слишком большими, они должны быть соразмерны тексту. Не перегружайте рисунки многочисленными надписями, комментариями – лучше использовать примечания.

Диаграммы, графики, схемы могут быть цветными, но при условии, что в черно-белом варианте (например, при печати) не происходит утраты информации и все элементы рисунка остаются хорошо отличимыми. Рекомендуются ахроматичные оттенки серого или сине-голубая гамма MS Office 2007 (синий, акцент 1).

Все виды изображений именовются рисунками. Подпись дается под рисунком, в конце подписи – точка; затем идут примечания.

Рис. 1. Название рисунка [в конце стоит точка].

**Сокращения:** все используемые аббревиатуры и символы необходимо расшифровать в примечаниях к таблицам и подписям к рисункам.

**Образцы оформления полного текста статьи см. в Приложении 1.**

### **Контакты**

Необходимо указать полные контакты всех авторов.

В контактной информации должны быть указаны:

- ученая степень и звание, должность и полное наименование организации.

- почтовый рабочий адрес (с индексом и указанием страны), адрес электронной почты, номер рабочего телефона (с кодом города), номер мобильного телефона (исключительно для личной связи)

- идентификатор ORCID (подробнее здесь: <http://orcid.org/>), eLibrary SPIN-код (подробнее: [http://elibrary.ru/projects/science\\_index/author\\_tutorial.asp](http://elibrary.ru/projects/science_index/author_tutorial.asp))

### **Дополнительная информация Информация о конфликте интересов.**

Авторы должны раскрыть потенциальные и явные конфликты интересов, связанные с рукописью. В их числе: финансовые отношения с третьими лицами и интерес сторонних людей к продвижению научной работы.

1) Необходимо указать источники финансирования научной работы

2) Допускаются благодарности авторов лицам и организациям, оказавшим помощь в работе над статьей.

3) Допускается конкретизация работы и вклада всех авторов в подготовленный текст (дизайнеров, аналитиков).

### **Сопроводительные документы**

Вместе с оформленным оригиналом статьи в редакцию должно быть предоставлено сопроводительное письмо, подписанное всеми авторами статьи (или несколько писем со всеми подписями авторов)

### **ВНИМАНИЕ!**

#### **Обязательные правила при подготовке статьи!**

Авторы обязаны согласиться со всеми нижеприведенными пунктами, иначе рукопись может быть возвращена!

- Статья не должна быть опубликована в других источниках. Ни частично, ни полностью. Текст не должен также быть рассмотрен на публикацию в других изданиях. Если текст ранее предоставлялся на публикацию, автор обязан уведомить об этом редакцию.

- Оформление по правилам редакции: автор обязан оформить текст по приведенным правилам редакции.

- Наличие всех сопроводительных документов

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

УДК 37.042.2

**С.В. Мыскин**

док. филол. наук, канд. психол. наук, доц.,  
ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»,  
129226, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4  
Москва, Россия  
*myskinsv@yandex.ru*

**С.Г. Харламова**

канд. психол. наук, заместитель директора,  
Институт среднего профессионального образования им. К.Д.  
Ушинского,  
ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»,  
129626, 2-й Сельскохозяйственный проезд, 4  
Москва, Россия  
*kharlamovasg@mgpu.ru*

**СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОФОРИЕНТАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
АДАПТАЦИИ ЛИЦ С ВЫРАЖЕННЫМИ ПСИХОФИЗИЧЕСКИМИ  
НАРУШЕНИЯМИ В УСЛОВИЯХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНО ОРГАНИЗАЦИИ**

Статья посвящена проблемам профориентации и профессиональной адаптации инвалидов с психофизическими нарушениями психики в условиях образовательной организации. Авторы проводят анализ зарубежного и отечественного опыта профориентации и профадаптации инвалидов для выявления наиболее эффективных форм организации данных процессов. /.../

Ключевые слова: образовательная организация, профориентация, профессиональная адаптация, инвалиды с психофизическими нарушениями, терапевтическая среда.

S.V. Myskin, S.G. Kharlamova

**SPECIFICITY OF THE ORGANIZATION OF VOCATIONAL GUIDANCE AND  
PROFESSIONAL ADAPTATION OF PERSONS WITH SEVERE PSYCHOPHYSICAL  
DISORDERS IN THE CONDITIONS OF THE EDUCATIONAL ORGANIZATION**

The article is devoted to problems of vocational guidance and professional adaptation of disabled people with psychophysical disorders of the psyche in conditions of educational organization. The authors analyze the

foreign and domestic experience of vocational guidance and professional adaptation of disabled people to identify the most effective forms of organizing these processes. /.../

Keywords: Educational organization, vocational guidance, professional adaptation, disabled people with psychophysical disorders, therapeutic environment.

В настоящее время в столичных вузах и средних профессиональных образовательных учреждениях существует практика организации обучения инвалидов. Как показал пилотный анализ, по окончании профессионального обучения выпускники-инвалиды испытывают острую потребность в трудоустройстве. Основным препятствием здесь выступают опасения и нежелание работодателей принимать на работу молодого человека с психиатрическим диагнозом [1, с. 11; 13]. Такое положение дел негативным образом сказывается не только на процессе профессиональной адаптации самого инвалида, но и на членах его семьи.

Родители в связи с уходом за ребенком-инвалидом вынуждены отказываться от собственной работы, что неминуемо влечет финансовые проблемы. Кроме того, социальное отторжение вынуждает семьи скрывать от окружающих факт болезни ребенка-инвалида, что приводит к/.../

### ***Литература***

1. Мыскин С.В., Пашин Н.П., Калмыков С.Б. Актуальные тенденции модернизации кадровой политики организаций в рамках содействия занятости инвалидов // Социальная политика и социальное партнерство. 2014. № 11. С. 11-16.

### ***References***

1. Myskin S.V., Pashin N.P., Kalmykov S.B. (2014) Aktual'nye tendentsii modernizatsii kadrovoi politiki organizatsii v ramkakh sodeistviya zanyatosti invalidov [Actual tendencies of modernization of personnel policy of the organizations within assistance of employment of disabled people]. Sotsial'naya

politika i sotsial'noe partnerstvo [Social policy and social partnership], 11, pp. 11-16.

**Свидетельство о регистрации средства массовой информации в  
Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных  
технологий и массовых коммуникаций ЭЛ № ФС77-71113 от  
22.09.2017 г.**

**Издательство  
ООО «Агентство социально-гуманитарных технологий».  
Тираж 500 экз.  
115162, г. Москва, ул. Лестева, д. 24. Тел.: 8 (926) 384-02-69.  
[www.psycholinguistic.ru](http://www.psycholinguistic.ru)**